ISSN 0854 - 0616

JURNAL ILMIAH

FORUM MANAJEMEN

VOLUME 10 NOMOR 1 TAHUN 2012
JANUARI - JUNI 2012

PENGGUNAAN TANAH MELILING UNTUK PEMBENTUKAN STONEWARE KI DAN ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN STANDAR SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS
(I Nyoman Normal dan Wiryawan Suputra Gumi)

❋

ANALISIS KEPUASAN YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PASCA BAYAR TELKOMSEL (KARTU HALLO) PADA GERAI HALLO DI TABABAN
(I Gusti Nyoman Kaler dan Teuku Farhansyah)

❋

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA INSTALASI BINATU RSUP SANGLAH DENPASAR
(Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan)

❋

CELAH-CELAH PENURUNAN SUKU BUNGA PINJAMAN DALAM RANGKA MEMBERDAYAKAN UMKM
(I Wayan Wardita dan Ni Made Gunastri)

❋

KINERJA PELAKSANAAN KEGIATAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BADUNG
(A. A. Sagung Ayu Srikandi Putri)

❋

PENGARUH SEKTOR PERTANIAN DAN SEKTOR PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) KOTA DENPASAR
(I Gusti Gde Oka Pradnyana)

❋

PENGARUH PENERAPAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DALAM JASA PELAYANAN DI RSU SURYA HUSADHA
(Putri Anggreni)

❋

ANALISIS KINERJA PUSAT-PUSAT PERTANGGINGJAWABAN PADA PT. BALI REKA MAHESA CARGO DI DENPASAR
(Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan dan I Nyoman Wirayudi Sanjaya)

Diterbitkan Oleh :

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA
D E N P A S A R

JURNAL ILMIAH
FORUM MANAJEMEN

Volume 10, Nomor 1, 2012 (Januari - Juni 2012)

Pelindung : Ketua STIMI (Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia) ” Handayani ” Denpasar.

Pemimpin Redaksi : Wiryawan Suputra Gumi

Dewan Redaksi :
Hani Handoko (UGM)
Hamdy Hadi (UNIV. PERSADA YAI)
Ketut Rahyuda (UNUD)
I Komang Gde Bendesa (UNUD)
Ni Nyoman Kerti Yasa (UNUD)
I Gede Bungaya (UNUD)
I Pt. Gde Suka Atmadja (UNUD)
I Wayan Wardita (STIMI)
Ni Ketut Karwini (STIMI)
I B. Swaputra (STIMI)
I GG Oka Pradnyana (STIMI)
I B. Ngr. Wirpascima (STIMI)
I B. Radendra Suastama (STIMI)
I Nyoman Normal (UPT PSKP BALI - BPPT)

Administrasi dan Sirkulasi :
Wiwik Winarsih
I Wayan Aryawan
I Gst. Kt. Muliarta

Alamat Redaksi : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) ” Handayani ” Denpasar.
Jl. Tukad Banyusari No. 17B Denpasar 80225
Telp./ Fax. : (0361) 222291

Forum Manajemen diterbitkan setiap enam bulan sebagai media informasi dan komunikasi, diterbitkan oleh Forum Manajemen STIMI ” HANDAYANI ” Denpasar.

Redaksi menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan oleh media lain dan tinjauan atas Buku Ekonomi/Manajemen terbitan dalam dan Luar Negeri yang baru.

Redaksi berhak mengubah/memperbaiki bahasan tanpa mengubah materi tulisan. Setiap tulisan bukan cerminan pandangan Dewan Redaksi.

DAFTAR ISI

Hal

1. Penggunaan Tanah Meliling Untuk Pembentukan Stoneware Ki dan Analisis Harga Pokok Produksi dengan Standar Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis
(I Nyoman Normal dan Wiryawan Suputra Gumi) 1

2. Analisis Kepuasan yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pasca Bayar Telkomsel (Kartu Hallo) pada Gerai Hallo di Tababan
(I Gusti Nyoman Kaler dan Teuku Farhansyah) 13

3. Analisis Kepuasan Konsumen pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar
(Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan) 29

4. Celah-Celah Penurunan Suku Bunga Pinjaman dalam Rangka Memberdayakan UMKM
(I Wayan Wardita dan Ni Made Gunastri) 50

5. Kinerja Pelaksanaan Kegiatan Dinas Pariwisata Kabupaten Badung
(A. A. Sagung Ayu Srikandi Putri) 60

6. Pengaruh Sektor Pertanian dan Sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Denpasar
(I Gusti Gde Oka Pradnyana)..... 73

7. Pengaruh Penerapan Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Jasa Pelayanan di RSU Surya Husadha
(Putri Anggreni) 85

8. Analisis Kinerja Pusat-Pusat Pertanggingjawaban pada PT. Bali Reka *Mahesa Cargo* di Denpasar
(Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan dan I Nyoman Wirayudi Sanjaya) . 96

PENGGUNAAN TANAH MELILING UNTUK PEMBENTUKAN STONEWARE KI DAN ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI DENGAN STANDAR SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS

I Nyoman Normal
(Peneliti Akuntansi Keuangan UPT PSTKP Bali – BPPT)

Wiryawan Suputra Gumi
(Dosen STIMI Handayani-Denpasar)

Abstracts Meliling blend is a blend that come from Meliling (Tabanan) that fulfill laboratory *Standard as raw material of stoneware, so that it could use to produce stoneware KI at UPT PSTKP Bali. The analysis of cost of goods manufactured stoneware KI use standard costing. Standard costing is predetermine cost which must expenditured to produce unit product or to paid special operation. Standard cost systems was design to cost control, be important tool to evaluate judgement that was setting. The aims of this research were : (1) To knew the Meliling blend can use to produce stoneware KI; (2) To knew cost of good manufactured stoneware K1 by standard cost systems; and (3) To knew ussefull of standard costing stoneware KI for business decision. The research results shew that : (1) The Meliling blend can use to produce stoneware KI by the mixing with the other material, that is : Meliling blend 50%, kaolin 20%, Lodoyo feldspar 20%, ball clay 8%, and talcum powder 2%; (2) Cost of good manufactured stoneware K1 by standard cost systems was Rp 2.799,25 each kg, but its actual cost was Rp 2.659,47 each kg. Cost of good manufactured stoneware by the standard cost systems was bigger about Rp 139,77 than actual cost systems, because there were different into computation ways of raw material, different loading of direct labour cost, and different loading of manufacturing overhead cost (variable and fixed);and (3) Standard cost applicationof stoneware KI is very useful into business decision making for stoneware product, that is : a) As a tool of control, b) As a tool of decision making, c) As a tool of rasional cost measurement, and d) As a tool of recording cost economizing.*

Keywords : *Meliling blend, stoneware KI, standard costing, cost of goods manufactured, business decision.*

PENDAHULUAN

Bahan baku utama keramik adalah tanah liat atau batuan, terutama tanah liat dan lempung (Effendi, 2000:21). Bahan baku yang digunakan untuk badan keramik adalah *stoneware.* Suatu massa raga keramik yang dibuat dari campuran beberapa bahan akan menjadi baik (plastis) apabila perbandingan antara bahan-bahan yang digunakan tepat, sehingga dalam proses pembentukan tidak menemui kendala.

Kualifikasi bahan baku *stoneware* dapat bervariasi tergantung pada jenis barang yang dibuat, tetapi sebagian besar orang akan memilih bahan baku yang memiliki sifat-sifat fisik mentah prabakar (*green body*)

yaitu: sangat plastis untuk pengerjaan dengan teknik putar, mengandung butiran kasar secukupnya yang memungkinkan untuk membuat produk dalam bentuk besar, susut dalam pengeringan, susut kering tidak lebih dari 5%, tidak ada kecenderungan meleot, retak atau pecah dalam pengeringan, tidak mengandung alkali yang akan menimbulkan busa atau bahan organik dalam jumlah besar. Keberadaan bahan-bahan yang berkaitan dengan proses produksi keramik sangat diperlukan untuk memperoleh benda keramik yang memenuhi standar kualifikasi yang baik (Cingah, dk, 2006:23).

Stoneware dari beberapa komposisi yang diproduksi oleh bagian pengolahan bahan pada Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Seni dan Teknologi Keramik dan Porselin (UPT PSTKP) Bali - Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) berfungsi sebagai penyedia jasa teknologi untuk bahan pembuatan benda keramik bagi pihak luar. Untuk memperoleh produk keramik yang bernilai tambah tinggi, pangsa pasar memadai, dan dapat bersaing di pasar, diperlukan kajian tekno ekonomi perhitungan harga pokok produksi masa bodi yang tepat (Kamiana, dk, 2005:55). Kualitas *stoneware* yang baik dilihat dari komposisi bahan baku dan peresapan airnya. Kesalahan didalam pembebanan biaya berakibat pada kesalahan dalam penentuan harga pokok produksi, harga pokok penjualan, penilaian sediaan, harga jual, dan harga transfer.

UPT PSTKP Bali - BPPT selama ini belum melakukan pembebanan biaya secara tepat. Oleh karena di dalam membebankan biaya tidak didasarkan pada landasan teori akuntansi biaya yang memadai. Biaya bahan baku ditentukan dengan mengalikan persentase penggunaan masing-masing bahan dengan harga per kilogram (kg). Biaya tenaga kerja langsung mengacu pada penggunaan bahan baku, yang besarnya sekitar 15% dari biaya bahan baku. Biaya overhead pabrik juga berpedoman pada biaya bahan baku, persentasenya kurang lebih sebesar 15% dari biaya bahan baku (10% variabel dan 5% tetap). Hal ini mengakibatkan kesalahan didalam menentukan harga pokok produksi dan penilaian sediaan. Harga pokok produksi Stoneware *KI* per kilogram menurut perhitungan UPT PSTKP Bali - BPPT dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1: Harga Pokok Produksi *Stoneware KI* (dl Rp)

Komposisi	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Biaya Overhead Pabrik Variabel	Biaya Overhead Pabrik Tetap	Harga Pokok Produksi
K1	2.045,76	306,86	204,57	102,28	2.659,47

Sumber : UPT PSTKP Bali - BPPT, 2011

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana komposisi tanah Meliling dalam membentuk stoneware KI ?; (2)Bagaimana perhitungan harga pokok produksi Stoneware *K1* dengan biaya standar ?; dan (3) Apakah manfaat biaya standar pembuatan stoneware KI bagi keputusan bisnis.

TINJAUAN PUSTAKA

Biaya standar merupakan penentuan biaya ditentukan di muka, disusun berdasar aliran biaya (Mas'ud, 1993:135). Biaya standar adalah biaya ditentukan di muka, yang merupakan jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk membuat satu satuan produk atau untuk membiayai kegiatan tertentu (Mulyadi, 2005:387). Sistem biaya standar dirancang untuk mengendaliakan biaya (Mulyadi, 2005:388). Biaya standar merupakan alat yang penting di dalam menilai pelaksanaan kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Standar dapat digolongkan atas dasar tingkat keketatan atau kelonggaran sebagai

berikut (Mulyadi, 2005:394) : (1) Standar teoritis : standar yang ideal yang dalam pelaksanaannya sulit untuk dicapai. Asumsi yang mendasari standar teoritis ini adalah bahwa standar merupakan tingkat yang paling efisien yang dapat dicapai oleh para pelaksana kebaikan standar teoritis adalah bahwa standar tersebut dapat; (2) Rata-rata biaya waktu yang lalu : standar yang longgar sifatnya. Rata-rata biaya waktu yang lalu dapat mengandung biaya-biaya yang tidak efisien, yang seharusnya tidak boleh dimasukkan sebagai unsur biaya standar; (3) Standar normal : didasarkan atas taksiran biaya dimasa yang akan datang dibawah asumsi

keadaan ekonomi dan kegiatan yang normal. Standar normal berguna bagi manajemen dalam perencanaan kegiatan jangka panjang dan dalam pengambilan keputusan yang bersifat jangka panjang. Dalam penelitian ini menggunakan standar normal; dan (4) Pelaksanaan terbaik yang dapat dicapai (*attainable high performance*) : standar jenis ini banyak digunakan dan merupakan kriteria yang paling baik untuk menilai pelaksanaan. Standar ini didasarkan pada tingkat pelaksanaan terbaik yang dapat dicapai dengan memperhitungkan ketidakefisienan kegiatan yang tidak dapat dihindari terjadinya.

Standar harus dibuat serealistis mungkin, semua faktor-faktor yang akan mempengaruhi pembuatan tersebut harus diperhitungkan, baik faktor dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan dengan memperhatikan pengalaman masa lalu sebagai dasar dan estimasi yang akan datang sebagai pelengkap (Mas'ud, 1985:137). Biaya standar juga dapat diterapkan untuk beberapa elemen biaya saja. Misalnya bahan baku memakai biaya sesungguhnya (actual cost), tetapi upah langsung memakai biaya standar. Hal ini tergantung tujuan dan manfaat penerapan biaya standar (Mas'ud, 1985:160). Apabila dengan biaya standar tidak (kurang) tepat bagi suatu perusahaan, maka lebih baik perusahaan memakai biaya aktual sebagian (seluruhnya).

Menurut Horngren (1993:75) ada tiga unsur utama di dalam biaya suatu produk, yaitu: bahan baku langsung (*direct material),* tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya overhead pabrik (*factory overhead*) terdiri dari overhead pabrik variabel dan overhead pabrik tetap. Proses produksi menurut Hansen & Mowen (1997:127) : pengolahan bersama bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik untuk memproduksi sebuah produk baru. Barang yang diproduksi adalah berwujud, dapat diinventarisasi dan dipindahkan dari pabrik kepada konsumen. Fungsi produksi adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual (Supriyono, 2000:18).

Biaya barang yang telah diselesaikan selama suatu periode disebut harga pokok produksi barang selesai (*cost of goods manufactured*) atau disingkat harga pokok produksi (Soemarso, 1996:295). Harga pokok produksi terdiri dari biaya pabrik ditambah persediaan dalam proses awal periode, dikurangi persediaan dalam proses akhir periode. Untuk menghitung harga pokok produksi digunakan sistem biaya standar (*standard cost system*).

Metode penentuan harga pokok produksi adalah penentuan atau cara memperhitungkan semua unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Menurut Mulyadi (1993:50), ada 2 pendekatan yang digunakan yaitu : (*1).Full costing*, yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel. Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi sebagai berikut : Biaya bahan baku + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya Overhead Pabrik Variabel + Biaya Overhead Pabrik Tetap ; (2) *Variable costing,* yaitu metode penentuan harga pokok produksi yang

hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi. Dalam penelitian ini digunakan metode biaya penuh (*full costing*).

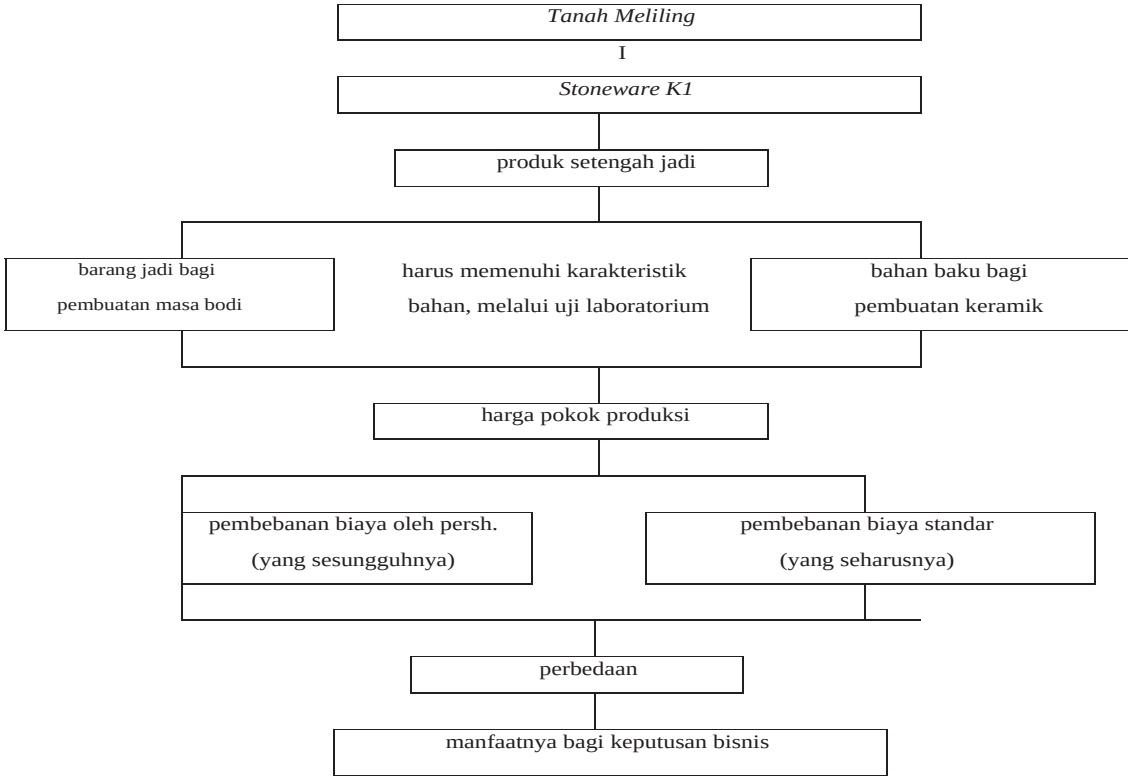
Stoneware adalah bahan yang digunakan untuk badan keramik yang cocok pada pembakaran dengan suhu yang tinggi sekitar 1.200^0C – 1.300^0C (Alexander, 2000:81). Sifat yang dikandung *stoneware* memiliki titik lebur yang lebih tinggi dibandingkan dengan *earthenware*. Sifat-sifatnya : bodinya (badan) kuat sekali, kerapatannya tinggi, peresapan airnya rendah 1%-2%. Untuk membuat *stoneware* pertama kali digunakan tanah liat murni, yaitu langsung dari penggalian (toko) lalu cari angka peresapan airnya.

Bahan baku yang digunakan untuk membentuk *Stoneware* adalah Tanah (Lempung) Merah Lombok, Ball Clay Bantur, Feldspar RRC, dan Kuarsa Bakar Belitung, dan lainnya. Lempung menurut Hartono (1983:3) dibagi menjadi tiga pengertian, yaitu: sebagai ukuran besar butir, semua bahan padat yang mempunyai ukuran besar butir lebih kecil dari 2 μm; sebagai kumpulan bahan mineral, bahan yang berbutir halus terdiri dari mineral kristalin yang dinamakan mineral lempung; dan sebagai istilah batuan, salah satu bahan pmbentuk *lhitosphir*.

Feldspar adalah suatu senyawa alumina silikat yang mengandung satu atau lebih unsur basa seperti : K, Na, Ca, dan Ba (Hartono, 1983:83). Suatu kelompok mineral batuan beku yang terutama terdiri dari senyawa silikat dari K, Na dan Ca dalam mana pada umumnya satu kation bisa merupakan kation utama. *Feldspar* jumlahnya berlimpah dan banyak terdapat di dalam kerak bumi, termasuk kelompok mineral silikat (Alexander, 2000:42). *Ball Clay* adalah lempung yang dalam kering menjadi keras dan sangat kuat. Kadang-kadang bila dibuat benda keramik dari bahan *ball clay* akan banyak timbul retak-retak (Hartono, 1983:22).

Rerangka Konseptual Penelitian

Rerangka konseptual mencerminkan alur pemikiran yang mendasari penelitian ini, yang dapat digambarkan sebagai berikut :



METOTOLOGI PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar (Sugiyono, 1999:13). Pada penelitian ini, data kualitatif yang digunakan adalah : sejarah berdirinya UPT PSTKP Bali-BPPT, aktiva tetap yang digunakan dalam pembuatan stoneware, struktur organisasi, fungsi pokok UPT PSTKP Bali- BPPT, uraian tugas, proses pembuatan stoneware, dan jenis bahan baku pembuatan stoneware; dan (2) Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring : baik sekali = 4, baik = 3, kurang baik = 2, dan tidak baik = 1) (Sugiyono, 1999:14). Pada penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan adalah: biaya penyusutan aktiva tetap yang digunakan dalam proses produksi, kuantitas bahan, harga bahan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air, biaya tenaga kerja selama proses produksi, komposisi bahan, harga pokok produksi, jam mesin, jam tenaga kerja langsung, dan Upah Minimum Kota Denpasar.

Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu : (1) Data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seorang peneliti atau suatu lembaga tertentu langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya dan hasilnya digunakan langsung oleh peneliti atau oleh lembaga itu sendiri untuk memecahkan permasalahan yang akan dicari jawabannya (Gorda, 1994:78). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah : aktiva tetap, biaya penyusutan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air, jam mesin, jam tenaga kerja langsung, komposisi bahan baku, penggunaan bahan baku, biaya pmeliharaan, dan jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan bahan; dan (2) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti bukan dari hasil pengumpulan dan pengolahn sendiri melainkan dilakukan oleh orang lain atau oleh lembaga tertentu (Gorda, 1994:79). Jadi data yang idgunakn oleh peneliti dalam upaya mencari jawaban atas permasalahan penelitiannya adalah data yang dipublikasikan oleh orang lain atau lembaga tertentu lainnya dan tidak oleh peneliti sendiri. Data sekunder pada penelitian ini adalah : upah minimum kota Denpasar dari Depnakertrans, jenis bahan baku keramik dari Balai Besar Industri Keramik Bandung, dan standar peresapan air yang memenuhi syarat sebagai stoneware dari *American Standard Testing Material (ASTM).*

Pengumpulan data dilakukan melalui : (1) Observasi, yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan mengamati langsung terhadap obyeknya atau mengganti obyeknya (misalnya : film, video, rekonstruksi, dan lain-lain) (Gorda, 1994:84). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati proses pembentukan stoneware dan campuran bahan baku yang digunakan; dan (2) Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara lisan antara pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai atau responden *(interviewee)* (Gorda, 1994:81). Pada teknik ini terjadi interaksi yang berhadap-hadapan antara pewawancara dengan responden, kesan pertama pewawancara akan menentukan keberhasilan dalam pengumpulan data. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada bagian pengolahan bahan, bendahara pelayanan teknis, manajer pelayanan teknis, dan kelompok fungsional tekno-ekonomi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah : (1) Untuk menghitung harga pokok produksi digunakan sistem biaya standar dengan metode biaya penuh (*full costing*), yang dikemukakan oleh Mulyadi (1993:50), dengan rumus:

Biaya bahan baku	Rp …
Biaya tenaga kerja langsung	Rp …
Biaya overhead pabrik variabel	Rp …
Biaya overhead pabrik tetap	Rp ... +
Harga pokok produksi	Rp …

- Standar biaya bahan baku = Standar pemakaian bahan baku x Standar harga bahan baku

Standar pemakaian bahan baku = Persentase penggunaan bahan baku x Kebutuhan bahan baku per kg

Standar harga bahan baku = Harga rata-rata yang diharapkan masing-masing bahan baku

- Standar biaya tenaga kerja langsung = Tarif per jam x Standar waktu per kg Stoneware

$$\text{Tarif per jam} = \frac{\text{Upah tenaga kerja langsung per bulan}}{\text{Jam kerja efektif per bulan}}$$

atau

$$= \frac{\text{100\% x (Upah Minimum Kota Denpasar)}}{\text{Jam kerja efektif per bulan}}$$

$$\text{Standar waktu u/ 1 kg Stoneware} = \frac{\text{Jam kerja untuk pembuatan Stoneware dl. 1 kali proses}}{\text{Jumlah Stoneware yang dihasilkan dl. 1 kali proses}}$$

- Standar tarif biaya overhead pabrik dihitung dengan membagi jumlah biaya overhead pabrik yang dianggarkan pada kapasitas normal.

$$\text{Tarif BOP V} = \frac{\text{Budget biaya overhead pabrik variabel bulanan}}{\text{Unit Stoneware pada kapasitas normal}}$$

$$\text{Tarif BOP T} = \frac{\text{Budget biaya overhead pabrik tetap bulanan}}{\text{Unit Stoneware pada kapasitas normal}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tanah Meliling sebagai Bahan Baku Untuk Pembentukan Stoneware KI

Tanah Meliling merupakan sebuah lempung yang berasal dari daerah Meliling (kabupeten Tabanan) yang telah memenuhi standar laboratorium sebagai bahan baku untuk membentuk massa bodi keramik. Kualifikasi tentang susut basah, susut kering, susut jumlah, pengurangan kadar udara, peresapan air, dan lain-lain yang disyaratkan oleh ASTM telah dipenuhi oleh tanah Meliling sebagai bahan baku massa bodi keramik. Pada UPT PSTKP Bali, tanah Meliling telah dapat digunakan untuk memproduksi massa bodi KI yang telah memperoleh hak paten beberapa tahun yang lalu.

Campuran tanah Meliling dengan bahan baku lainnya dapat membentuk massa bodi KI. Massa bodi KI terdiri dari campuran bahan berikut : tanah Meliling 50%, kaolin 20%, feldspar Lodoyo 20%, ball clay 8%, dan talk 2%. Jumlah bahan baku yang dimasukkan dalam proses produksi massa bodi KI terdiri dari : tanah Meliling → 50% x 800 kg = 400 kg, kaolin → 20% x 800 kg = 160 kg, feldpsar Lodoyo → 20% x 800 kg = 160 kg, ball clay → 8% x 800 kg = 64 kg, dan talk → 2% x 800 kg = 16 kg. Campuran bahan baku sebesar 800 kg ditambah dengan air secukupnya akan menghasilkan massa bodi KI sebanyak 940 kg. Hal ini berarti campuran bahan baku sebanyak 1 kg akan menghasilkan 1,175 kg massa bodi KI, atau untuk membentuk 1 kg massa bodi KI dibutuhkan campuran bahan baku sebanyak 0,851 kg.

Analisis Harga Pokok Produksi Stoneware KI

1. Standar Biaya Bahan Baku

Standar biaya bahan baku = standar pemakaian atau kuantitas bahan baku per kg stoneware x standar harga bahan baku. Standar pemakaian bahan baku atau kuantitas bahan baku ditentukan dari rata-rata pemakaian bahan baku untuk masing-masing janis bahan dalam suatu komposisi. Untuk stoneware KI

terdiri dari 5 jenis bahan baku. Untuk satu jenis bahan baku dalam suatu komposisi, harus dicari berapa persentase bahan baku tersebut dalam komposisi itu. Dengan demikian untuk menentukan pemakaian (kuantitas) bahan baku maka pertama harus ditentukan persentase pemakaian bahan baku dalam komposisi itu. Persentase yang bervariasi tergantung kuantitas bahan baku yang digunakan dan telah memenuhi uji laboratorium yang memenuhi standar kualifikasi bahan, yang oleh *American Standard Testing Material (ASTM)* ditentukan peresapan airnya < 5%.

Apabila persentase komposisi bahan baku telah didapatkan, maka selanjutnya adalah menentukan berapa kebutuhan bahan baku untuk menghasilkan 1 kg stoneware. Berdasarkan pengalaman dan rata–rata periode sebelumnya, maka untuk 800 kg bahan baku yang diproses dalam peralatan produksi, akan dihasilkan 940 kg stoneware. Dengan demikian kebutuhan bahan baku untuk 1 kg stoneware adalah 800/940 = 0,851. Berdasarkan perhitungan tersebut didapat bahwa standar pemakaian (kuantitas) bahan baku per kg stoneware adalah : persentase penggunaan bahan x 0,851 x 1 kg. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada Lampiran 1.

Standar harga bahan baku ditentukan dengan mencari rata-rata harga perolehan bahan baku dari pihak luar yang tersedia di bagian pengolahan bahan. Rata-rata harga perolehan tersebut merupakan harga yang diharapkan atau menjadi standar. Komposisi KI terdiri dari 5 jenis bahan baku. Dengan demikian akan ada 5 standar harga bahan baku untuk komposisi stoneware KI. Standar biaya bahan baku dihitung dengan mengalikan standar pemakaian (kuantitas) bahan baku dengan standar harga bahan baku untuk masing-masing komposisi. Perhitungan standar biaya bahan baku dijelaskan pada Lampiran 1.

Biaya bahan baku stoneware KI adalah Rp 2.045,76 per kg. Biaya bahan baku stoneware KI sesuai dengan komposisi bahan baku yang membentuk stoneware tersebut. Perbedaan biaya bahan baku untuk suatu komposisi disebabkan oleh karena perbedaan persentase penggunaan bahan baku untuk setiap komposisi, jenis (kualitas) bahan baku, dan standar harga bahan baku. Semakin besar persentase penggunaan bahan baku dalam suatu komposisi, maka biaya bahan baku cenderung semakin besar. Demikian juga sebaliknya, semakin kecil persentase penggunaan bahan baku dalam suatu komposisi, maka biaya bahan baku cenderung semakin kecil.

Jenis (kualitas) bahan baku menentukan besar kecilnya biaya bahan baku. Jenis (kualitas) bahan baku berkaitan dengan standar harga bahan baku, artinya jenis (kualitas) bahan baku yang lebih baik menunjukkan semakin besarnya pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku tersebut. Hal ini berarti semakin besarnya harga perolehan yang dikeluarkan untuk mendapatkannya. Harga perolehan bahan baku yang semakin besar mencerminkan standar biaya bahan juga semakin besar.

2. Standar Biaya Tenaga Kerja Langsung

Standar biaya tenaga kerja langsung dihitung dengan cara menentukan tarif biaya tenaga kerja langsung per jam dikalikan dengan standar waktu (jam) yang digunakan untuk memproduksi 1 kg stoneware. Rumusnya, Standar Biaya Tenaga Kerja Langsung = Tarif Biaya Tenaga Kerja Langsung per Jam x Standar Waktu per Jam x Standar Waktu untuk mengerjakan stoneware per kg.

Tarif Biaya Tenaga Kerja Langsung

= ((100% x (Upah Minimum Kota Denpasar)) : (Jam Kerja Efektif per Bulan).

= (100% x Rp 1.100.000,00 x 3 orang) : (8 jam x 22 hari kerja x 3 orang pekerja)

= (Rp 3.300.000,00) : (528) jam

= Rp 6.250,00 per jam

Standar Waktu per kg

= (Standar Jam Tenaga Kerja Langsung untuk Memproduksi stoneware dalam sekali proses) : (stoneware yang dihasilkan dalam sekali proses).

= ((3,5 jam pada proses penggilingan + 1 jam pada proses pengurangan kadar air + 5 jam pada proses penghomogenan massa) x 3 orang pekerja)) : (940)

= ((16 ,5) x 3)) jam : (940) kg

= (28,5)) : (940) kg

= 0,0303 jam/kg.

Perhitungan standar biaya tenaga kerja langsung untuk memproduksi stoneware KI dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada Lampiran 2.

Pada Lampiran 2 terlihat bahwa standar biaya tenaga kerja langsung untuk memproduksi stoneware adalah sebesar Rp 189,38 per kg. Angka tersebut diperoleh dengan mengalikan standar tarif biaya tenaga kerja langsung per jam dengan waktu yang diperlukan untuk memproduksi stoneware per kg. Standar biaya tenaga kerja langsung relatif sama untuk jumlah komposisi bahan baku tetentu. Hal ini disebabkan oleh karena proses pengolahan stoneware untuk komposisi adalah identik atau sama, artinya tidak ada perbedaan proses pengolahan stoneware dari tahap penggilingan sampai dengan tahap penghomogenan massa, tetapi untuk jenis bahan baku yang lebih banyak cenderung mengkonsumsi jam kerja yang lebih besar pada tahap penggilingan, terutama pada proses penimbangan, dan pengangakatan ke ball mill. Personil yang terlibat, jam mesin yang dibutuhkan, jam tenaga kerja langsung yang digunakan, tarif listrik, biaya air, biaya penyusutan, dan jenis bahan baku yang digunakan hampir homogen berupa bongkahan-bongkahan yang tidak terlalu padat seperti batu.

Perbedaan standar biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing komposisi akan terjadi, apabila jenis dan jumlah variasi bahan baku yang dimasukkan proses produksi adalah relatif berbeda, yaitu ada yang berupa bongkahan-bongkahan, ada yang berupa butiran yang agak lembut, atau berupa padatan yang bersifat keras yang macamnya berbeda. Perbedaan jenis atau bentuk fisik bahan baku akan mempengaruhi proses pengolahan bahan baku tersebut. Jenis atau bentuk fisik bahan baku yang relatif keras dan berupa padatan memerlukan proses penghancuran dengan alat *jaw cruiser* sebelum dimasukkan ke *ball mill* untuk digiling. Adanya proses penghancuran ini, memerlukan tenaga kerja langsung untuk menanganinya. Dalam proses penggilingan tersebut tentu dibutuhkan waktu yang cukup bagi tenaga kerja yang terlibat langsung. Penggunaan waktu jam tenaga kerja langsung membawa efek pada penambahan biaya untuk personil tenaga kerja langsung.

Hal yang sebaliknya akan terjadi apabila jenis atau bentuk fisik bahan baku yang berupa bongkahan-bongkahan yang tidak padat atau tidak keras, maka tidak diperlukan proses penghancuran lagi untuk bisa digiling pada *ball mill*, sehingga tidak diperlukan tenaga kerja langsung dalam proses penghancuran. Dengan demikian tidak akan menambah pengeluaran untuk biaya tenaga kerja langsung.

3. Standar Biaya Overhead Pabrik Variabel

Standar biaya overhead pabrik variabel dihitung : dengan menentukan tarif biaya overhead pabrik variabel (Tarif BOP V), yaitu membagi jumlah biaya overhead pabrik variabel yang dianggarkan pada kapasitas normal dengan unit produk yang dihasilkan pada kapasitas tersebut atau jam mesin.

$$\text{Tarif BOP V} = \frac{\text{Budget biaya overhead pabrik variabel bulanan}}{\text{Unit Stoneware pada kapasitas normal}}$$

Hasil perhitungan tarif biaya overhead pabrik variabel dijelaskan pada Lampiran 3.

Pada Lampiran 3 terlihat bahwa tarif biaya overhead pabrik variabel adalah Rp

64,33 per kg. Tarif sebesar itu diperoleh dari budget biaya overhead pabrik variabel yang terdiri dari biaya listrik untuk penggunaan aktiva tetap (mesin) berupa *ball mill, filter press*, dan *pug mill*, serta penggunaan air yang dicampur dengan bahan baku pada saat penggilingan. Jumlah stoneware yang dihasilkan selama satu bulan adalah 940 kg x 15 kali =14.100 kg. Jumlah tersebut dipakai membagi budget biaya overhead pabrik variabel selama sebulan, sehingga didapatkan sebuah tarif.

Tarif biaya overhead pabrik variabel adalah sama untuk suatu komposisi . Hal ini disebabkan oleh karena proses pengolahan stoneware identik atau sama, artinya tidak ada perbedaan proses pengolahan stoneware dari tahap penggilingan sampai dengan tahap penghomogenan massa. Jam mesin yang dibutuhkan, listrik yang digunakan untuk menggerakan mesin *ball mill, filter press,* dan *pug mill*, biaya air, dan jenis bahan baku yang digunakan hampir homogen berupa bongkahan-bongkahan yang tidak terlalu padat seperti batu.

Perbedaan tarif biaya overhead pabrik variabel untuk suatu komposisi akan terjadi, apabila jenis bahan baku yang dimasukkan proses produksi adalah relatif berbeda, yaitu ada yang berupa bongkahan-bongkahan, ada yang berupa butiran yang agak lembut, atau berupa padatan yang bersifat keras. Perbedaan jenis atau bentuk fisik bahan baku akan mempengaruhi proses pengolahan bahan baku tersebut. Jenis atau bentuk fisik bahan baku yang relatif keras dan berupa padatan memerlukan proses penghancuran dengan alat *jaw cruiser* sebelum dimasukkan ke *ball mill* untuk digiling. Adanya proses penghancuran ini, memerlukan tambahan jam mesin untuk menghancurkan bahan-bahan padat dan keras. Penggunaan tambahan jam mesin membawa efek pada penambahan biaya listrik, biaya pemeliharaan mesin, dan penggunaan air.

4. Standar Biaya Overhead Pabrik Tetap

Standar biaya overhead pabrik tetap dihitung dengan menentukan tarif biaya overhead pabrik tetap (Tarif BOP T), yaitu membagi jumlah biaya overhead pabrik tetap yang dianggarkan pada kapasitas normal dengan unit produk yang dihasilkan pada kapasitas tersebut atau jam mesin.

$$\text{Tarif BOP T} = \frac{\text{Budget biaya overhead pabrik tetap bulanan}}{\text{Unit Stoneware pada kapasitas normal}}$$

Hasil perhitungan tarif biaya overhead pabrik tetap selengkapnya dijelaskan pada Lampiran 3.

Pada Lampiran 3 terlihat bahwa tarif biaya overhead pabrik tetap adalah Rp 499,78 per kg. Tarif sebesar itu diperoleh dari budget biaya overhead pabrik tetap yang terdiri dari Upah tak langsung, biaya listrik yang bersifat tetap untuk penggunaan aktiva tetap (mesin) berupa *ball mill, filter press*, dan *pug mill*, biaya penyusutan gedung pengolahan bahan, biaya penyusutan mesin *ball mill, filter press*, dan *pug mill,* serta biaya pemeliharaan aktiva tetap. Jumlah stoneware yang dihasilkan selama satu bulan adalah 940 kg x 15 kali = 14.100 kg. Jumlah tersebut dipakai membagi budget biaya overhead pabrik tetap sebulan, sehingga didapatkan sebuah tarif tetap.

Tarif biaya overhead pabrik tetap adalah sama untuk suatu komposisi. Hal ini disebabkan oleh karena proses pengolahan stoneware untuk suatu komposisi adalah identik atau sama, artinya tidak ada perbedaan proses pengolahan stoneware dari tahap penggilingan sampai dengan tahap penghomogenan massa. Dengan demikian tidak ada penambahan mesin maupun aktiva tetap pabrik lain yang digunakan untuk pengolahan bahan yang sifatnya tidak keras dan tidak padat.

Harga pokok produksi stoneware KI yang menggunakan biaya standar per kg dihitung dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap per kg. Artinya harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi oleh karena dalam memproduksi stoneware di UPT PSTKP Bali – BPPT tidak adanya sediaan barang dalam proses awal maupun sediaan barang dalam proses akhir. Perhitungan harga pokok produksi stoneware yang menggunakan biaya standar dapat dijelaskan pada Lampiran 4.

Lampiran 4 menunjukkan bahwa harga pokok produksi stoneware KI dengan biaya standar adalah 2.799,25 per kg. Variasi harga pokok produksi stoneware per kg yang menggunakan biaya standar disebabkan oleh variasi bahan baku per kg yang digunakan membentuk stoneware, sementara biaya tenaga kerja langsung tetap untuk jumlah jenis bahan baku tertentu maupun biaya overhead pabrik (variabel dan tetap) untuk semua komposisi adalah sama. Biaya tenaga kerja langsung yang relatif sama dan biaya overhead pabrik variabel maupun tetap yang sama untuk suatu komposisi disebabkan oleh karena proses produksi stoneware adalah sama, dan kondisi fisik bahan baku yang identik dan tidak keras seperti padatan, melainkan berupa butiran-butiran kecil yang tidak memerlukan proses penghancuran dengan alat *jaw cruiser*. Tidak adanya proses penghancuran menunjukkan tidak diperlukannya tambahan biaya untuk tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Harga pokok produksi stoneware yang menggunakan biaya standar berbeda dengan yang sesungguhnya (Tabel 2).

Tabel 2 : Perbedaan Harga Pokok Produksi Stoneware KI Antara Yang Standar dengan Yang Sesungguhnya (dl. Rp)

N	Komposisi	Harga Pokok Produksi Yang Menggunakan Biaya Standar per Kg	Harga Pokok Produksi Yang Sesungguhnya per Kg	Perbedaan Lebih Besar (Lebih Kecil)
1	KI	2.799,25	2.659,47	139,78

Sumber : Tabel 1, Lampiran 1, Lampiran 2, dan Lampiran 3, 2011.

Tabel 2 menunjukkan bahwa ada perbedaan harga pokok produksi stoneware KI yang menggunakan standar dengan harga pokok produksi yang sesungguhnya. Hal ini disebabkan karena perhitungan harga pokok produksi stoneware yang sesungguhnya sebagian besar biayanya ditentukan oleh biaya bahan baku. Biaya bahan baku menjadi ukuran besar kecilnya penyerapan biaya untuk perhitungan harga pokok produksi. Biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik secara proporsional (sebanding) dengan biaya bahan baku, yang proporsinya masing-masing adalah 15% untuk biaya tenaga kerja langsung, dan 10% untuk biaya overhead pabrik variabel, dan 5% untuk biaya overhead pabrik tetap. Alasan lain yang mendukung adalah penentuan harga pokok produksi stoneware yang sesungguhnya tidak didasarkan pada perincian biaya yang benar-benar dikeluarkan pada masa sebelumnya, tetapi hanya didasarkan pada persentase dari biaya bahan baku.

Manfaat Biaya Pembnetukan Stineware KI Standar Bagi Keputusan Bisnis

Biaya standar bisa digunakan dalam berbagai tujuan, antara lain : (1) Sebagai alat pengawasan → Salah satu pelaksanaan pengawasan yang baik bagi manajemen adalah membandingkan hasil pelaksanaan yang sesungguhnya dengan yang seharusnya terjadi. Biaya standar memberikan dasar untuk perbandingan tersebut. Penelitian yang dilakukan di UPT PSTKP Bali, didapat bahwa harga pokok produksi stoneware KI yang menggunakan biaya standar hasilnya lebih kecil dibandingkan dengan menggunkaan biaya aktual. Perbedaan tersebut disebabkan oleh karena perbedaan pembebanan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead

pabrik baik variabel maupun tetap. Selisihnya merupakan selisih tidak menguntungkan; (2) Sebagai alat pengambilan keputusan → Biaya standar seringkali dipakai untuk menentukan harga jual, terutama untuk produk khusus seperti jasa dan semacamnya, yang dibebankan pada pelanggan-pelanggan khusus. Pada UPT PSTKP Bali, biaya standar bisa digunakan untuk menentukan tarif jasa desain, jasa bakar, jasa pelatihan, dan lain-lain; (3)Sebagai alat pengukuran biaya yang rasional → Apabila perusahaan menggunakan sistem biaya sesungguhnya ada kemungkinan bahwa untuk satu macam jenis produk dengan bahan yang sama dan jumlah bahan yang seharusnya sama tetapi pembebanannya tidak sama. Misalnya dalam industri keramik yang memproduksi satu jenis stoneware yang komposisinya tertentu, memakai bahan baku utama lempung Meliling. Ada kemungkinan karena kerusakan bahan baku, atau pekerja yang mengerjakan berlainan penggunaan bahan baku untuk satu unit stoneware menjadi berlainan untuk pekerja yang berlainan, sehingga satu unit stoneware dibebani biaya bahan baku yang berbeda; dan (4) Menghemat biaya pencatatan → Dalam sistem biaya sesungguhnya semua arus biaya secara detail harus diikuti dan dicatat sehingga memerlukan jumlah pencatatan dan waktu yang lebih banyak dan sekaligus memperbanyak biaya pencatatan. Dalam sistem biaya standar yang akan dicatat sudah distandarkan, tinggal mengalikan dengan jumlah yang dipakai.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat dibuat simpulan sebagai berikut : (1) Tanah Meliling merupakan bahan baku utama untuk memproduksi stoneware KI dan telah memenuhi standar kualifikasi bahan melalui uji laboratorium. Komposisi bahan baku pemebntukan stoneware KI adalah : tanah Meliling → 50%, kaolin 20%, feldspar Lodoyo 20%, ball clay 8%, dan talk 2%; (2) Harga pokok produksi stoneware KI dengan menggunakan sistem biaya standar berbeda dengan sistem biaya sesungguhnya. Harga pokok produksi stoneware KI dengan menggunakan biaya standar adalah Rp 2.799,25 sedangkan yang sesungguhnya adalah Rp 2.659,47. Harga pokok produksi stoneware KI yang sesungguhnya lebih kecil Rp 139,78 daripada yang menggunakan biaya standar; dan (3) Penerapan biaya standar stoneware KI sangat bermanfaat dalam pengambilan keputusan bisnis produk stoneware, yaitu : (1) Sebagai alat pengawasan, artinya biaya standar menjadi pembanding harga pokok produksi stoneware antara apa yang sesungguhnya terjadi dengan apa yang seharusnya terjadi; (2) Sebagai alat pengambilan keputusan, artinya sistem biaya standar seringkali dipakai menentukan harga jual stoneware untuk pelanggan-pelanggan tertentu, atau penentuan harga atau tarif jasa desain, jasa pembakaran, dan jasa pelatihan untuk produk keramik; (3) Sebagai alat pengukuran biaya yang rasional, artinya sistem biaya standar memberikan biaya yang sama untuk satu jenis komposisi stoneware yang sama; dan (4) Sebagai alat menghemat biaya pencatatan, artinya sistem biaya standar hanya mencatat perkalian antara jumlah stoneware yang dihasilkan dengan standar biaya, dan tidak perlu melakukan pencatatan secara detail.

DAFTAR PUSTAKA

Alexander, Brian. 2000. *Panduan Praktis Kamus Keramik Untuk Praktisi, Perajin, dan Industri*. Jakarta. Milenia Populer.

Ardi, Solichin. 1986. *Pengujian Bahan Mentah dan Produk Keramik*. Bandung. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Keramik.

Anonimous. 1999. *Lokasi dan Sumber Daya Bahan Galian C*. Mataram. Dinas Pertambangan dan Energi Propinsi NTB.

Cingah, Made, dk.. 2006. *Kajian Tekno-Ekonomi Terhadap Karakteristik, Harga Pokok Produksi, dan Harga*

Jual Bahan Mentah Keramik Komposisi KR-35 Sebagai Raga Stoneware Dengan Peresapan Air 1,08% Pada Suhu Bakar 1.250^{o}C. Forum Manajemen, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2006. 23-34.

Cooper, Donald R. dan Emory, C. William. 1998. *Metode Penelitian Bisnis*. Jilid 2. Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga.

Effendi, M. Dachyar. 2000. *Analisa Ekonomi Industri Pengolahn Bahan Baku Keramik di Bali*. Mandiri (Majalah Politeknik Negeri Bali). Nomor 18, Oktober 2000. 20-24.

Gorda, I Gusti Ngurah. 1994. *Metode Penelitian Sosial*. Denpasar. Universitas Pendidikan Nasional.

Hansen & Mowen. 1997. *Accounting and Control, Cost Management*. USA. South Western College.

Hartono, Y.M.V. 1983. *Bahan Mentah Untuk Pembuatan Keramik*. Bandung. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Keramik.

Horngren, Charles T. 1991. *Pengantar Akuntansi Manajemen*. Jilid 2. Edisi Keenam. Cetakan Kedua. Jakarta. Erlangga.

Kamiana, Nyoman, dk. 2005. *Penerapan Metode Biaya Absorpsi Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Masa Bodi Kalimantan Komposisi FC2R dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Laba.* Forum Manajemen. Volume 3, Nomor 1, Tahun 2005. 55-63.

Mas'ud, MC. 1985. *Akuntansi Manajemen*. Buku Dua. Edisi Revisi. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.

Mulyadi. 1993. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*). Edisi Kedua. Yogyakarta. Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Reeve, James M.. 2000. *Redings and Issues in Cost Management*. Second Edition. USA. South-Western College Publishing.

Soemarso, S.R..1992. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi Keempat.Buku 1. Jakarta. Rineka Cipta.

Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. Bandung. CV Alfabeta.

Sundari, Komang Nelly. 2000. *Pengujian Penyusutan dan Peresapan Air Serta Berat Jenis Terhadap Kualitas Raga Keramik*. Mandiri (Majalah Politeknik Negeri Bali). Nomor 18, Oktober 2000. 25-29.

Supriyono, R.A. 1983. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Buku 1. Edisi 2. Yogyakarta. BPFE.

ANALISIS KEPUASAN YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PASCA BAYAR TELKOMSEL (KARTU HALLO) PADA GERAI HALLO DI TABANAN“.

I Gusti Nyoman Kaler Suputra
(Dosen STIMI “Handayani” Denpasar)

Teuku Farhansyah
(Mahasiswa STIMI “Handayani” Denpasar)

***Abstract** : Globalization in the field of industry cannot be avoided along with the development of telecommunication. By the development of communications technology, the business competitions are more competitive. Therefore, the cellular operators compete to provide excellent service by offering a wide range of product variants all of which focused on increasing customer satisfaction. The increasing of customer satisfaction will result in the increase of customer loyalty. And that is also implemented by Telkomsel (Kartu Halo), one of the cellular operators. The Kartu Halo outlet in Tabanan optimizes their various facilities and services to enhance customer satisfaction. However, customer complaints always arise and result in the declining number of costumer who activated the card in Kartu Halo Outlet in Tabanan. From that point we will questioning, is there any influence of customer satisfaction on customer loyalty. The results of the study show that customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. So it is suggested to the company management to constantly improve customer satisfaction through the improvement of quality service, which in turn is expected to increase customer loyalty.*

***Keywords** : Improving the quality of service to satisfaction and lead to loyalty.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dewasa ini telah memberikan banyak kontribusi terhadap perkembangan teknologi komunikasi sehingga memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Teknologi komunikasi merupakan sarana yang mutlak diperlukan dalam melakukan berbagai kegiatan. Tanpa adanya dukungan dari teknologi komunikasi kegiatan akan mengalami hambatan.

Dunia bisnis kian mengglobal membuat perusahaan melakukan upaya untuk memperhatikan agar konsumen tidak berpindah ke perusahaan lain. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan agar konsumen tidak beralih pada perusahaan lain adalah berusaha menjaga kepuasan konsumen karena kepuasan konsumen akan menimbulkan loyalitas konsumen. “Kepuasan dan loyalitas konsumen adalah hal yang utama pada era persaingan yang semakin ketat” (Kotler, 2003). Dalam situasi persaingan yang demikian perusahaan mulai memberikan perhatian lebih terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, sehingga para pemasar saat ini tidak hanya berkosentrasi pada produk yang dihasilkan dan meningkatkan volume penjualan tetapi lebih banyak berkosentrasi menjaga hubungan baik dengan konsumennya. Tanpa adanya loyalitas konsumen suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan dalam persaingan. Merekrut pelanggan baru akan lebih mahal bagi perusahaan, sehingga perusahaan lebih baik “berusaha menjaga loyalitas konsumen” (Kotler, 2003).

PT. Telkomsel Tbk. sebagai salah satu perusahaan operator di mana berbagai sumber daya dan kemajuan teknologi dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberikan pelayanan telekomunikasi pada masyarakat luas.

Teknologi kian berkembang membuat handphone / telepon genggam semakin bertambah frekuensinya. Dahulu handphone hanya dapat digunakan untuk komunikasi seperti telepon biasa, tetapi saat ini fungsi yang dimiliki handphone semakin bertambah, misalnya dapat digunakan untuk sms, merekam video, musik, radio, kamera dan juga dapat disambungkan dengan jaringan internet. Perusahaan-perusahaan operator seluler berusaha melakukan berbagai cara untuk menarik pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menciptakan keunggulan-keunggulan yang membedakan produk yang satu dengan yang lain agar pelanggan tertarik. Keunggulan yang diciptakan oleh perusahaan operator telepon seluler dapat berupa peningkatan layanan dalam hal luasnya jaringan, kualitas jaringan, inovasi produk, pelayanan pelanggan, dan tarif kompetitif yang wajar serta dengan kemanfaatan produk (www.Telkomsel.co.id, 13 Maret 2011).

Pangamatan dilapangan menunjukan bahwa perkembangan pasar seluler ini banyak didorong oleh perubahan faktor psikografis dan kepribadian pelanggan. Sedangkan gaya hidup mencerminkan bagaimana seorang menghabiskan waktu dan uangnya yang dinyatakan dalam aktivitas-aktivitas, minat dan opini-opininya. Seiring dengan perkembangan tersebut, pelaku bisnis seluler memberikan kesempatan pada masyarakat untuk memanjakan dirinya dengan teknologi komunikasi. Dalam manajemen pemasaran "terdapat dua konsep yang sangat mendasar, yaitu kebutuhan (needs) dan keinginan (wants)". (Kotler, 2003). Tugas utama manajemen pemasaran adalah menditeksi dua hal tersebut dan berusaha memenuhinya.

PT. Telkomsel, Tbk, memiliki Gerai Hallo di masing-masing wilayah yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam hal mengetahui informasi tentang produk Telkomsel, transaksi pembayaran produk pascabayar dan menerima keluhan pelanggan dalam menggunakan produk Telkomsel serta melayani pelanggan dalam pembuatan atau aktivasi kartu prabayar atau pascabayar yaitu Kartu Hallo. Tiga produk unggulan Tekomsel antara lain Simpati, Kartu AS dan Kartu Hallo yang masing-masing memiliki promosi atau tawaran paket-paket yang berbeda baik paket bicara, sms maupun paket internetnya dan pastinya dengan tarif yang berbeda pula. Para pesaing juga gencar mengeluarkan promosi atau tawaran tentang terobosan produk terbaru yang mengunggulkan produknya, seperti dalam produk prabayar dan pascabayar yang dikeluarkan oleh masing-masing operator yang tentunya ada kelebihan dan kekurangannya baik biaya, kelemahan signal yang ditangkap sehingga kinerja produk terganggu.

Karto Hallo sebagai salah satu produk Telkomsel menawarkan berbagai kemudahan dan pelayanan yang menarik kepada para pelanggannya. Namun sebagai suatu produk tentu memeliliki kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan, yang ditawarkan Kartu Hallo dibandingkan produk Telkomsel lainnya adalah paket-paket yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, pembayaran dilakukan setiap bulan seperti halnya telepon rumah sesuai dengan billing cycle melaui kantor Pos Online, di bank yang ada kerjasamanya, M-banking, dan pembayaran dengan T-cash (pembayaran secara E-tronik sesuai dengan merchain tertentu) misalnya melakukan belanja di Indomaret langsung melakukan pembelian puls. Selain itu untuk tarifnya juga flat ke semua operator, signal jauh lebih bagus dibandingkan operator lainnya, kartu dapat diaktifkan kembali terhitung dari tanggal Kartu Hallo tersebut in aktif (cancelled) serta Kartu Hallo merupakan kartu navigator sehingga kapasitasnya jauh lebih besar dari pada kartu Simpati dan kartu AS.

Adapun kelemahan dari produk Kartu Hallo adalah, pengguna sering sekali tidak dapat mengontrol pemakaiannya sehingga biaya pembayaran melonjak mahal terutama jika pengguna menggunakan paket Hallo bebas abodemen atau Hallo bebas bicara, jika terjadi keterlambatan pembayaran lebih dari tiga hari maka secara sistematis nomor akan terblokir dan pengguna tidak dapat menggunakan Kartu Hallonya lagi sebelum melakukan pelunasan biaya, dan jika terjadi kesalahan dalam setingan dalam menggunakan paket Flash unlimited, maka tarif pembayaran yang dikenakan akan melonjak melebihi dari minimum pembayaran.

Data pengguna kartu Hallo dapat dilihat dari data aktivasi Kartu Hallo di Gerai Hallo Tabanan dari tahun 2006 – 2010 pada tabel 1 berikut :

Tabel 1
Data Aktivasi Kartu Hallo di Gerai Hallo Tabanan
Tahun 2006 – 2010

Tahun	Jumlah	Perubahan (%)
2006	779	-
2007	1180	51,48
2008	965	-18,22
2009	312	-67,67
2010	236	-24,36
Total	3472	-58,77
Rata-rata	694,4	-14,69

Sumber : Gerai Hallo Tabanan

Dari tabel 1 ternyata pengguna Kartu Hallo mengalami penurunan rata-rata 14,69%. Ini menunjukkan indikasi bahwa loyalitas pelanggan cendrung menurun. Pengguna Kartu Hallo biasanya digunakan oleh pembisnis (wiraswastawan), instansi pemerintah, pelajar maupun mahasiswa yang umurnya di atas 17 tahun.

Keluhan yang biasanya disampaikan pelanggan pengguna Kartu Hallo di Gerai Hallo Tabanan adalah masalah tagihan yang tidak sesuai dengan penggunaan pelanggan (jumlah tagihan lebih besar dari perkiraan pelanggan), sedikitnya promo yang ditawarkan untuk pelanggan pascabayar dibandingkan promo untuk pelanggan prabayar, invoice tagihan yang tidak diterima pelanggan, masalah signal yang kurang stabil, sudah melakukan pembayaran tapi kartu masih terblokir, tarifnya masih lebih mahal dibandingkan kartu prabayar.

Ada keluhan pelanggan seperti ini timbul berbagai pertanyaan seperti apakah menurunnya pelanggan akibat dari kurangnya pelayanan sehingga kepuasan pelanggan juga menurun.

Alasan-alasan seperti yang diuraikan di atas menjadikan peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan rumusan masalah : Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan

pengguna produk pascabayar Telkomsel (Kartu Hallo) pada Gerai Hallo Tabanan". Sedangkan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk pascabayar Telkomsel (Kartu Hallo), pada Gerai Hallo Tabanan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kepuasan Pelanggan

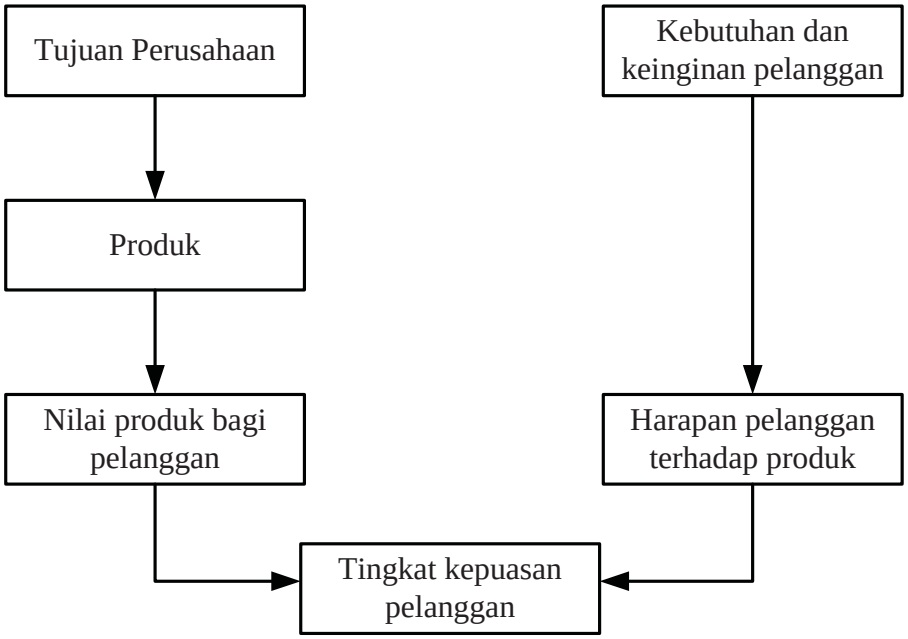
Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler (2000) adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya". Sedangkan kepuasan pelanggan menurut Tse and Wilton (dalam Fandy Tjiptono, 19979) adalah : "Respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awan (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk"

Dari kedua definisi tersebut dapat terlihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Begitu juga sebaliknya, jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan tidak puas atau dapat dikatakan kecewa.

2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Freddy Rangkuti (2008) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan, sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.

Gambar 1
Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Freddy Rangkuti, 2008

Model kepuasan pelanggan berdasarkan paradigma diskonformasi yang menegaskan bahwa, "Kepuasan/ketidakpuasan purna beli ditentukan oleh evaluasi konsumen terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar pembanding lainnya) dan persepsi terhadap kinerja produk aktual setelah pemakaian produk".(Fandy Tjiptono, 2007).

Melihat paradigma diskonfirmasi di atas, rekomendasi gethok tular atau yang lebih dikenal dengan Word of Mouth dan pengetahuan atas merek-merek pesaing mempengaruhi ekspektasi pelanggan atas produk yang ditawarkan. Oleh karena itu penting rasanya untuk memberikan kinerja terbaik dari produk agar dapat melebihi ekspektasi pelanggan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan.

3. Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan

Stauss & Neuhauss , (dalam Fandy Tjiptono, 2007), membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi-emosi spesifik terhadap penyedia jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa, dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan yaitu : Tipe-tipe kepuasan pelanggan terdiri dari (a). Demanding Customer Satisfaction, tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif di masa lalu, pelanggan dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyedia jasa bakal mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat di masa depan. Selain itu, mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa. Kendati demikian, loyalitas akan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam meningkatkan kinerjanya seiring dengan meningkatnya tuntutan pelanggan. (b). Stable Customer Satisfaction, pelanggan dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan berperilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan steadiness dan trust dalam relasi yang terbina saat ini. Mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan pengalaman-pengalaman positif yang telah terbentuk hingga saat ini,mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa. (c). Resigned Customer Satisfaction, pelanggan dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih. Perilaku konsumen tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.

Sedangkan tipe-tipe ketidakpuasan pelanggan terdiri dari : (a) Stable Customer Dissatisfaction, pelanggan dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerja penyedia jasa,namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi mereka dengan penyedia jasa diwarnai emosi negatif dan asumsi bahwa ekspektasi mereka tidak bakal terpenuhi di masa datang. Mereka juga tidak melihat adanya peluang untuk perubahan atau perbaikan. (b). Demanding Customer Dissatisfaction, tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku demanding. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi. Hal ini menyiratkan bahwa mereka akan aktif dalam menuntut perbaikan. Pada saat bersamaan, mereka juga merasa tidak perlu lenyap total pada penyedia jasa. Berdasarkan pengalaman negatifnya, mereka tidak akan memilih penyedia jasa yang sama lagi di kemudian hari.

4. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui keefektifan dari kebijakan dan kinerja perusahaan yang telah diberikan kepada pelanggan, maka perusahaan dapat menggunakan beberapa metode untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (dalam Fandy Tjiptono, 2007) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu : (1). Sistem Keluhan dan Saran, (2). Belanja Siluman (Ghost Shopping).

(3). Analisis Pelanggan yang Hilang (Lost Customer Analysis). (4). Survei Kepuasan Pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya : (a). Directly reported satisfaction, pengukuran dilakukan menggunakan item-item spesifik yang menanyakan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan seperti " Seberapa puas Anda terhadap kinerja dari layanan perusahaan"(b). Derived satisfaction, setidaknya, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yaitu tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan, dan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan. (c) Problem analysis, Dalam teknik ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan. Kemudian perusahaan akan melakukan analisis konten (content analysis) terhadap semua permasalahan dan saran perbaikan untuk mengidentifikasi bidang-bidang utama yang membutuhkan perhatian dan tidak lanjut segera. (d). Importance-performance analysis, dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (perceived performance) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis dengan Importance-Performance Matrix. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, di mana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan secara maksimal.

5. Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Freddy Rangkuti (2008), salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat yang meliputi: (a). Nilai, (b) Daya saing suatu produk (c). Persepsi pelanggan (d). Harga, dan (e). Citra.

Menurut Handi Irawan D (2009), ada lima faktor pendorong yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : (a). Kualitas suatu produk, sedikitnya ada enam elemen dari kualitas produk: performance, durability, feature, reliability, consistency dan design. (b). Harga, (c). Kualitas pelayanan, (d). Faktor emosi, dan (e). Kemudahan.

6. Loyalitas Pelanggan

Schiffman et al. (2004) mengungkapkan: "Loyalitas merek merupakan kesetiaan pelanggan mengkonsumsi produk dalam kurun waktu tertentu". Oliver (dalam Hurriyati 2008) mengungkapkan definisi loyalitas sebagai berikut: "Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku." Griffin (dalam Ratih Hurriyati 2008) mengemukakan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain: (a). Dalam mengurangi biaya pemasaran. (b). Dapat mengurangi biaya transaksi. (c). Dapat mengurangi biaya turn over konsumen. (d). Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan. (e). Mendorong word of mouth yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang puas. (f). Dapat mengurangi biaya kegagalan.

7. Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang

dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin (dalam Ratih Hurriyati 2008), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut (1). Melakukan pembelian ulang secara teratur (Market regular repeat purchases). (2). Membeli diluar lini produk/ jasa (Purchases across product and service lines).(3). Merekomendasikan produk kepada orang lain (Refers other). (4). Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of the competition).

8. Merancang dan Menciptakan Loyalitas

Smith (dalam Ratih Hurryati 2008) mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan, adapun tahap-tahap perancangan loyalitas tersebut adalah: (1). Define customer value: (a). Identifikasikan segmen pelanggan sasaran, (b). Definisikan nilai pelanggan sasaran dan tentukan nilai pelanggan mana yang menjadi pendorong keputusan pembelian dan penciptaan loyalitas. (c). Ciptakan diferensisasi brand promise. (2). Design the branded customer experience: (a). Mengembangkan pemahaman Customer Experience (b). Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan brand promise (c).. Merancang perubahan strategi secara keseluruhan untuk merealisasikan pengalaman pelanggan yang baru. (3). Equip people and deliver consistenly: (a). Mempersiapkan pemimpin untuk menjalankan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan. (b). Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan dalam setiap interaksi yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan. (c). Memperkuat kinerja perusahaan melalui pengukuran dan tindakan kepemimpinan. (4). Sustain and enhance performance: (a). Gunakan respon timbal balik pelanggan dan karyawan untuk memelihara pelanggan secara berkesinambungan dan mempertahankan pengalaman pelanggan. (b). Membentuk kerjasama antara sistem HRD (Human Resource Development) dengan proses bisnis yang terlibat langsung dalam memberikan dan menciptakan pengalaman pelanggan. (c). Secara terus menerus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan Branded Customer Experience yang telah dijalankan perusahaan.

9. Tingkatan Loyalitas Pelanggan

Proses seorang calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan terbentuk melalui beberapa tahapan. Menurut Griffin (dalam Ratih Hurriyati 2008) membagi tahapan loyalitas pelanggan menjadi 7 tahapan, yaitu: (1). Suspects, (2). Prospects, (3). Disqualified Prospects Prospect (4). First time customers, (5). Repeat customers, (6). Clients, dan (7). Advocates.

10. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.

Salah satu manfaat spesifik dari kepuasan pelanggan adalah keterkaitan positif dengan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2000), kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Dari pemaparan teori dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk menghasilkan pelanggan yang loyal, pelanggan yang puas cenderung loyal dan pelanggan yang tidak puas cenderung tidak loyal pada perusahaan. Lebih jauh lagi Oliver (dalam Fandy Tjiptono 2007) dalam "Perspektif Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas" berpandangan bahwa kepuasan merupakan titik awal tahapan transisi yang berkulminasi pada tingkat loyalitas terpisah.

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan wilton (dalam Fandy Tjiptono 2007), diperoleh rumusan sebagai berikut :

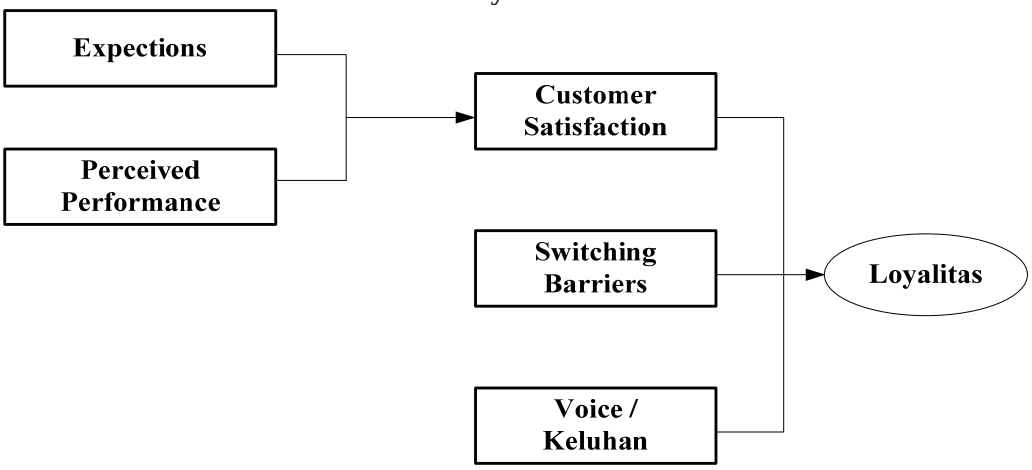
Kepuasan pelanggan = f (expectations, perceived performance)

Dapat diketahui bahwa ada dua variable utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu expectations dan perceived performance. Apabila perceived performance melebihi expectations , maka pelanggan akan puas, tetapi bila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas. Tse dan wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari perceived performance terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh perceived performance tersebut lebih kuat dari pada expectations didalam penentuan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu kepuasan akan menimbulkan loyalitas pelanggan maka loyalitas sebagai variabel endogenous disebabkan oleh suatu kombinasi dari kepuasan, rintangan pengalihan (switching barrier) pemasok, dan keluhan. Jadi dapat dirumuskan bahwa :

Loyalitas pelanggan = f (customer satisfaction, switching barriers, voice)

Hubungan antara kepuasan, rintangan pengalihan dan keluhan dengan loyalitas dapat dilihat seperti gambar 2 berikut:

Gambar 2
Model Kepuasan dan Loyalitas



Sumber : Fandi Tjiptono, 2007

Pada dasarnya kita melihat bila kepuasan meningkat maka loyalitas akan meningkat, tetapi ada juga fakta yang membuktikan bahwa kepuasan menurun tetapi loyalitas meningkat hal ini dibuktikan karena adanya faktor keterpaksaan pelanggan yang membutuhkan produk tersebut, (Fandi Tjiptono, 2007).

11. Temuan Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Dinarty SH Manurung dengan judul "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merk pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati". Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi Y = 39,061 + 0,731 yang berarti bahwa apabila kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan atau

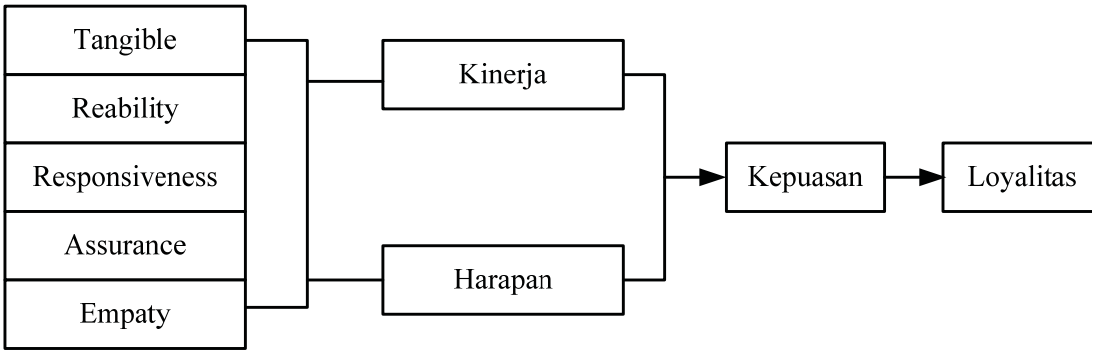
konstan maka loyalitas sebesar 39,061 satuan. Nilai b = 0,731 apabila kepuasan berubah satu angka maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,731 sehingga secara keseluruhan loyalitas pelanggan yaitu 39,061 + 0,731 = 39,792 satuan.

Dewi Aisyah (2009) dengan judul penelitian " Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Flexsi Classy Pada PT.Telkom Tbk Kandatel Bali. Hasil penelitiannya adalah pelanggan dalam mendapatan pelayanan Flexi Classy pada Kandatel Bali yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mengutamanakan unsur variabel Reliability (keandalan) : yaitu kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, nilai yang diperoleh adalah 3,71 (puas) dan variabel Assurance (kepastian) : yaitu pengetahuan, kesopanan serta kemampuaan karyawan dalam menimbulkan keyakinan dan kepercayaan, nilai yang diperoleh adalah 3,71 (puas).

A. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan akan menimbulkan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini secara tidak langsung menggunakan pengukuran kualitas pelayanan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dapat kita lihat pada gambar 3 berikut :

Gambar 3
Kerangka Pemikiran



B. Hipotesis

Adanya pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna Kartu Hallo pada Gerai Hallo Tabanan.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel utama yang akan diteliti adalah kepuasan pelanggan Kartu Hallo dan Loyalitas pelanggan pengguna Kartu Hallo di Gerai Hallo Tabanan. Kepuasan pelanggan diukur dengan 5 dimensi kualatas pelayanan

1. Unsur Tangible (Berwujud)

Merupakan aspek-aspek nyata dapat dilihat dan diraba, unsur ini meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan materi komunikasi.

Ada beberapa variable yang meliputi unsur tangible :

a. Perusahaan telekomunikasi yang berkulitas akan memiliki peralatan yang modern (X.1).
b. Fasilitas kantor, gedung, ruang tunggu pelanggan dan lahan parkir perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan tampak menarik (X.2).
c. Para karyawan perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan tampak rapi (X.3).
d. Materi yang berkaitan dengan layanan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas (seperti brosur) akan tampak menarik (X.4).

2. Unsur Reability (Keandalan)

Mengukur aspek – aspek kehandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemakai jasa atau melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

Ada beberapa variable yang meliputi unsur Reability :

a. Bila perusahaan telekomunikasi yang berkualitas menjanjikan untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu (hadiah buat pelanggan/promo), mereka akan menepati janjinya (X.5).

b. Bila seorang pelanggan memiliki masalah tentang produk yang digunakan, perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan membantu dan melayani pelanggannya dengan baik (X.6).

c. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memberikan pelayanan yang tepat sejak pertama kali (X.7).

d. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggannya (X.8).

e. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan berusaha bebas dari kesalahan (X.9).

3. Unsur Responsiveness (Ketanggapan)

Lebih berkaitan dengan kecepat tanggapan atau kemampuan untk membantu dan memberikan jasa dengan cepat.

Ada beberapa variable yang meliputi unsur Responsiveness :

a. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memberitahu pelanggannya secara pasti dan benar mengenai info produk terbaru perusahaan (X.10).

b. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan (X.11).

c. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan selalu bersedia untuk membantu pelanggan (X.12).

d. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas tidak akan pernah sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan (X.13).

4. Unsur Assurance (Keyakinan/Jaminan)

Merupakan unsure lain yang juga mempengaruhi kualitas atau kemampuan dan pengetahuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Ada beberapa variable yang meliputi unsur Assurance :

a. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan menumbuhkan kepercayaan pada pelanggan (X.14).

b. Para pelanggan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan merasa nyaman, aman dan mengerti tentang apa yang dijelaskan oleh karyawan mengenai info produk dan transaksi pembayaran (X.15).

a. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan selalu sopan dan santun kepada pelanggannya (X.16).

b. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan (produk knowledge) (X.17).

5. Unsur Empaty (Empati)

Berkaitan dengan kemudahan pelayanan dan keramahan atau kesediaan untuk peduli, member perhatian pribasi bagi pelanggan.

Ada beberapa variable yang meliputi unsur Empaty :

a. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memberikan perhatian secara individual kepada pelanggannya (X.18).

b. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas memiliki jam kerja yang nyaman bagi semua pelanggannya (X.19).

c. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memiliki karyawan yang memberi pelanggannya perhatian secara individual (X.20).

d. Perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memperhatikan minat atau kemauan pelanggan dengan baik (X.21).

e. Para karyawan dari perusahaan telekomunikasi yang berkualitas akan memahami kebutuhan spesifik para pelanggannya (X.22).

6. Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Ada beberapa variabel yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan :

a. Saya suka berpindah dari satu produk pascabayar ke produk pascabayar yang lain (Y.1).

b. Saya sering sekali berpindah dari satu produk pascabayar ke produk pascabayar yang lain (Y.2).

c. Bila produk pascabayar yang ingin saya gunakan, tidak tersedia di suatu kantor provider telekomunikasi, saya pergi mencarinya ke kantor provider telekomunikasi lainnya (Y.3).

d. Pada saat menggunakan produk pascabayar, saya cenderung akan menggunakan produk pascabayar yang sama setiap saat (Y.4).

e. Saya setia hanya pada satu produk pascabayar saja (Y.5).

f. Pada saat akan mengaktifkan produk pascabayar kembali saya akan menggunakan produk pascabayar yang sama seperti yang terakhir saya gunakan (Y.6).

g. Bahkan, bila ada kenaikan tarif dari produk pascabayar yang saya gunakan saya akan tetap menggunakannya (Y.7).

h. Pada dasarnya saya setia terhadap salah satu provider saja (Y.8).

i. Bila saya mendengar adanya informasi negative tentang produk pascabyar yang saya gunakan, saya tetap setia menggunakan produk itu (Y.9).

j. ejak pertama kali aktifasi produk pascabayar saya telah dan tetap menggunakan produk pascabayar yang sama (Y.10).

k. Saya suka mencoba beberapa produk pascabayar (Y.11).

l. Saya selalu menggunakan produk pascabayar yang sama (Y.12).

m. Selama pemakaian produk pascabayar yang terakhir, saya selalu menggunakan produk pascabayar yang sama (Y.13).

n. Jika saya menyukai suatu produk pascabayar, saya jarang berpindah dari produk itu (Y.14).

o. Bila di kantor provider yang saya kunjungi tidak memiliki produk pascabayar yang biasa saya gunakan, saya akan pergi ke kantor provider lain (Y.15).

v. Saya biasanya menggunakan produk pascabayar yang sama (Y.16).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Gerai Hallo Tabanan yang beralamat di Jalan By Pass Kediri No. 38X Tabanan-Bali, dengan obyek yaitu kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pengguna pasca bayar Telkomsel (kartu Hallo).

Populasi adalah pelanggan yang menggunakan produk jasa dari PT. Telkomsel Gerai Hallo Tabanan. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini jumlah 236 orang (Tabel 1). Jumlah Sampel adalah 100 orang yang dihitung dengan rumus Slovin (Husein Umar,2003). Sedangkan teknik sampling yang dipakai adalah non random sampling.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kualitatatif dan kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak berupa angka-angka tetapi berupa uraian-uraian atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka atau numerik yaitu jumlah pelanggan Kartu Hallo serta skor penilaian responden. Kedua jenis data itu daiperoleh dari sumber primer maupun sekunder. Data tersebut akan dikumpulakan dengan metode angket, yakni daftar pertanyaan yang disampaikan kepada responden untuk dijawab dan dikembalikan kepada peneliti.

Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier, yaitu suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel tidak bebas (Y) dengan variabel bebas (X) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan, persamaannya adalah : Y= a + bX.

Dengan rumus :

$$b = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2} \qquad a = \frac{(\Sigma Y)}{n} - \frac{b(\Sigma X)}{n}$$

Sumber : Bambang Suharjo (2008)

Di mana :
a = konstanta
b = koefsien regresi
X = skor kepuasan
Y = skor loyalitas

Uji probabilitas digunakan untuk menguji koefisien persamaan regresi dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bila probabilitas < level of significan 5% maka koefisien adalah signifikan
- Bila probabilitas > level of significan 5%, maka koefisien regresi tidak signifikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1 Analisis Regresi linear sederhana

Dalam analisis regresi, akan dikembangkan sebuah persamaan regresi yaitu suatu formula yang mencari nilai variable dependen dari nilai variable independen yang diketahui. Dalam prakteknya regresi dibedakan antara regresi sederhana dan regresi berganda. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana karena mempunyai variable independen hanya satu variable.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh perubahan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna produk pascabayar Telkomsel (Kartu Hallo) pada Gerai Hallo Tabanan. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti tabel 2 berikut :

Tabel 2
Perhitungan Regresi antara Kepuasan Pelanggan dengan loyalitas pelanggan pengguna produk pascabayar Telkomsel (Kartu Hallo) pada Gerai Hallo Tabanan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.215	2.705		11.541	.000
	kepuasan	.264	.031	.651	8.484	.000

a. Dependent Variable: loyalitas

Sumber : Lampiran 1

Dari Tabel 2 dapat ditulis diperoleh nilai :

a = 3 1,25

b = 0,264

Sehingga persamaan regresinya :

Y = 31,215 + 0,264 X

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Konstanta (a) sebesar 31,215 menyatakan bahwa jika kepuasan pelanggan tidak meningkat, maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 31,215

b. Nilai koefisien b = 0,264 bertanda positif menyatakan bahwa setiap perubahan kepuasan pelanggan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan perubahan loyalitas pelanggan sebesar 31,479 satuan.

2. Uji terhadap koefisien persamaan regresi

Oleh karena pengolahan data dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 16.0 maka uji terhadap koefisien persamaan regresi dapat dilakukan dengan uji probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut :

- Nilai probabilitas < level of signifikan 5% atau 0,05 maka koefisien regresi adalah signifikan
- Nilai probabilitas > level of signifikan 5% atau 0,05 maka koefisien regresi adalah tidak signifikan

Dari pengolahan dengan SPSS versi 16.0 ternyata probabilitasnya 0,00. Jauh lebih kecil dari pada level of signifikan 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa koefisien persamaan regresi adalah signifikan. Dengan kata lain persamaan regresi dapat dipakai untuk memprediksi loyalitas pelayanan.

B. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi Y = 31,215 + 0,264 X. Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa koefisien konstanta (a) sebesar 31,215 menunjukkan bahwa jika kepuasan pelanggan tidak berubah, maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 31,215. Nilai koefisien b = 0,264 menunjukkan bahwa setiap perubahan kepuasan pelanggan naik sebesar satu satuan maka akan menyebabkan loyalitas pelanggan sebesar 31,479 satuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinarty SH Manurung dengan judul "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merk pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati". Hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi Y = 39,061 + 0,731 X yang berarti bahwa apabila kepuasan konsumen tidak mengalami perubahan atau konstan maka loyalitas

sebesar 39,061 satuan. Nilai b = 0,731 apabila kepuasan berubah satu angka maka loyalitas pelanggan meningkat sebesar 0,731 sehingga secara keseluruhan loyalitas pelanggan yaitu 39,061 + 0,731 = 39,792 satuan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aisyah (2009) dengan judul penelitian " Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Flexsi Classy Pada PT.Telkom Tbk Kandatel Bali. Hasil penelitiannya adalah pelanggan dalam mendapatan pelayanan Flexi Classy pada Kandatel Bali yang mempengaruhi kepuasan pelanggan mengutamanakan unsur variabel *Reliability* (keandalan) : yaitu kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya, nilai yang diperoleh adalah 3,71 (puas) dan variabel *Ass*urance (kepastian) : yaitu pengetahuan, kesopanan serta kemampuaan karyawan dalam menimbulkan keyakinan dan kepercayaan, nilai yang diperoleh adalah 3,71 (puas).

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari analisis Regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresinya Y = 31,215 + 0,264 X artinya Koefisien konstanta (a) sebesar 31,215 menunjukkan bahwa jika kepuasan pelanggan tidak meningkat, maka loyalitas pelanggan adalah sebesar 31,215. Nilai koefisien b positif sebesar 0,264, menunjukkan bahwa setiap perubahan kepuasan pelanggan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan perubahan loyalitas pelanggan sebesar 31,479 satuan.

Nilai probabilitasnya 0,00 jauh lebih kecil dari pada level of signifikan 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa koefisien persamaan regresi adalah signifikan. Dengan kata lain bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitias pelanggan.

B. Saran-Saran

Dari hasil kesimpulan di atas maka dapat disarankan oloeh karena kepuasan pelanggan merupakan variabel yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga pada manajemen perusahaan disarankan untuk selalu memperhatikan kepuasan konsumen, melalui perbaikan dan peningkatan mutu pelayanan baik segi tangible, reliability, responsiveness, empathy, maupun aspek assurance sehingga dapat meningkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Arpan Lim. 2010, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kartu Prabayar XL Bebas Di Braga Citywalk Bandung. Skripsi, Sarjana Jurusan Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan Bandung.

Bambang Suharjo, 2008. Analisis Regresi Terapan dengan SPSS. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Dewi Aisyah. 2009, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Flexi Classy Pada PT. TELKOM Tbk Kandatel Bali. Skripsi, Sarjana Jurusan Manajemen pada STIMI Handayani Denpasar.

Dinarty SH Manurung. 2009. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merk pada Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.

Fandy Tjiptono.1997, Strategi Pemasaran, C.V Andi Offset, Yogyakarta

Fandy Tjiptono.2007, Strategi Pemasaran, C.V Andi Offset, Yogyakarta

Freddy Rangkuti. 2008, Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN

– JP, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Handi Irawan D.2009, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, PT Elex Medika Komputindo, Jakarta

Istijanto. 2007. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta : Prenhalindo.

Ratih Murriyati, 2008, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kartu Prabayar XL Bebas di Citywalk Bandung. Skripsi.

Soeratno dan Lincolin Arsyad, 2008. Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi revisi, Unit Penerbit dan Percetakan, Yogyakarta.

Umar Husein, 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Ponsumen, Penerbit, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

(www.Telkomsel.co.id, 13 Maret 2011).

Lampiran 1

Regression

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kepuasan[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651[a]	.423	.418	3.105

a. Predictors: (Constant), kepuasan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	694.079	1	694.079	71.985	.000[a]
	Residual	944.911	98	9.642		
	Total	1638.990	99			

a. Predictors: (Constant), kepuasan

b. Dependent Variable: loyalitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.215	2.705		11.541	.000
	kepuasan	.264	.031	.651	8.484	.000

a. Dependent Variable: loyalitas

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA INSTALASI BINATU RSUP SANGLAH DENPASAR

Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

Abstract *; Recognizing the importance of service to consumers, therefore, Laundry Installation Sanglah Hospital Denpasar makes serious efforts to provide excellent service that focuses on service quality in order to give satisfaction to the consumer (employee of the room / part of needed). Based on this case, the main problem of this study is "indicators of service quality which has been satisfying customers in Laundry Installation Sanglah Hospital Denpasar". To solve the problem then it is used analysis tools such as the Index of Consumer Satisfaction and Importance-Performance Analysis. And to determine the indicators of service quality that should be prioritized and sustained used scatter plot. The evaluation of customer satisfaction with quality of service by using the five dimensions of service quality.*

Based on the description and data analysis, furthermore, can be given a conclusion as follows:

1. Based on the analysis of level customer satisfaction is known: service quality indicators that available in Laundry Installation cannot all of it satisfied consumers.

2. Based on the measurements of Importance - Performance Analysis found that the level of customer satisfaction in Laundry Installation Sanglah Hospital Denpasar are: (a) Quadrant A, which receive priority considered very important by the consumer but the served is still not create the customer satisfaction that is friendliness and courtesy of employees providing services, (b) Quadrant B, the level of implementation is appropriate with the consumers interests and expectations so that the consumers can be satisfied that is the linen physical condition (clean, neat, not torn), the service procedure is not complicate, providing service in appropriate with demand, provide accurate information, the skillful of employees in handling consumer complaints, the accuracy of employees handling consumer complaints, employees do not distinguish social status in providing service and employees' capability to communicate with consumers. (c) Quadrant C, which the value was still considered to be less important to consumers, while its implementation of quality either common or sufficient. No indicators of service quality is included in quadrant C. (d) Quadrant D, which was considered excessive in its implementation and considered not too important by consumers, but the implementation can satisfy the consumers that is the appearance of employees at Laundry Installation, cleanliness and completeness Laundry Installation facilities, the skills of employees responding to consumer complaints, the skill of workers providing services and employees' attention to consumer complaints.

Keyword: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap usaha yang didirikan oleh pemerintah maupun swasta mempunyai tujuan, baik itu jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam mencapai tujuan setiap perusahaan melaksanakan fungsi-fungsi perusahaan antara lain : fungsi produksi (oprasional), fungsi pemasaran, fungsi keuangan, fungsi sumber daya manusia dan fungsi administrasi. Fungsi pemasaran merupakan salah satu fungsi yang menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Untuk itu perusahaan menyusun berbagai strategi kepuasan pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perkembangan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh sikap pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa tidak puas mereka akan sangat mudah pindah keperusahaan lain yang sejenis sehingga dapat dipastikan perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan dalam perkembangannya .

Konsumen/ pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang bermutu (Hertberg dalam Kotler 2002). Mutu pelayanan adalah dapat diraba (Tangible), andal (Reliability), ketanggapan (Responsiviness), jaminan (assurance) dan empaty (Emphaty) menurut Supranto (2000). Cara terbaik perusahaan untuk menguasai pelanggan/konsumen dan memenangkan persaingan adalah dengan mengambil sudut pandang dari pelanggan/ konsumen (Kotler 1997). Dewasa ini konsumen semakin sadar terhadap mutu produk dan mutu kualitas pelayanan yang mereka harapkan bahwa kualitas pelayanan dibawah harapan akan mengakibatkan terjadinya keluhan. Maka dari itu untuk mempertahankan keberadaan pelanggan perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memahami kebutuhan pelanggan dan mendengarkan keluhan mereka. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen yang satu berbeda dengan yang lain, hal ini tergantung pada kebutuhan yang dianggap penting oleh konsumen. Pelayanan dan kepuasan merupakan aspek penting dalam rangka memenangkan persaingan.

Rumah Sakit Sanglah adalah salah satu rumah Sakit terbesar di Bali yang memberikan pelayanan kesehatan terhadap masyarakat. Instalasi Binatu adalah suatu instalasi penunjang pelayanan yang menyediakan linen / alat tenun untuk Rumah Sakit dan konsumennya adalah karyawan yang ada di ruangan / bagian yang membutuhkan. Jenis pelayanan di Instalasi Binatu: pelayanan administrasi, pencucian, penyimpanan, pemeliharaan dan pendistribusian. Pelayanan yang satu dengan yang lainnya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan untuk tercapainya tujuan yaitu meningkatnya mutu pelayanan kesehatan di Rumah Sakit Sanglah Denpasar melalui pengelolaan linen/ alat tenun.

Jumlah konsumen pada Instalasi Binatu dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1.
Jumlah konsumen pada Instalasi Binatu
Dari Tahun 2005 s/d Tahun 2010

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Perubahan (%)
1	2005	400	
2	2006	415	3,75
3	2007	435	4,82
4	2008	460	5,74
5	2009	500	8,69
6	2010	545	9,00

Sumber :Instalasi Binatu

Dari tabel di atas dapat dilihat terjadinya perubahan jumlah konsumen yang semakin meningkat. Perubahan ini dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah ruangan. Didalam memberikan pelayanan banyak kendala yang mesti dihadapi terutama sikap konsumen yaitu keluhan – keluhan.

Instalasi Binatu harus memahami kebutuhan konsumen, mendengarkan keluhan mereka dan harus mengetahui keinginan konsumen sehingga dapat melakukan pembenahan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Jumlah keluhan dapat dilihat dalam tabel 2 berikut :

Tabel 2.Jumlah Keluhan Konsumen pada Instalasi Binatu Dari Tahun 2005 s/d Tahun 2010

No	Tahun	Jumlah keluhan	Prosentase (%)
1	2005	60	-
2	2006	40	-0,33333
3	2007	25	-0,375
4	2008	20	-0,2
5	2009	10	-0,5
6	2010	15	0,5

Sumber :Instalasi Binatu

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa keluhan konsumen setiap tahunnya mengalami penurunan,namun pada tahun 2010 mengalami peningkatan. Jenis keluhan konsumen misalnya kondisi fisik linen : masih ada noda dan kurang rapi. Cara untuk mengatasinya dengan cara memberi informasi kepada konsumen agar linen yang masih ada noda dan kurang rapi mohon dikembalikan ke Instalasi Binatu untuk diproses ulang. Dan sebagai pengganti linen tersebut, diganti dengan linen bersih dan rapi.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka pokok permasalahan adalah“ Indikator-indikator kualitas pelayanan yang mana telah memuaskan konsumen pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar?”.

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang telah memuaskan konsumen pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar.

II. METODE PENELITIAN

A. Tempat dan obyek penelitian

a. Tempat penelitian , Penelitian dilakukan di Instalasi Binatu Rumah Sakit Umum Pusat Sanglah Denpasar yang berlokasi di Jl Diponegoro Denpasar.

b. Obyek penelitian, Yang menjadi obyek penelitian yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh Instalasi Binatu dan kepuasan konsumen.

B. Populasi, Sample dan Teknik sampling

a. Populasi, Menurut Sugiyono (2005) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 500 orang yaitu jumlah konsumen pada tahun 2009 yang berkarakteristik berdasarkan jenis kelamin,umur,pendidikan dan pekerjaan .

b. Sample, Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ukuran sample yang digunakan untuk dapat dilakukan analisis dalam penelitian ini adalah 10-20 % menurut (Arikunto,1998). Jumlah sample dalam penelitian ini adalah 10 % dari jumlah populasi yaitu 50 orang.

c. Teknik Sampling, Teknik pengambilan sample menggunakan Acident sampling yaitu konsumen yang pernah mendapat pelayanan pada Instalasi Binatu .

C. Jenis, Sumber dan Metoda Pengumpulan data.

Jenis data yang diperlukan adalah data kualitatif dan data kuantitatif

Sumber data berupa suber data primer yang diperoleh langsung dari responden atau konsumen berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam koesioner yang ada dalam penelitian.

Metoda pengumpulan data dengan metode dokumentasi, Kuisioner (angket pertanyaan) Kuisioner diberikan kepada konsumen bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen yang terpilih sebagai sampel. Pertanyaan terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan: Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, Empathy dengan 15 pertanyaan mengenai penilaian kinerja dan 15 pertanyaan mengenai kepentingan atribut kepuasan yang diajukan langsung ke konsumen. Skala yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert (Supranto,2000), di dalam skala Likert kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar setuju atau tidak setuju. Melainkan dibuat dengan lebih banyak jawaban. Jawaban diberi nilai/skor yang akan merefleksikan konsisten jawaban responden, misalnya :

1. Sangat Baik (SB)	= 5	atau	1. Sangat Penting (SP)	= 5
2. Baik (B)	= 4	atau	2. Penting (P)	= 4
3. Cukup Baik (CB)	= 3	atau	3. Cukup Penting (CP)	= 3
4. Kurang Baik (KB)	= 2	atau	4. Kurang Penting (KP)	= 2
5. Tidak Baik (TB)	= 1	atau	5. Tidak Penting (TP)	= 1

Uji coba kuisioner sudah dilakukan dengan bantuan SPSS 17.0 for window dan hasilnya valid serta reliabel.Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.Syarat minimum dianggap memenuhi syarat adalah kalau koefisien korelasi =0,3(Sugiono 2005),sedangkan menurut Budi(2006) alat ukur kuisioner adalah angka korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total dengan kreteria pengujian jika nilai probabilitas kurang dari alpha =0,05 dengan alat uji korelasi pearson maka instrumen valid.Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien cronbach alpha minimal 0,6(Arikunto 2001).Jumlah responden untuk uji coba 35 orang.

D. Metode Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dan analisis kualitatif.

Analisis kuantitatif digunakan dengan mempergunakan model-model matematis untuk menganalisa data yang bersifat bilangan atau disebut data kuantitatif dimana harganya berubah-ubah/bersifat variabel. Perhitungan secara kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis sebagai berikut :

1. Indek Kepuasan Konsumen. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu , maka digunakan indek kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2002) :

IKP = IM x (PP- EX)

Keterangan :

1. IKP = Indek kepuasan pelanggan
2. PP = Kinerja(Perceived Performance)
3. IM = Derajat Kepentingan (Importance)
4. EX = Harapan (Expectation)

Indek kepuasan pelanggan total diperoleh dengan menjumlahkan skor indek kepuasan pelanggan,kemudian dibandingkan dengan skor indek kepuasan maksimum dan minimum yang mungkin dicapai untuk menentukan katagori kepuasan pelanggan.

Selanjutnya untuk menghitung indek rata-rata kepuasan pelanggan dari masing-masing atribut kualitas pelayanan , dicari dengan cara :

Indek rata-rata kepuasan pelanggan = Mean derajat kepentingan x GAP

Dimana :

GAP = Mean Kinerja – Mean Harapan

Katagori puas dan tidaknya pelanggan/ konsumen , mengacu pada positif dan negatifnya nilai GAP. Jika positif artinya mean kinerja lebih besar dari mean harapan , maka pelanggan/ konsumen terpuaskan dan jika negatif mean kinerja lebih kecil dari mean harapan ,maka pelanggan tidak terpuaskan.

2. Importance – Performance Analysis

Untuk mengetahui apakah semua atribut kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu dapat memuaskan konsumen, ini dapat dianalisis dengan Importance–Performance Analysis. Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan huruf Y, dimana X merupakan kinerja atau tingkat kualitas pelayanan yang ada pada Instalasi Binatu yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat/derajat kepentingan konsumen.

Kinerja (Performance) dan Derajat kepentingan (Imfortance) diukur dengan Skala Likert, lima point.

Mean Imfortance Rating (rata-rata derajat kepentingan) dan Mean Performance (rata-rata kinerja) dihitung dari total skor untuk setiap atribut yang diperoleh.

Rumus Mean Imfortance (Tjiptono, 1999)

Keterangan :

$$\overline{\text{IMi}} = \sum_{i=1}^{n} \frac{IMi}{r} = \frac{IM_1}{r} + \frac{IM_2}{r} + \ldots + \frac{IM_n}{n}$$

$\overline{\text{IMi}}$ = rata-rata derajat kepentingan untuk atribut i

IMi = derajat kepentingan untuk atribut ke 1,2,...n

r = jumlah responden

Rumus Mean Performance Rating (Supranto, 2000)

$$\overline{\text{PPi}} = \sum_{i=1}^{n} \frac{PPi}{r} = \frac{PP_1}{r} + \frac{PP_1}{r} + \ldots + \frac{PP_n}{n}$$

Keterangan :

$\overline{\text{PPi}}$ = rata-rata kinerja untuk atribut i

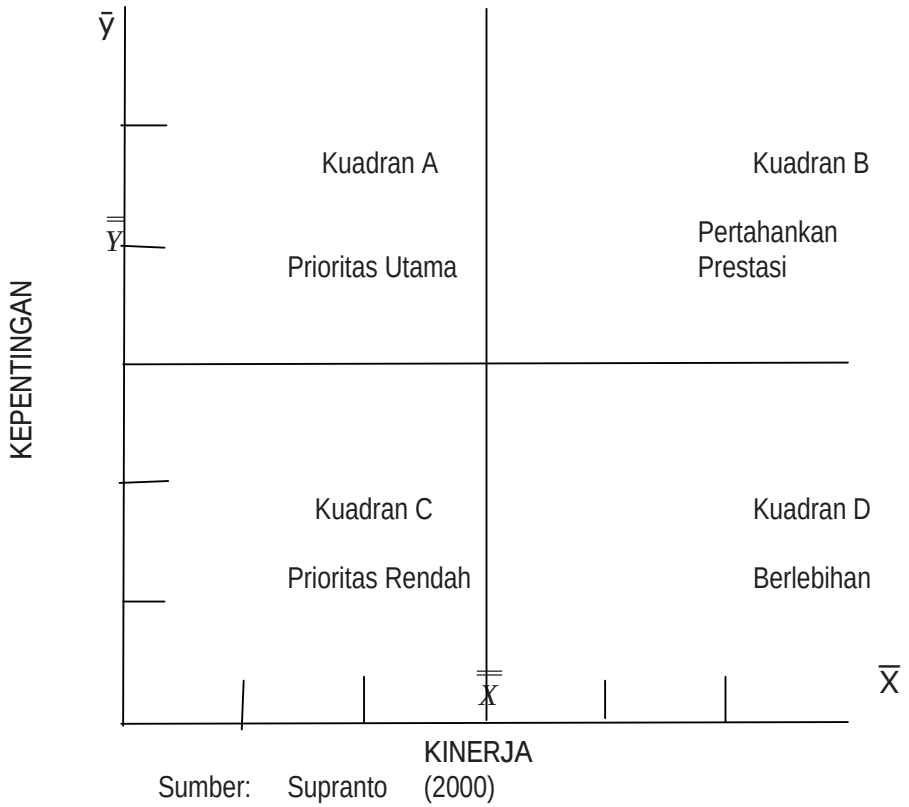
PPi = derajat kinerja untuk atribut ke 1,2,...n

r = jumlah responden.

Nilai rata-rata tersebut dijadikan dasar untuk menggambar suatu grafik dua dimensi. Sumbu vertikalnya (Y) adalah derajat kepentingan (IM) yaitu rata-rata derajat kepentingan dari atribut ke i, sedangkan sumbu horisontalnya (X) adalah perceived performance (PP) yaitu rata-rata kinerja atribut ke i.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat diagram kartesius dari atribut/indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti gambar 1 dibawah ini

Gambar 1. Diagram Kartesius dari Indikator-indikator Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen



Sumber: Supranto (2000)

Dari gambar 1 dapat dijelaskan : (J.Supranto, 2000)

1. $\overline{Yi} = \dfrac{Yi + Y_2 + Y_3 + Y_4 + Y_5 \ldots Yr}{r}$

Dimana :

$\overline{Y}$ = Rata-rata derajat kepentingan dari atribut ke i

Y_{1-r} = Skor derajat kepentingan atribut ke i dari masing–masing responden yang diukur dengan skala lima point

r = jumlah responden

2. $\overline{Xi} = \dfrac{Xi + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 \ldots Xr}{r}$

Dimana :

$\overline{X}$ = Rata-rata kinerja/kualitas pelayanan dari atribut ke i

X_{1-r} = Skor kinerja atribut ke i dari masing-masing responden yang diukur dengan skala lima point

r = jumlah responden

3. $\overline{\overline{Y}}\,i = \dfrac{\overline{Y}\,i + \overline{Y}_{2} + \overline{Y}_{3} + \overline{Y}_{4} + \overline{Y}_{5} + \ldots\ \overline{Y}\,n}{n}$

Dimana :

$\overline{\overline{Y}}$ = Rata-rata dari mean atribut derajat ke

$\overline{Y}_{1\text{-}n}$ = Rata-rata setiap atribut derajat kepen

n = Jumlah atribut

4. $\overline{\overline{X}}\,i = \dfrac{\overline{X}\,i + \overline{X}_{2} + \overline{X}_{3} + \overline{X}_{4} + \overline{X}_{5} + \ldots\ \overline{X}\,n}{n}$

Dimana :

$\overline{\overline{X}}$ = Skor rata-rata dari mean atribut kin

$\overline{X}_{1\text{-}n}$ = Rata-rata setiap atribut kinerja

n = Jumlah atribut

5. Kuadran A, Menunjukkan atribut/faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu yang penanganannya perlu diprioritaskan, karena keberadaan atribut/faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen. Sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

6. Kuadran B, Menunjukkan atribut/faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu yang penanganannya perlu dipertahankan, karena keberadaan pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.

7. Kuadran C, Menunjukkan atribut/faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu yang dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja.

8. Kuadran D, Menunjukkan atribut/ indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan karena konsumen mengganggap tidak terlalu penting ,akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sehingga sangat memuaskan bagi konsumen.

Analisis kualitatif dipergunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif sehingga dapat menunjang kesimpulan yang didapat dari analisis kuantitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas atau kesahihan digunakan untuk mengetahui sebagaimana tepat alat ukur mampu melakukan fungsinya. Uji Validitas kuisioner dalam penelitian ini diolah dengan bantuan SPSS.17.0 for windows.

Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian Validitas suatu kuisioner adalah angka korelasi antara skor pertanyaan/skor pernyataan responden dengan skor seluruh pertanyaan/pernyataan responden terhadap informasi dalam kuisioner, dengan kreteria pengujian jika nilai probabilitas (P) kurang dari alpha sama dengan 0,05 dengan alat uji korelasi pearson, maka kuisioner valid untuk mengukur variabel-variabel penelitian (Budi, 2006). Jumlah responden untuk uji coba adalah 35 orang.

Hasil uji coba dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kinerja

No Item Indikator	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0.414	0.007	valid
2	0.662	0.000	valid
3	0.547	0.000	valid
4	0.452	0.003	valid
5	0.504	0.001	valid
6	0.660	0.000	valid
7	0.577	0.000	valid
8	0.511	0.001	valid
9	0.328	0.027	valid
10	0.743	0.000	valid
11	0.305	0.037	valid
12	0.575	0.000	valid
13	0.300	0.040	valid
14	0.666	0.000	valid
15	0.308	0.036	valid

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Pearson Correlation seperti yang terlihat pada tabel 3, nampak bahwa semua item pertanyaan yang mengukur kinerja adalah valid karena angka probabilitas (P) kurang dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Derajat Kepentingan

No Item Indikator	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0.812	0.000	valid
2	0.882	0.000	valid
3	0.332	0.026	valid
4	0.895	0.000	valid
5	0.852	0.000	valid
6	0.870	0.000	valid
7	0.926	0.000	valid
8	0.901	0.000	valid
9	0.912	0.000	valid
10	0.314	0.033	valid

11	0.751	0.000	valid
12	0.483	0.002	valid
13	0.886	0.000	valid
14	0.766	0.000	valid
15	0.910	0.000	valid

Sumber :lampiran 6

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Pearson Correlation seperti yang terlihat pada tabel 4, nampak bahwa semua item pertanyaan yang mengukur derajat kepentingan adalah valid karena angka probabilitasnya (P) kurang dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Harapan

No Item Indikator	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0.843	0.000	valid
2	0,814	0.000	valid
3	0.810	0.026	valid
4	0,688	0.000	valid
5	0.808	0.000	valid
6	0.819	0.000	valid
7	0.689	0.000	valid
8	0.860	0.000	valid
9	0.884	0.000	valid
10	0.830	0.033	valid
11	0.842	0.000	valid
12	0.754	0.002	valid
13	0.713	0.000	valid
14	0.760	0.000	valid
15	0.772	0.000	valid

Sumber :lampiran 7

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Pearson Correlation seperti yang terlihat pada tabel 5, nampak bahwa semua item pertanyaan harapan adalah valid karena nilai probabilitas (P) kurang dari 0,05.

2. Uji Reliabilitas.

Reliabilitas yang dimaksud pada suatu penelitian adalah bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk mengukur reliabilitas dari suatu analisis dapat digunakan koefisien alpha (Alpha Cronbach) yang didasarkan pada butir data instrumen pengukuran. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien alpha minimal 0,60 (Arikunto,2001). Uji reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini diolah dengan bantuan SPSS .17.0 for windows dan dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Hasil uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Keterangan
Kinerja	0.779	Reliabel
Derajat Kepentingan	0.950	Reliabel
Harapan	0.956	Reliabel

Sumber :lampiran 8,9 dan 10

Berdasarkan tabel 6 , dapat dilihat bahwa dari hasil pengukuran semua variabel peneliti kepada 35 responden diperoleh reliabilitas Alpha Cronbach lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel yang mempunyai keandalan yang sangat besar.

B. Karakteristik Responden

Data yang diperoleh dapat dijelaskan secara deskriptif dengan menyajikan dalam bentuk statistik sederhana sehingga dapat lebih mudah mendapatkan gambaran situasi penelitian.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen. Jumlah sampel yang diambil adalah 50 orang.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Total	
		Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki - laki	14	28%
2	Perempuan	36	72%
Jumlah		50	100%

Sumber :Responden (data diolah)

Berdasarkan tabel 7 dapat dijelaskan jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 50 orang dengan karakteristik sebagai berikut : jenis kelamin laki-laki sebanyak 14 orang (28%) sedangkan perempuan sebanyak 36 orang (72%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Total	
		Jumlah	Prosentase (%)
1	20 - 30 tahun	16	32%
2	31 - 40 tahun	15	30%
3	> 41 tahun	19	38%
Jumlah		50	100%

Sumber : Responden (data diolah)

Berdasarkan tabel 8 dapat dijelaskan jumlah konsumen yang dijadikan responden adalah 50 orang , dengan karakteristik umur sebagai berikut : umur responden 20-30 tahun sebanyak 16 orang (32%), umur 31-40 tahun sebanyak 15 orang (30%) dan umur lebih dari 41 tahun sebanyak 19 orang (38 %).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 9 berikut ini.

Tabel 9 . Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Total	
		Jumlah	Prosentase (%)
1	SMA	16	32%
2	D1, D2, D3	28	56%
3	S1	6	12%
Jumlah		50	100%

Sumber : Responden (data diolah)

Berdasarkan tabel 9. dapat dijelaskan jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 50 orang, dengan karakteristik pendidikan sebagai berikut : pendidikan SMA sebanyak 16 orang (32%), pendidikan D1,D2,D3 sebanyak 28 orang (56%) dan pendidikan S1 sebanyak 6 orang (12%).

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini .

Tabel 10 . Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Total	
		Jumlah	Prosentase (%)
1	Pegawai Honor	2	4%
2	CPNS	6	12%
3	Pegawai Negeri Sipil	42	84%
Jumlah		50	100%

Sumber : Responden (data diolah)

Berdasarkan tabel 10 dapat dijelaskan jumlah konsumen yang dijadikan responden sebanyak 50 orang , dengan karakteristik pekerjaan sebagai berikut : pekerjaan responden sebagai pegawai honor sebanyak 2 orang (4 %) , CPNS sebanyak 6 orang (12%) dan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 42 orang (84%).

C. Analisis Terhadap Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan kaitannya dengan kepuasan konsumen pada Instalasi binatu RSUP Sanglah Denpasar, maka dalam penelitian ini untuk masing –masing pertanyaan kinerja, derajat kepentingan dan harapan terdiri dari 15 pertanyaan yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangibles*) terdiri dari 3 pertanyaan yaitu kondisi fisik linen (bersih, rapi, tidak robek) , penampilan karyawan, kebersihan dan kelengkapan fasilitas Instalasi Binatu.

2. Keandalan (*Reliability*) terdiri dari 3 pertanyaan yaitu prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, memberi pelayanan sesuai dengan permintaan, memberi informasi yang akurat.

3. Daya tanggap (*Responsiviness*) terdiri dari 3 pertanyaan yaitu Ketrampilan karyawan menanggapi keluhan konsumen, kecepatan karyawan menangani keluhan konsumen, ketepatan karyawan menangani keluhan konsumen.

4. Jaminan (*Assurance*) terdiri dari 3 pertanyaan yaitu ketrampilan karyawan memberikan pelayanan, keramahan karyawan dalam memberi pelayanan, kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan.

5. Empati (*Empathy*) terdiri dari 3 pertanyaan yaitu perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen, karyawan memberi pelayanan tidak membedakan status sosial, kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen.

Langkah-langkah penentuan katagori indek kepuasan konsumen adalah :

a. Dicari skor indek kepuasan total maksimum dan indek kepuasan total minimum yaitu :

   1) Skor indek kepuasan total maksimum adalah : 15x5 [(5x15) – (1x15)] = 75x60 = 4500

   2) Skor indek kepuasan total minimum adalah : 15x5 [(1x15) – (5x15)] = -4500

b. Diketahui rentang skor indek kepuasan konsumen yaitu : 4500 – (-4500) = 9000

c. Didapat interval kelas katagori kepuasan konsumen yaitu : 9000 : 5 = 1800

d. Jadi kreteria skor untuk katagori indek kepuasan konsumen adalah :

   1) - 4500 sampai dengan - 2700 = sangat tidak puas

   2) - 2699 sampai dengan - 899 = tidak puas

   3) - 898 sampai dengan 898 = cukup puas

   4) 899 sampai dengan 2699 = puas

   5) 2700 sampai dengan 4500 = sangat puas

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar, maka digunakan indek kepuasan konsumen.

Rumus :

IKP = IM x (PP- EX)

Keterangan :

IKP = Indek Kepuasan Pelanggan

IM = *Importance*/Derajat Kepentingan

PP = *Perceiced Perfo*rmance/Kinerja

EX = *Expectation*s/Harapan

Indek kepuasan konsumen, selanjutnya dibandingkan dengan skor kepuasan maksimum dan minimum yang dicapai untuk menentukan katagori kepuasan konsumen.

Berdasarkan jawaban responden pada kuisioner penilaian kinerja (lampiran 2), derajat kepentingan (lampiran 3) dan harapan (lampiran 4) terhadap kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar, maka dapat dilakukan perhitungan indek kepuasan konsumen.

Adapun perhitungan indek kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Tabel kerja menghitung Indek Kepuasan Konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Instalasi binatu RSUP Sanglah Denpasar

No Resp	Harapan (EX)	Kinerja (PP)	Derajat Kepentingan (IM)	Indek Kepuasan (IKP)	Kategori
1	**2**	**3**	**4**	**5 = 4x (3 - 2)**	**6**
1	65	68	65	195	Cukup Puas
2	59	62	65	195	Cukup Puas
3	60	65	65	325	Cukup Puas
4	64	62	65	-130	Cukup Puas
5	64	61	64	-192	Cukup Puas
6	60	61	64	64	Cukup Puas
7	63	61	66	-132	Cukup Puas
8	62	62	68	0	Cukup Puas
9	61	62	69	69	Cukup Puas
10	57	64	73	511	Cukup Puas
11	64	62	69	-138	Cukup Puas
12	63	64	68	68	Cukup Puas
13	61	63	71	142	Cukup Puas
14	65	66	69	69	Cukup Puas
15	67	66	68	- 68	Cukup Puas
16	66	65	69	- 69	Cukup Puas
17	64	62	70	-140	Cukup Puas
18	60	64	70	280	Cukup Puas
19	62	63	66	66	Cukup Puas
20	65	67	64	128	Cukup Puas
21	59	59	66	0	Cukup Puas
22	58	62	66	264	Cukup Puas
23	62	62	66	0	Cukup Puas
24	62	62	65	0	Cukup Puas
25	58	62	64	256	Cukup Puas
26	59	67	66	528	Cukup Puas
27	55	62	70	490	Cukup Puas
28	54	66	70	840	Cukup Puas
29	57	62	69	345	Cukup Puas
30	59	65	65	390	Cukup Puas
31	60	62	67	134	Cukup Puas
32	59	60	67	67	Cukup Puas
33	61	70	67	603	Cukup Puas
34	52	64	66	615	Cukup Puas
35	59	65	67	402	Cukup Puas

36	59	62	63	189	Cukup Puas
37	57	63	67	402	Cukup Puas
38	59	62	68	204	Cukup Puas
39	58	64	67	402	Cukup Puas
40	63	66	66	198	Cukup Puas
41	59	64	66	330	Cukup Puas
42	59	62	68	204	Cukup Puas
43	55	61	67	402	Cukup Puas
44	62	61	68	- 68	Cukup Puas
45	62	65	64	195	Cukup Puas
46	60	62	65	130	Cukup Puas
47	58	62	66	264	Cukup Puas
48	51	68	65	1105	Puas
49	55	63	65	520	Cukup Puas
50	57	63	66	396	Cukup Puas
Jumlah	**3.010**	**3.168**	**3.340**	**10.648**	
Rata-rata	**60,20**	**63,36**	**66,80**	**212,96**	**Cukup Puas**

Sumber : Data diolah

Dari tabel 11, dapat diketahui rata-rata indek kepuasan konsumen dari 50 responden adalah 212,96 dan termasuk katagori cukup puas. Selanjutnya masing–masing katagori indek kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan diprosentasekan sesuai dengan jumlah responden seperti tabel 12 berikut ini.

Tabel 12. Prosentase Katagori Indek Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar

No	Katagori	Jumlah Responden (orang)	Prosentase (%)
1	Sangat tidak puas	0	0
2	Tidak puas	0	0
3	Cukup puas	49	98
4	Puas	1	2
5	Sangat puas	0	0
Jumlah		50	100

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel 12, dapat diketahui bahwa indek kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan katagori sangat tidak puas , tidak puas, dan sangat puas sebanyak 0 %, sedangkan katagori cukup puas sebanyak 98 % dan katagori puas sebanyak 2 %.

Selanjutnya untuk menghitung rata-rata kepuasan konsumen dari masing-masing faktor kualitas pelayanan, dicari dengan cara:

Indek Rata-rata Kepuasan Konsumen = *Mean* Derajat Kepentingan x GAP

Dimana : GAP = *Mean* Kinerja – *Mean* Harapan

Katagori puas dan tidaknya konsumen, mengacu pada positif dan negatifnya nilai GAP. Jika positif artinya *Mean* Kinerja lebih besar dari *Mean* Harapan, maka konsumen terpuaskan. Dan jika negatif artinya *Mean* Kinerja lebih kecil dari *Mean* Harapan, maka konsumen tidak terpuaskan.

Untuk lebih jelasnya indek rata-rata kepuasan konsumen menurut faktor penentunya dari masing-masing faktor kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.11 berikut ini.

Tabel 13. Indek Rata-Rata Kepuasan Konsumen Menurut Faktor Penentunya Dari Masing-Masing Indikator Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar

No	Faktor-faktor kualitas pelayanan	Mean Harapan	Mean Kinerja	Mean Derajat Kepentingan	GAP	Indek Rata-rata Kepuasan	Katagori
1	2	3	4	5	6=4-3	7=5x6	8
1	Kondisi fisik linen (bersih,rapi,tidak robek)	4.32	4.36	4.48	0.04	0.17	puas
2	Penampilan karyawan Instalasi Binatu	4.06	4.26	4.34	0.20	0.86	puas
3	Kebersihan & kelengkapan fasilitas Instalasi Binatu	4.08	4.28	4.44	0.20	0.88	puas
4	Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit	4.24	4.30	4.50	0.06	0.27	puas
5	Memberi pelayanan sesuai permintaan	4.30	4.30	4.48	0.00	0.00	puas
6	Memberi informasi yang akurat	4.00	4.28	4.46	0.28	1.24	puas
7	Kemampuan karyawan menanggapi keluhan konsumen	3.94	4.26	4.40	0.32	1.40	puas
8	Kecepatan karyawan menangani keluhan konsumen	3.88	4.26	4.48	0.38	1.70	puas
9	Ketepatan karyawan menangani keluhan konsumen	3.90	4.26	4.46	0.36	1.60	puas
10	Ketrampilan karyawan memberikan pelayanan	3.90	4.24	4.42	0.34	1.50	puas
11	Keramahan karyawan dalam memberi pelayanan	3.96	4.06	4.48	0.10	0.44	puas
12	Kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan	4.04	3.66	4.50	-0,38	-1,71	tidak puas
13	Perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen	3.78	4.26	4.42	0.48	2.12	puas
14	Pelayanan tidak membedakan status sosial	3.88	4.24	4.48	0.36	1.61	puas
15	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen	3.92	4.34	4.46	0.42	1.87	puas
Jumlah		60.20	63.36	66.80	3.44	13.95	
Rata - rata		4.01	4.22	4.45	0.22	0.93	puas

Dari tabel 13 , dapat diberikan beberapa uraian penjelasan mengenai rata-rata kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar antara lain :

a. Jika dilihat dari indikator kualitas pelayanan ,maka diketahui indek rata-rata kepuasan konsumen tertinggi berada pada empati sebesar 2,12,sedangkan indek rata-rata kepuasan konsumen terendah berada pada jaminan sebesar -1,71.

b. Rata-rata harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu adalah sebesar 4,01. Harapan konsumen terbesar 4,32 ada pada Bukti langsung yaitu kondisi fisik linen (bersih, rapi, tidak robek). Sedangkan harapan konsumen terendah 3,78 ada pada jaminan yaitu perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen.

c. Rata-rata tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan melalui kinerja pada Instalasi Binatu adalah sebesar 4,22. Respon kinerja tertinggi 4,36 ada pada bukti langsung yaitu kondisi fisik linen (bersih, rapi,tidak robek). Sedangkan respon kinerja terendah 3,66 ada pada jaminan yaitu kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan.

d. Rata-rata derajat kepentingan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Instalasi Binatu adalah sebesar 4,45. Derajat kepentingan tertinggi 4,50 ada pada keandalan yaitu prosedur pelayanan tidak berbelit-belit dan pada jaminan yaitu kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan . Sedangkan derajat kepentingan terendah 4,34 ada pada bukti langsung yaitu penampilan karyawan Instalasi Binatu.

e. Nilai rata-rata GAP sebesar 0,22 menunjukkan sebagian besar dari seluruh pelayanan mempunyai rata-rata kinerja lebih besar dari pada rata-rata harapan konsumen kecuali pada indikator pelayanan no.12 yaitu mempunyai nilai GAP sebesar - 0,38.

f. Indek rata-rata kepuasan konsumen dari masing-masing kualitas pelayanan menunjukkan nilai positif (puas), hanya indikator pelayanan no.12 yang mempunyai nilai negatif (tidak puas) . Secara keseluruhan indek rata-rata kepuasan konsumen dari masing-masing pelayanan mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,93 dapat dikatagorikan puas. Dari uraian tersebut, dapat diketahui bahwa tidak semua pelayanan yang ada pada Instalasi Binatu dapat memuaskan konsumen.

Adapun Indikator-indikator kualitas pelayanan yang dapat memuaskan konsumen menurut perhitungan GAP adalah :

a) No. 1: Kondisi fisik linen (bersih,rapi,tidak robek).
b) No. 2 : Penampilan karyawan Instalasi Binatu.
c) No. 3 : Kebersihan dan kelengkapan fasilitas Instalasi Binatu.
d) No. 4 : Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.
e) No. 5 : Memberi pelayanan sesuai dengan permintaan.
f) No. 6 : Memberi informasi yang akurat.
g) No. 7 : Ketrampilan karyawan menanggapi keluhan konsumen.
h) No. 8 : Kecepatan karyawan menangani keluhan konsumen.
i) No. 9 : Ketepatan karyawan menangani keluhan konsumen.
j) No. 10: Ketrampilan karyawan memberikan pelayanan.
k) No. 11: Keramahan karyawan dalam memberi pelayanan.
l) No. 13: Perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen.
m) No. 14: Karyawan memberi pelayanan tidak membedakan status sosial.
n) No. 15: Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen.

Sedangkan indikator-indikator kualitas pelayanan yang tidak dapat memuaskan konsumen adalah:

o) No. 12 : Kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan.

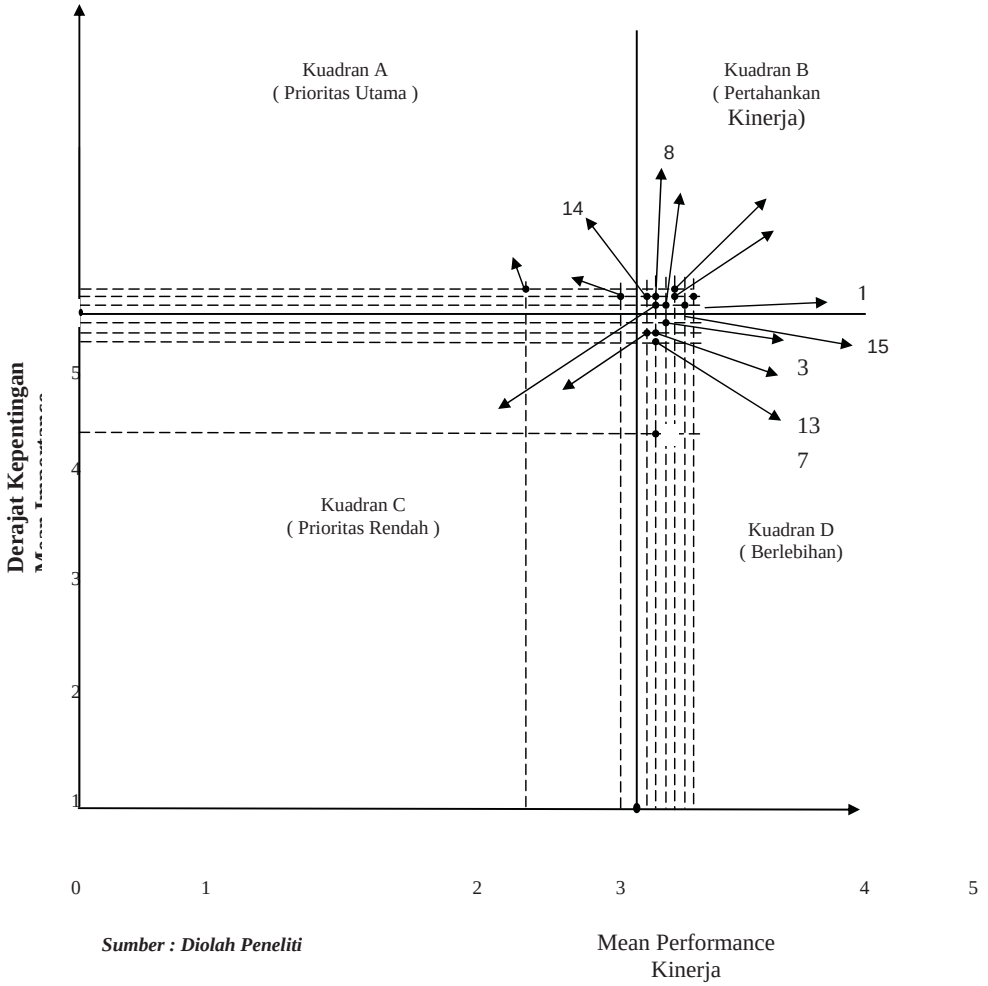
D. Importance - Performance Analysis

Untuk mengetahui apakah semua kualitas pelayanan dapat memuaskan konsumen, dan apakah tingkat pelayanan yang penting sudah dilakukan pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar, maka akan dianalisis dengan *Importance–performance analysis* (analisis derajat kepentingan-kinerja). Derajat kepentingan (*Importance*) dan kinerja (*Performance*) diukur dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dinilai dengan skala likert lima point.

Rata-rata derajat kepentingan (*Mean Importance*) dan rata-rata kinerja(*Mean Performance rating*) dihitung dari total skor untuk setiap atribut/kualitas pelayanan yang diperoleh , kemudian nilai rata-rata tersebut dijadikan dasar untuk menggambar suatu grafik dua dimensi. Sumbu vertikalnya adalah *Mean Importance*, sedangkan sumbu horisontalnya adalah *Mean Performance*.

Hasil perhitungan tabel 13 disajikan dalam salib pada diagram kartesius importance- performance analysis seperi gambar 2 berikut ini.

Gambar 2.HASIL DIAGRAM KARTESIUS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS



Sumber : Diolah Peneliti

Dari gambar 2 dapat dijelaskan bahwa hasil pengukuran kepuasan konsumen dari indikator kualitas pelayanan berdasarkan kinerja dan derajat kepentingannya memungkinkan Instalasi Binatu dapat menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk kualitas pelayanan pada masing-masing kuadran(kuadran A, kuadran B, kuadran C dan kuadran D).

Adapun masing-masing kuadran adalah :

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar yang penanganannya perlu diprioritaskan karena keberadaan indikator ini sangat penting oleh konsumen. Sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan .

Indikator-indikator kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran A adalah:

No. 11 : Keramahan karyawan dalam memberi pelayanan.

No. 12 : Kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan.

2. Kuadran B (Pertahankan Kinerja)

Menunjukkan indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar yang perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen , sehingga dapat memuaskan konsumen.

Indikator-indikator kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran B adalah:

No. 1 : Kondisi fisik linen (bersih, rapi, tidak robek).

No. 4 : Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit.

No. 5 : Memberi pelayanan sesuai dengan permintaan.

No. 6 : Memberi informasi yang akurat.

No. 8 : Kecepatan karyawan menangani keluhan konsumen.

No. 9 : Ketepatan karyawan menangani keluhan konsumen.

No.14 : Karyawan memberi pelayanan tidak membedakan status sosial.

No. 15 : Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar yang dianggap kurang penting bagi konsumen . Sedangkan pelaksanaannya biasa saja .

Tidak ada indikator-indikator kualitas pelayanan dalam kuadran C.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya karena konsumen menganggap indikator ini tidak terlalu penting tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik , sehingga sangat memuaskan konsumen.

Indikator-indikator kualitas pelayanan yang ada pada kuadran D adalah :

No. 2 : Penampilan karyawan Instalasi Binatu.

No. 3 : Kebersihan dan kelengkapan fasilitas Instalasi Binatu.

No. 7 : Ketrampilan karyawan menanggapi keluhan konsumen.

No.10 : Ketrampilan karyawan memberikan pelayanan.

No.13 : Perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen.

Berdasarkan analisis tingkat kepuasan konsumen diperoleh indek rata-rata kepuasan konsumen dari masing-masing indikator kualitas pelayanan menunjukkan sebagian besar mempunyai nilai positif (puas) . Secara keseluruhan indek rata-rata kepuasan konsumen mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,93 dapat dikatagorikan puas.

Berdasarkan *importance- performance analysis* diketahui :

1). Sebanyak 2 indikator kualitas pelayanan berada pada kuadran A (prioritas utama) menunjukkan indikator tersebut dinilai penting oleh konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

2). Sebanyak 8 indikator kualitas pelayanan berada pada kuadran B artinya indikator-indikator tersebut dipertahankan kinerjanya karena sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan kosumen.

3). Tidak ada indikator kualitas pelayanan berada pada kuadran C artinya tidak ada indikator-indikator kualitas pelayanan dijadikan sebagai prioritas rendah dalam pelaksanaannya karena respon konsumen terhadap tingkat pelayanan tidak ada yang dianggap kurang penting bagi konsumen, dan tidak ada kualitas pelaksanaan yang biasa saja.

4). Sebanyak 5 indikator kualitas pelayanan berada pada kuadran D artinya pelaksanaan indikator-indikator tersebut dianggap berlebihan karena indikator tersebut dinilai tidak terlalu penting, namun pelaksanaannya sangat memuaskan konsumen.

Dengan demikian dapat dikatakan indikator-indikator kualitas pelayanan di Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar, secara keseluruhan dan sebagian besar dapat memuaskan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai kinerja lebih besar dari nilai harapan konsumen. Usaha-usaha perbaikan yang dianggap penting oleh konsumen dapat dilakukan pada Instalasi Binatu berdasarkan letak indikator-indikator kualitas pelayanan tersebut pada masing-masing kuadran. Tetapi yang jelas kinerja pada Instalasi Binatu harus lebih ditingkatkan.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan uraian dan hasil analisis data pada Bab IV, maka kesimpulan yang dapat disampaikan tentang kualitas pelayanan kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Dari analisis tingkat kepuasan konsumen diketahui :

a. Jika dilihat dari indikator kualitas pelayanan maka diketahui indek rata-rata kepuasan konsumen tertinggi berada pada empati sebesar 2,12 sedangkan indek rata-rata kepuasan konsumen terendah berada pada jaminan sebesar -1,71.

b. Nilai rata-rata GAP sebesar 0,22 menunjukkan sebagian besar dari seluruh indikator kualitas pelayanan mempunyai nilai rata-rata kinerja lebih besar dari nilai rata-rata harapan kecuali pada indikator kualitas pelayanan no.12 yaitu mempunyai nilai GAP sebesar -0,38 .

c. Indek rata-rata kepuasan konsumen sebagian besar dari masing-masing indikator kualitas pelayanan mempunyai nilai positif (puas) kecuali faktor kualitas pelayanan no.12 mempunyai nilai negatif (tidak puas) sebesar -1,71. Secara keseluruhan indek rata-rata kepuasan konsumen mempunyai nilai rata-rata 0,93 dapat dikatagorikan puas.

2. Dari pengukuran *Importance Performance Analysis* didapat bahwa tingkat kepuasan konsumen pada Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar berada pada :

a. Kuadran A, yang dinilai sangat penting oleh konsumen tetapi pelaksanaannya masih belum memuaskan konsumen yaitu indikator kualitas pelayanan no.11 : keramahan karyawan dalam memberi pelayanan dan no.12 : kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan.

b. Kuadran B, tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen yaitu indikator kualitas pelayanan no.1 : kondisi fisik linen (bersih,rapi,tidak robek), no.4 : Prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, no.5 : memberi pelayanan sesuai dengan permintaan, no.6 : memberi informasi yang akurat, no.8 : kecepatan karyawan menangani keluhan konsumen, no.9 : ketepatan karyawan menangani keluhan konsumen, no.14 : karyawan memberi pelayanan tidak membedakan status sosial, no.15 : kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen .

c. Kuadran C, yang dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen tapi pelaksanaannya cukup. Tidak ada indikator kualitas pelayanan yang termasuk kuadran C.

d. Kuadran D, yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya dan dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen, namun pelaksanaannya dapat memuaskan konsumen yaitu no.2 : penampilan karyawan Instalasi Binatu, no.3 : kebersihan dan kelengkapan fasilitas Instalasi Binatu, no.7 : ketrampilan karyawan menanggapi keluhan konsumen, no.10 : ketrampilan karyawan memberikan pelayanan, no.13 : perhatian karyawan terhadap keluhan konsumen.

Secara umum penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) adalah puas. Hal ini dapat dilihat dari hasil penjumlahan skor jawaban responden , sebagian besar kinerja pada Instalasi Binatu sudah melebihi harapan yang diinginkan konsumen, hanya ada 1 faktor kualitas pelayanan no. 12: kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan yang mempunyai nilai negatif (tidak puas) sebesar -1,71.

Jika dilihat dari pengukuran *Importance Performance Analysis* sebagian besar dari indikator-indikator kualitas pelayanan, pelaksanaannya sesuai dengan tingkat kepentingan dan harapan konsumen, hanya indikator kualitas pelayanan no.11 dan no.12 yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberi pelayanan yang kinerjanya belum memuaskan.

B. Saran-saran

Sesuai dengan kesimpulan hasil pembahasan dapat diajukan saran-saran untuk Instalasi Binatu RSUP Sanglah Denpasar adalah sebagai berikut :

1. Indikator-indikator kualitas pelayanan pada Instalasi Binatu yang dapat memuaskan konsumen, sebaiknya indikator tersebut dipertahankan dan bila perlu kinerjanya ditingkatkan.

2. Memberikan perhatian yang serius terhadap indikator-indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang menjadi prioritas utama seperti kesopanan dan keramahan dalam memberi pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Alexs Nitisemito 2000, Marketing. Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta.

Arikunto Suharsimi 1998, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta Jakarta.

Arikunto Suharsimi 2001, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta Jakarta.

Budi, Tritton Prawira 2006, SPSS 13.0 Trapan : Riset Statistik Parametrik. Penerbit Andi Jogjakarta.

Fandy Tjiptono 1999, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Penerbit Andi Yogyakarta.

Fandy Tjiptono 2004 , Manajemen Jasa. Penerbit Andi Yogyakarta.

Gregorius Chandra 2002, Strategi dan Program Pemasaran. Penerbit Andi Yogyakarta.

J. Supranto 2000, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Penerbit PT.Rineka Cipta Jakarta.

Nasution 2004, Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Manajement). Ghalia Indonesia Bogor.

Philip Kotler 1999, Manajemen Pemasaran. Penerbit Prenallindo Jakarta.

2002, Manajemen Pemasaran. Penerbit Prenallindo Jakarta.

Sofyan Assauri 2000, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono 2005, Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alpabeta Bandung.

CELAH-CELAH PENURUNAN SUKU BUNGA PINJAMAN DALAM RANGKA MEMBERDAYAKAN UMKM

I Wayan Wardita
Ni Made Gunastri
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

***Abstract** : Globalization in the field of industry cannot be avoided along with the development of telecommunication. By the development of communications technology, the business competitions are more competitive. Therefore, the cellular operators compete to provide excellent service by offering a wide range of product variants all of which focused on increasing customer satisfaction. The increasing of customer satisfaction will result in the increase of customer loyalty. And that is also implemented by Telkomsel (Kartu Halo), one of the cellular operators. The Kartu Halo outlet in Tabanan optimizes their various facilities and services to enhance customer satisfaction. However, customer complaints always arise and result in the declining number of costumer who activated the card in Kartu Halo Outlet in Tabanan. From that point we will questioning, is there any influence of customer satisfaction on customer loyalty. The results of the study show that customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. So it is suggested to the company management to constantly improve customer satisfaction through the improvement of quality service, which in turn is expected to increase customer loyalty.*

***Keywords**: Improving the quality of service to satisfaction and lead to loyalty.*

LATAR BELAKANG

Setelah diberlakukannya ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA), maka persaingan perdagangan bagi produk-produk negara ASEAN dan Cina semakin seru. Masing-masing produsen suatu produk dari negara-negara di wilayah regional tersebut berusaha merebut pelanggan dengan berbagai cara, selain berusaha menunjukkan kelebihan yang dimiliki oleh produknya dari segi kualitas demikian juga dari segi harga.

Berikut gambaran tentang potensi dari masing-masing Negara yang termasuk dalam regional ASEAN dan Cina :

Tabel 1
Potensi-Potensi Ekonomi Masing-masing Negara

Negara	Produk Domestik Bruto (Juta US $)	Jumlah Penduduk (juta Orang)	PDB per kapita (US $)
Indonesia	820.543	224,131	3.661
Malaysia	271.167	25,951	10.449
Singapura	111.507	4,393	25.384
Philipina	391.849	84,232	4.652

Thailand	514.236	65,499	7.851
Myanmar	81.283	55,445	1.466
Brunei	5.658	0,373	15.171
Vietnam	222.345	82,810	2.685
Kamboja	25.648	14,450	1.775
Laos	11.832	6,000	1.972
China	7.249.000	1.306,848	5.200

Sumber : http://id.wikipedia.org

Dari table 1 di atas jmlah penduduk Indonesia adalah no. 2 di antara Negara-negara tersebut dan terbanyak di antara Negara-negara ASEAN yang tentunya merupakan potensi pasar yang menarik untuk menjadi ajang persaingan bagi para produsen berbagai macam produk, khususnya produk yang dihasilkan di antara produsen di wilayah regional tersebut. Hal ini dapat dirasakan di mana produk-produk Negara lain banyak yang beredar di Indonesia khususnya produk-produk Cina dengan harga yang relatif murah dengan mutu yang tidak kalah dengan produk sejenis lainnya terutama produk yang dihasilkan Negara kita.

Sebagaimana diketahui bahwa salah satu upaya memenangkan persaingan adalah dengan menentukan harga yang rendah untuk barang dengan kualitas yang sama. Berbicara harga suatu barang ditentukan oleh biaya-biaya yang dikeluarkan atau dibebankan untuk menghasilkan barang tersebut (biaya produksi) dan biaya-biaya lainnya sampai barang tersebut sampai ke tangan konsumen beserta keuntungan yang diinginkan oleh produsen dan para distributor lainnya.

Produsen dan distributor lainnya dalam menjalankan usahanya tentunya memerlukan modal kerja untuk melancarkan usahanya, di mana pemenuhan modal kerjanya umumnya tidak terlepas dengan sektor perbankan.

Berkaitan dengan sektor perbankan tentunya tidak terlepas dari bank sebagai sumber pendanaan yang diperlukan baik untuk investasi maupun modal kerja. Sumber pendanaan dari bank ini tentunya akan membebankan pengusaha sebagai biaya dana yang lazim disebut bunga pinjaman yang akan berpengaruh juga kepada harga barang.

Gambaran tentang Suku Bunga Pinjaman seperti berikut ini :

Tabel 2
Suku Bunga Pinjaman Rupiah
Menurut Kelompok Bank
Tahun 2011

Kelompok Bank dan Jenis Pinjaman	Jan (%)	Peb (%)	Mar (%)
Bank Persero			
Pinjaman Modal Kerja	12,99	11,68	11,65
Pinjaman Investasi	10,67	10,61	10,61

Bank Pembangunan Daerah			
Pinjaman Modal Kerja	13,58	13,56	13,52
Pinjaman Investasi	12,47	12,50	12,49
Bank Swasta Nasional			
Pinjaman Modal Kerja	12,95	12,96	12,90
Pinjaman Investasi	13,11	13,03	13,02
Bank Asing dan Campuran			
Pinjaman Modal Kerja	9,34	9,45	9,46
Pinjaman Investasi	10,79	10,96	10,64
Bank Umum			
Pinjaman Modal Kerja	12,72	12,32	12,30
Pinjaman Investasi	12,20	12,18	12,16

Sumber : Bank Indonesia

Mengingat bunga sebagai biaya dana yang akan mempengaruhi harga barang di mana harga merupakan salah satu cara memenangkan persaingan, maka biaya dana (suku bunga) kredit yang murah/rendah tentunya menjadi dambaan para pengusaha Indonesia sebagai salah satu upaya dalam memenangkan persaingan setelah dibukanya ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA).

Tinggi rendahnya suku bunga kredit tergantung dari beberapa faktor (Kasmir,2006) di antaranya :

1. Total Biaya Dana (*Cost of Fund*) merupakan biaya untuk memperoleh simpanan setelah ditambah dengan cadangan wajib (*reserve requirement*) yang ditetapkan pemerintah.
2. Laba yang diinginkan merupakan keuntungan yang ingin diperoleh bank dan biasanya dalam persentase tertentu.
3. Cadangan Resiko Kredit Macet merupakan cadangan terhadap macetnya kredit yang diberikan karena setiap kredit yang diberikan pasti mengandung suatu resikotidak terbayar.
4. Biaya Operasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank dalam melaksanakan kegiatan operasinya.
5. Pajak yaitu pajak yang dibebankan pemerintah kepada bank yang memberikan fasilitas kredit kepada nasabahnya.

Dari hal-hal yang telah dikemukakan sebelumnya perusahaan-perusahaan mikro kecil yang paling merasakan dampaknya mengingat jumlahnya yang relatif banyak, permodalan yang masih lemah dan akses mereka terhadap kredit perbankan sangat minim. Berikut ini adalah jumlah kredit yang disalurkan sektor Perbankan seperti yang ditunjukkan table berikut ini

Tabel 3
Jumlah Kredit Sektor Perbankan

Jenis Bank	Maret 2011 (Milyar Rp.)	% dari Total
Bank Persero	644.289	35.11%
Bank Pembangunan Daerah	149.005	8.12%
Bank Swasta Nasional	801.246	43.67%
Bank Asing dan Campuran	204.704	11.16%
Bank Perkreditan Rakyat	35.566	1.94%
Total	1.834.810	100.00%

Sumber : Bank Indonesia

Dari table 3 diperoleh gambaran bahwa jumlah kredit yang disalurkan sektor perbankan sebesar Rp. 1.834,810 triliun rupiah yang pangsa pasarnya dikuasai oleh bank-bank swasta nasional dan persero, sedangkan berapa jumlah dan persentase kredit yang disalurkan ke usaha kecil dan mikro bisa dilihat pada table berikut :

Tabel 4
Jumlah Kredit yang disalurkan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Jenis Usaha	Maret 2011 (Milyar Rp.)	% dari Total	% dari Jumlah total Kredit Perbankan
Usaha Mikro	77.786	19.86%	4.24%
Usaha Kecil	143.455	36.62%	7.82%
Usaha Menengah	170.518	43.53%	9.29%
Total	391.759	100.00%	21.35%

Sumber : Bank Indonesia

Dari Tabel 3 dan 4 di atas diperoleh gambaran bahwa porsi kredit bagi usaha mikro dan kecil relative kecil yaitu sebesar 12 % belum mencapai 20 % sesuai yang dicanangkan oleh pemerintah.

Di samping itu jika ditinjau dari suku bunga pinjaman untuk masing-masing kelompok bank seperti yang digambarkan pada table 2 dan 5 masih relatif besar dibandingkan suku bunga pinjaman di Cina 6,31 % (Trading Economic.com, FT 4/5/2011). Untuk jelasnya dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 5
Suku Bunga Pinjaman Rupiah
Menurut Kelompok Bank
Tahun 2011

Kelompok Bank dan Jenis Pinjaman	Jan (%)	Peb (%)	Mar (%)
Bank Persero			
Pinjaman Modal Kerja	12,99	11,68	11,65
Pinjaman Investasi	10,67	10,61	10,61
Bank Pembangunan Daerah			
Pinjaman Modal Kerja	13,58	13,56	13,52
Pinjaman Investasi	12,47	12,50	12,49
Bank Swasta Nasional			
Pinjaman Modal Kerja	12,95	12,96	12,90
Pinjaman Investasi	13,11	13,03	13,02
Bank Asing dan Campuran			
Pinjaman Modal Kerja	9,34	9,45	9,46
Pinjaman Investasi	10,79	10,96	10,64
Bank Umum			
Pinjaman Modal Kerja	12,72	12,32	12,30
Pinjaman Investasi	12,20	12,18	12,16

Sumber : Bank Indonesia

Seperti diketahui bahwa salah satu unsur yang mempengaruhi suku bunga adalah biaya dana yang diperoleh bank dari pihak ketiga, dan biaya dana pihak ketiga yang paling tinggi adalah dari simpanan berjangka yang dapat digambarkan seperti di bawah ini:

Tabel 6
Suku Bunga Simpanan Berjangka
Menurut Kelompok Bank

Tahun 2011

Kelompok Bank dan Jangka Waktu	Jan (%)	Peb (%)	Mar (%)
Bank Persero			
1 Bulan	6,44	6,50	6,59
3 Bulan	6,72	6,78	6,84
Bank Pembangunan Daerah			
1 Bulan	7,92	7,75	7,61
3 Bulan	8,37	8,19	8,19

Bank Swasta Nasional			
1 Bulan	6,92	6,85	7,05
3 Bulan	6,92	6,78	6,91
Bank Asing dan Campuran			
1 Bulan	5,74	5,91	5,89
3 Bulan	6,29	6,34	6,46
Bank Umum			
1 Bulan	6,72	6,72	6,83
3 Bulan	6,88	6,82	6,91

Sumber : Bank Indonesia

Dari table 6 dapat dilihat bahwa suku bunga simpanan berjangka tertinggi diberikan oleh kelompok bank BPD dan yang terendah diberikan oleh kelompok bank asing dan campuran.

Disamping biaya dana pihak ketiga khususnya simpanan berjangka yang juga mempengaruhi total biaya dana adalah Giro Wajib Minimum yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yang dalam hal ini berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor **12/19/ PBI/2010** adalah 8% dari DPK untuk GWM Primer, GWM Sekunder sebesar 2,5% dari DPK dan GWM LDR sebesar perhitungan antara Parameter Disinsentif Bawah atau Parameter Disinsentif Atas dengan selisih antara LDR Bank dan LDR Target dengan memperhatikan selisih antara KPMM Bank dan KPMM Insentif. Adapun batas bawah LDR Target sebesar 78% dan batas atas LDR Target sebesar 100%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan tersebut, maka celah-celah yang bisa digunakan untuk menurunkan suku bunga pinjaman adalah dengan mengaitkan hal-hal yang menentukan suku bunga kredit adalah:

1. **Total biaya dana** hal ini terdiri dari bunga dana yang dibayar bank kepada pihak ketiga dan GWM yang ditetapkan Bank Indonesia. Untuk bunga dana yang dibayar bank kepada pihak ketiga tidak terlepas dari BI rate yang saat ini ditentukan sebesar 6,75%, dan dari data suku bunga simpanan berjangka pada table 6 sudah mendekati, namun mengingat sumber dana pihak ketiga juga berasal dari giro dan tabungan di mana biaya dananya lebih rendah dibandingkan suku bunga simpanan berjangka, maka khusus untuk pinjaman yang diberikan kepada UMKM sebagai upaya membantu UMKM tersebut bunga pinjamannya masih bisa diturunkan. Hal ini dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 7
Suku Bunga Tabungan
Menurut Kelompok Bank
Tahun 2011

Kelompok Bank dan Jangka Waktu	Jan (%)	Peb (%)	Mar (%)	Apr (%)
Bank Persero	2,62	2,60	2,47	2,46
Bank Pembangunan Daerah	3,51	3,60	3,51	3,53
Bank Swasta Nasional	2,74	2,72	2,71	2,60
Bank Asing dan Campuran	1,54	1,47	1,44	1,52
Bank Umum	2,70	2,68	2,62	2,56

Sumber : Bank Indonesia

Berkaitan dengan GWM maka bagi bank-bank yang memberikan pinjaman kepada UMKM sesuai dengan proporsi yang ditetapkan pemerintah sebaiknya dikecualikan untuk GWM sekunder.

2. **Biaya Operasi** merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank dalam melaksanakan operasinya. Untuk menilai suatu bank dikatakan efisien apabila Biaya Operasi dibandingkan dengan Pendapatan Operasinya (BOPO) sesuai ketentuan Bank Indonesia di bawah 92 %. Berdasarkan data Info Bank Juni 2011 hanya 21 bank (17.5%) dari 120 bank yang memiliki BOPO diatas 92% berarti bank-bank sebagian besar (82,5%) sudah efisien, sehingga masih ada peluang untuk menurunkan suku bunga pinjaman.

3. **Cadangan Risiko Kredit Macet** hal ini berkaitan dengan pembentukan cadangan untuk mengantisipasi kemungkinan jika terjadi kredit macet. Hal ini dapat dilihat dari indikator ***Non Performing Loans*** (NPL) yang dianggap baik bila berada di bawah 5% berarti kredit bermasalahnya di bawah 5% (Info Bank Juni 2011). Berdasarkan data Info Bank Juni 2011 bank-bank yang memiliki NPL di atas 5% hanya 13 bank (10,83%) dari 120 bank artinya risiko kredit bermasalah di Indonesia relative kecil sehingga masih memungkinkan bagi bank-bank untuk mengekspansi kreditnya, sehingga bagi bank-bank yang kredit UMKM dengan proporsi relative kecil diharapkan dapat menyalurkan kreditnya dengan bunga relative rendah.

4. **Laba Yang Dinginkan ;** penentuan ini ditentukan oleh beberapa pertimbangan seperti kondisi pesaing, kondisi nasabah, sector yang dibiayai, hal ini bisa dilihat dari *Net Interest Margin* (NIM) dalam hal ini dapat dilihat dari selisih antara biaya dana simpanan berjangka dengan suku bunga pinjaman misalnya :

Tabel 8
Selisih suku Bunga Pinjaman
Dengan
Suku Bunga Simpanan Berjangka
Tahun 2011

	Jan (%)	Peb (%)	Mar (%)
Kelompok Bank			
Bank Persero			
Suku Bunga Pinjaman	12,99	11,68	11,65
Suku Bunga Simpanan Berjangka	6,72	6,78	6,84
Selisih Suku Bunga (NIM)	6,27	4,90	4,81
Bank Pembangunan Daerah			
Suku Bunga Pinjaman	13,58	13,56	13,52
Suku Bunga Simpanan Berjangka	8,37	8,19	8,19
Selisih Suku Bunga (NIM)	5,21	5,37	5,33
Bank Swasta Nasional			
Suku Bunga Pinjaman	12,95	12,96	12,90
Suku Bunga Simpanan Berjangka	6,92	6,78	6,91
Selisih Suku Bunga (NIM)	6,03	6,18	5,99
Bank Asing dan Campuran			
Suku Bunga Pinjaman	10,79	10,96	10,64
Suku Bunga Simpanan Berjangka	6,29	6,34	6,46
Selisih Suku Bunga (NIM)	4,50	4,62	4,18
Bank Umum			
Suku Bunga Pinjaman	12,72	12,32	12,30
Suku Bunga Simpanan Berjangka	6,88	6,82	6,91
Selisih Suku Bunga (NIM)	5,84	5,50	5,39

Sumber : Bank Indonesia

Dari table 8 diperoleh gambaran selisih suku bunga terkecil terdapat pada kelompok bank asing dan campuran, sedangkan selisih terbesar pada kelompok bank swasta nasional. Hal ini dikuatkan oleh Tony Prasetiantono (Kompas,6/6/2011) mengungkapkan NIM perbankan justru meningkat dari rata-rata 5,73% (2010) menjadi 5,88% (Maret 2011).

Mengingat Cina sebagai Negara terbesar dan barangnya banyak membanjiri Indonesia di mana selisih suku bunga pinjaman dengan simpanan berjangka di Negara tersebut hanya 3,46% (6,31% - 2,85%), maka untuk bisa bersaing NIM bank-bank di Indonesia seharusnya diturunkan lagi, yang selanjutnya ditutupi dengan cara menurunkan biaya operasionalnya dan meningkatkan pendapatan dari jasa lainnya (*fee based income*).

5. **Pajak** merupakan kewajiban yang dibebankan pemerintah kepada bank yang memberikan fasilitas kredit kepada nasabahnya. Berkaitan dengan pajak jika bank-bank memberikan kredit kepada UMKM dengan bunga yang lebih rendah tentunya pajak yang akan dibayar juga lebih rendah.

KESIMPULAN

1. **Total biaya dana :** hal ini dipengaruhi oleh **biaya sumber dana dan ketentuan GWM oleh BI** maka mengingat sumber dana pihak ketiga juga berasal dari giro dan tabungan di mana biaya dananya lebih rendah dibandingkan suku bunga simpanan berjangka, maka khusus untuk pinjaman yang diberikan kepada UMKM sebagai upaya membantu UMKM bank-bank masih bisa menurunkannya. Berkaitan dengan GWM maka bagi bank-bank yang memberikan pinjaman kepada UMKM sesuai dengan proporsi yang ditetapkan pemerintah sebaiknya dikecualikan untuk GWM sekunder.

2. **Biaya Operasi** merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bank dalam melaksanakan operasinya. Untuk menilai suatu bank dikatakan efisien apabila Biaya Operasi dibandingkan dengan Pendapatan Operasinya (BOPO) sesuai ketentuan Bank Indonesia di bawah 92 %. Berdasarkan data Info Bank Juni 2011 hanya 21 bank (17.5%) dari 120 bank yang memiliki BOPO diatas 92% berarti bank-bank sebagian besar (82,5%) sudah efisien, sehingga masih ada peluang untuk menurunkan suku bunga pinjaman.

3. **Cadangan Risiko Kredit Macet** hal ini berkaitan dengan pembentukan cadangan untuk mengantisipasi kemungkinan jika terjadi kredit macet. Hal ini dapat dilihat dari indikator ***Non Performing Loans*** (NPL) yang dianggap baik bila berada di bawah 5% berarti kredit bermasalahnya di bawah 5% (Info Bank Juni 2011). Berdasarkan data Info Bank Juni 2011 bank-bank yang memiliki NPL di atas 5% hanya 13 bank (10,83%) dari 120 bank artinya risiko kredit bermasalah di Indonesia relative kecil sehingga masih memungkinkan bagi bank-bank untuk mengekspansi kreditnya, sehingga bagi bank-bank yang kredit UMKM dengan proporsi relative kecil diharapkan dapat menyalurkan kreditnya dengan bunga relative rendah.

4. **Laba Yang Dinginkan ;** penentuan ini ditentukan oleh beberapa pertimbangan seperti kondisi pesaing, kondisi nasabah, sector yang dibiayai, hal ini bisa dilihat dari *Net Interest Margin* (NIM) dalam hal ini dapat dilihat dari selisih antara biaya dana simpanan berjangka dengan suku bunga pinjaman oleh Tony Prasetiantono (Kompas,6/6/2011) mengungkapkan NIM perbankan justru meningkat dari rata-rata 5,73% (2010) menjadi 5,88% (Maret 2011).

Mengingat Cina sebagai Negara terbesar dan barangnya banyak membanjiri Indonesia di mana selisih suku bunga pinjaman dengan simpanan berjangka di Negara tersebut hanya 3,46% (6,31% - 2,85%), maka untuk bisa bersaing NIM bank-bank di Indonesia seharusnya masih bisa diturunkan lagi, yang selanjutnya dapat ditutupi dengan cara menurunkan biaya operasionalnya dan meningkatkan pendapatan dari jasa lainnya (*fee based income*).

5. Pajak merupakan kewajiban yang dibebankan pemerintah kepada bank yang memberikan fasilitas kredit kepada nasabahnya. Berkaitan dengan pajak jika bank-bank memberikan kredit kepada UMKM dengan bunga yang lebih rendah tentunya pajak yang akan dibayar juga lebih rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Dahlan Siamat,2005, Manajemen Lembaga Keuangan "Kebijakan Moneter dan Perbankan" Edisi kelima, Lembaga Penerbit FE-UI, Jakarta

Kasmir, 2006, Manajemen Perbankan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

Kasmir,2008, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,Edisi Revisi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

www.bi.go.id, 2011,Bank Indonesia

http: //idwikipedia.org,2011, ASEAN

KINERJA PELAKSANAAN KEGIATAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN BADUNG

A. A. Sagung Ayu Srikandi Putri
(Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Denpasar)

Abstract: *Decentralization on the basis of Law No. 32 of 2004 on Local Government which local governments are given discretion to manage their own household, so the area has the authority and discretion in implementing policies in accordance with the aspirations of the community. Governance and service area is based on the principles of transparency, participation and accountability*
In this regard, this paper aims to determine the performance of the implementation of activities seen from the input, output and outcome and performance accountability Badung Tourism Office.

The result of the implementation of Badung Tourism Office in 2008 are in accordance with the plan, and 8 (eight) exceeded the target performance level indicators and 8 (eight), an indicator similar to the target, the average level of achievement goals through the formulation of indicators and targets at 116 percent of average achievement levels of activity amounted to 102.64 percent.

Keywords: Performance, Efficiency, Effectiveness

I. PENDAHULUAN

Latar Belakakang

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor : 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dimana pemerintah daerah diberikan keleluasaan untuk mengurus rumah tangganya sendiri. Ini berarti tugas dan tanggung jawab Pemerintah Daerah semakin berat karena harus mampu mengusahakan pemerintahan yang baik (*good govermence*) dengan segala potensi yang ada.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung sebagai salah satu unsur dari pemerintah Kabupaten Badung yang bertugas melaksanakan tugas-tugas desentralisasi, sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor : 7 Tahun 1999 tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah berkewajiban untuk melaksanakan penyelenggaraan pemerintah yang baik, mampu berdaya guna, berhasil guna, bersih dan bertanggung jawab melalui sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Untuk mencapai pertanggungjawaban tersebut maka Dinas Pariwisata Kabupaten Badung menyusun LAKIP Tahun 2008 berdasarkan Keputusan Kepala LAN Nomor : 239/IX/6/8/2003 tentang Perbaikan Pedoman Penyusunan Pelaporan LAKIP, Renstra Dinas Pariwisata Kabupaten Badung Tahun 2008 – 2010 dan Rencana Kinerja (Renja) Dinas Pariwisata Kabupaten Badung Tahun 2008. Kemajuan kepariwisataan Kabupaten Badung dapat dilihat dari perkembangan potensi usaha kepariwisataan dan perkembangan jumlah kunjungan wisatawan

a. Perkembangan Usaha kepariwisataan lima tahun terakhir ini terus mengalami peningkatan rata-rata peningkatan pertahun 117 usaha

Tabel 1
Perkembangan Usaha Kepariwisataan
Di Kabupaten Badung Tahun 2004-2008

No	Jenis Usaha	Tahun				
		2004	2005	2006	2007	2008
1	Hotel Bintang	90	90	90	93	94
2	Hotel Melati	302	309	322	344	377
3	Pondok Wisata	110	124	144	149	230
4	Restaurant	76	118	125	152	192
5	Rumah Makan	383	414	430	438	446
6	Bar	246	287	294	310	322
7	Apartemen	-	-	1	3	4
8	Rekreasi & Hib. Umum	221	250	331	332	366
	JUMLAH	1.446	1.592	1.736	1.818	2.031

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009

b. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Manca Negara ke Kabupaten Badung. Jumlah kunjungan wisatawan manca Negara pada tahun 2008 mengalami kenaikan yang signifikan, ini disebabkan karena kondisi keamanan yang mulai kondusip sehingga Bali dipercaya masyarakat Internasional sebagai tempat terselenggaranya event-event bertaraf Internasional. Disamping hal tersebut, promosi-promosi yang dilakukan baik di dalam maupun diluar negeri juga memberi dampak positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Badung. Adapun perkembangan jumlah kunjungan wisatawan manca negara seperti tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Manca Negara
Di Kabupaten Badung Tahun 2004 – 2008

No	Tahun	Jumlah Kunjungan	Peningkatan / Penurunan
1	2004	992.393	- 287.105
2	2005	1.457.280	+ 464.887
3	2006	1.383.231	- 74.049
4	2007	1.258.178	- 125.053
5	2008	1.664.854	+ 406.676

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009

c. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Kabupaten Badung. Jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan Manca Negara ke Obyek-obyek wisata di Kabupaten Badung tahun 2008 mengalami peningkatan yang cukup tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan tersebut dapat dilihat seperti tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata
Kabupaten Badung Tahun 2004 – 2008

No	Obyek Wisata	Tahun				
		2004	2005	2006	2007	2008
1	Uluwatu	104.413	117.306	149.993	207.072	316.093
2	Taman Ayun	64.560	42.644	59.680	112.172	150.162
3	Sangeh	55.246	48.498	36.825	30.395	126.170
4	NungNung	-	-	793	6.180	4.764
	Jumlah	364.658	224.219	268.448	355.026	597.189

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009

d. Penyelamatan Wisatawan di Pantai Melalui Balawista. Jumlah kecelakaan wisatawan yang mandi di laut mengalami kenaikan yang diiringi dengan meningkatnya prosentase yang selamat. Sementara jumlah yang meninggal mengalami penurunan. Adapun data kejadian secara lengkap seperti tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4
Data Kejadian dan Penyelamatan yang Dilakukan Balawista Th. 2004 – 2008

No	Tahun	Jumlah Kejadian	Selamat		Meninggal	
			Orang	%	Orang	%
1	2004	251	239	95,22	12	4,78
2	2005	313	299	95,53	14	4,47
3	2006	365	351	96,16	14	3,83
4	2007	274	248	90,51	26	9,49
5	2008	294	277	94,22	17	5,78
	Jumlah	1.497	1.137	94,22	83	

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009

Sesuai dengan peraturan Pemerintah Nomor : 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi sebagai daerah Otonomi, mengatur kewenangan Bidang Kepariwisataan, yaitu :

a. Penetapan Pedoman Pembangunan dan Pengembangan Kepariwisataan
b. Penetapan Pedoman Kerja Sama Internasional Bidang kepariwisataan
c. Penetapan Standard dan Norma Sarana kepariwisataan.

Berdasarakan kesepakatan antara Kepala Dinas Pariwisata Propinsi Bali dengan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota se-Bali, tanggal 1 Agustus 2001 diputuskan kesepakatan kewenangan Kabupaten/Kota yaitu :

a. Obyek dan daya tarik wisata alam sepanjang tidak menjadi kewenangan pemerintah pusat
b. Obyek dan daya tarik wisata budaya sepanjang tidak menjadi kewenangan pemerintah pusat

c. Obyek dan daya tarik wisata minat khusus sepanjang menjadi kewenangan pemerintah pusat
d. Wisata Tirta yang lokasinya bersifat stationer (lokal)
e. Mandala Wisata
f. Perkemahan
g. Hotel Melati
h. Penginapan Remaja
i. Restaurant
j. Rumah Makan
k. Rekreasi dan Hiburan Umum
l. Jasa Boga/Catering
m. Bar
n. Promosi di Daerah Kabupaten/Kota

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung sebagai unsur Pelaksana Pemerintah Kabupaten Badung yang bertugas melaksanakan kewenangan Otonomi Daerah Kabupaten dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas Desentralisasi. Adapun tugas pokok Diparda Kabupaten Badung adalah menyusun rencana, Kebijakan operasional, mengendalikan dan penyelenggaraan kegiatan dalam bidang pariwisata meliputi ketata usahaan, sarana pariwisata, obyek dan daya tarik wisata, pemasaran dan penyusunan pariwisata.

Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut Diparda Kabupaten Badung mempunyai fungsi :

a. Menyusun program dan rencana kerja Dinas berdasarkan kebutuhan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

b. Melakukan koordinasi yang diperlukan antara bagian / Dinas / Instansi / Badan / Kantor / Lembaga terkait sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang - undangan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan tugas

c. Mengkoordinasi penyusunan perumusan langkah-langkah strategis dan operasional dinas bersama dengan kepala sub dinas dan kepala bagian di lingkungan dinas untuk kelancaran pelaksanaan tugas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

d. Merumuskan kebijakan operasional dalam bidang pariwisata dalam rangka menetapkan kebijakan oleh Bupati

e. Menyusun rencana kebijakan di bidang pariwisata dalam rangka penetapan kebijakan oleh Bupati

f. Melakukan Evaluasi terhadap seluruh pelaksanaan kegiatan di bidang tugasnya untuk perbaikan kedepan sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku

g. Wajib membuat laporan tahunan atau saat diperlukan terhadap pelaksanaan kegiatan di bidang tugasnya sebagai bahan informasi dan pertanggungjawaban kepada atasan.

Rumusan Masalah

Dari uraian latrar belakang permasalahan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kinerja Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dilihat dari indikator input, output dan outcome?

2. Bagaimana akuntabilitas kinerja Dinas Pariwisata Kabupaten Badung?

Tujuan Penulisan

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan penulisan disini adalah:

1. Untuk mengetahui kinerja Dinas Pariwisata Kabupaten Badung dilihat dari indikator input, output dan outcome

2. Untuk mengetahui akuntabilitas kinerja Dinar Pariwisata Kabupaten Badung

Manfaat Penulisan

1. Hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran untuk Pemerintah Kabupaten Badung dalam upaya menyusun kebijakan pengembangan perekonomian daerah khususnya pada sektor pariwisata, sehingga mempunyai acuan yang jelas untuk menentukan langkah-langkah strategis dalam menyusun perencanaan pembangunan daerah

2. Secara praktis penulisan ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi yang dapat dipertimbangkan oleh Pemerintah Kabupaten Badung pada khususnya dan Pemerintah Propinsi dalam merumuskan kebijakan-kebijakan, terutama kebijakan yang berkaitan dengan peningkatan produktivitas sektor pariwisata

II Kajian Teoritis

2.1 Pengertian Kinerja

Pengukuran kinerja digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan kegiatan dengan sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan dalam rangka mewujudkan visi dan misi Dinas Pariwisata Kabupaten Badung. Pengukuran kinerja dimaksud merupakan hasil dari suatu penilaian yang sistematis dan didasarkan pada kelompok indikator kinerja kegiatan yang meliputi indikator masukan, keluaran, hasil. Manfaat dan dampak. penilaian tersebut tidak terlepas dari proses yang merupakan kegiatan mengolah masukan menjadi keluaran atau penilaian dalam proses penyusunan kebijakan/program/kegiatan yang dianggap penting/strategis dan berpengaruh terhadap pencapaian sasaran dan tujuan.

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Jika dilihat dari asal katanya, kata kinerja adalah terjemahan dari kata *performance*, yang menurut *The Scribner-Bantam English Distionary,* terbitan Amerika Serikat dan Canada (1979), berasal dari akar kata "*to perform*" dengan beberapa "*entries*" yaitu: (1) melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or carry out, execute*); (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu niat atau nazar (*to discharge of fulfill; as vow*); (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab (*to execute or complete an understaking*); dan (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin (*to do what is expected of a person machine*).

Sehubungan dengan itu, kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan *performance* sebagai kata benda (*noun*) di mana salah satu entrinya adalah hasil dari sesuatu pekerjaan (*thing done*), pengertian *performance* atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseoarng atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral atau etika.

Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu. Oleh karena itu, menurut model *partner-lawyer* (Donnelly, Gibson and Invancevich: 1994), kinerja individu pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor-faktor; (a) harapan mengenai imbalan; (b) dorongan; (c) kemampuan; kebutuhan dan sifat; (d) persepsi terhadap tugas; (e) imbalan internal dan eksternal; (f) persepsi terhadap tingkat imbalan dan kepuasan kerja. Dengan demikian, kinerja pada dasarnya ditentukan oleh tiga hal, yaitu: (1) kemampuan, (2)

keinginan dan (3) lingkungan.

Oleh karena itu, agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta mengetahui pekerjaannya. Tanpa mengetahui ketiga faktor ini kinerja yang baik tidak akan tercapai. Dengan kata lain, kinerja individu dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu terhadap pekerjaannya. Perasaan ini berupa suatu hasil penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya.

Penilaian kinerja (performance appraisal) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan.

2.2 Indikator Kinerja Efisiensi dan Efektivitas

Efisiensi adalah hubungan antara input dan output, merupakan ukuran apakah penggunaan barang dan jasa yang dibeli oleh organisasi untuk mencapai output tertentu. Efisiensi juga mengandung beberapa pengertian antara lain a) efisiensi pada sektor usaha swasta (*Private sector eggociency)* dijelaskan dengan konsep input output yaitu rasio output dan input, b) efisiensi pada sektor pelayanan masyarakat *(public sector efficiency)* adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan baik dan pengorbanan seminimal mungkin, c) suatu kegiatan dikatakan telah dikerjakan secara efisien jika pelaksanaan pekerjaan tersebut telah mencapai sasaran (output) dengan biaya (input) yang terendah minimal diproleh hasil yang diinginkan.

Efektivitas adalah hubungan antara output dengan tujuan atau juga dikatakan, bahwa efektivitas berkaitan erat dengan tingkat keberhasilan suatu aktivitas sektor publik, sehingga suatu kegiatan akan dikatakan efektif bilamana kegiatan dimaksud mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemampuan penyediaan layanan publik yang tidak lain merupakan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Jadi Efektivitas dalah suatu ukuran keberhasilan atau kegagalan organisasi dalam mencapai suatu tujuan Mardiasmo (2004:164).

Osborne (1997:394) mengatakan bahwa efektivitas adalah merupakan ukuran dari suatu dari suatu kualitas output. Ketika kita mengukur efektivitas kita akan menjadi tahu, apakah investasi kita berguna atau tidak. Sedangkan menurut Devas (1989:297) menyatakan bahwa efektivitas adalah hasil guna kegiatan pemerintah dalam mengurus keuangan daerah haruslah sedemikian rupa sehingga memungkinkan program dapat direncanakan dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan dengan biaya serendah-rendahnya dan dalam waktu yang secepat-cepatnya.

The Liang Gie dan M. Thoha (Syamsi Ibnu, 2004:7) mengatakan bahwa efisiensi merupakan suatu usaha untuk mencapai prestasi yang se besar-besarnya dengan menggunakan kemungkinan-kemungkinan yang tersedia (material, mesin dan manusia) dalam tempo yang sependek-pendeknya didalam keadaan yang nyata (sepanjang keadaan itu bisa berubah) tanpa mengganggu keseimbangan antara faktor tujuan dan waktu. Efisiensi juga dapat diartikan sebagai perbandingan terbaik antara suatu hasil dengan usahanya.

1. Efisiensi kegiatan

Efisiensi kegiatan adalah kemampuan suatu kegiatan untuk menggunakan input yang lebih sedikit, tetapi dapat menghasilkan output yang sama, atau input yang sama dapat

menghasilkan output yang lebih besar, atau prosentase capaian kinerja output lebih tinggi dari prosentase capaian kinerja input. Dengan demikian fokus perhatian dalam pengukuran efisiensi adalah indikator input dan output dari suatu kegiatan.

Efisiensi suatu kegiatan disimpulkan setelah membandingkan Angka Capaian Efisiensi (ACE) dengan Standard Efisiensi yang Dipakai (SED)

Angka Capaian Efisiensi (ACE) diproleh dengan membandingkan capaian output dengan capaian input. Sedangkan angka Standar Efisiensi yang dipakai (SED) merupakan angka pembanding yang dijadikan dasar dalam penilaian efisiensi. Angka ini bisa berupa angka capaian efisiensi tahun lalu, angka efisiensi instansi lain untuk kegiatan yang sama, atau angka capaian efisiensi sesuai rencana capaian / target

Dalam laporan ini SED yang digunakan sebagai pembanding adalah angka capaian efisiensi sesuai rencana capaian / target

ACE kemudian dibandingkan dengan SED dan penilaian diberikan dengan cara sebagai berikut :

Jika, ACE $\geq$ SED maka kegiatan dianggap efisien

ACE $\leq$ SED maka kegiatan dianggap tidak efisien

2. Efektivitas Kegiatan

Efektivitas kegiatan diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu kegiatan untuk mewujudkan hasil yang diinginkan. Pengukuran efektivitas kegiatan difokuskan pada capaian indikator outcame dari kegiatan tersebut. Efektivitas kegiatan dibagi atas dua macam, yaitu a) efektivitas individual kegiatan, b) efektivitas terkait sasaran.

Efektivitas individual kegiatan adalah kemampuan suatu kegiatan mencapai target outcome yang telah ditetapkan untuk kegiatan yang bersangkutan. Sedangkan efektivitas terkait sasaran merupakan kemampuan kegiatan bersama-sama kegiatan lain untuk mewujudkan pencapaian sasaran strategisnya.

Suatu kegiatan dikatagorikan efektif bila mampu mencapai angka rata-rata outcome minimal 100 persen, sedangkan kegiatan dikatakan kurang / tidak efektif apabila capaian rata-rata indikator outcomenya dibawah 100 persen.

III PEMBAHASAN

3.1 Rencana Strategik

Visi Dinas Pariwisata Kabupaten Badung adalah terwujudnya Dinas Pariwisata Kabupaten Badung sebagai pusat pengembangan informasi dan pelayanan bidang pariwisata

Misi Dinas Pariwisata Kabupaten Badung berupa : Pembangunan sektor pariwisata berdasarkan adat dan budaya yang dijiwai oleh Agama Hindu serta pemberdayaan industri / komponen pariwisata serta pengembangan dan pelayanan pada usaha Pariwisata

Tujuan yang ingin dicapai berupa mewujudkan pariwisata yang berwawasan budaya dan lingkungan hidup yang dijiwai oleh agama Hindu serta peningkatan kualitas para pelaku pariwisata baik sebagai obyek maupun subyek pembangunan.

Sasaran yang ingin dicapai adalah : Meningkatnya pertumbuhan kedatangan wisatawan di Kabupaten Badung dalam melestarikan, mengembangkan dan membina potensi pariwisata yang tetap bertumpu pada nilai-nilai kebudayaan daerah yang dijiwai oleh Agama Hindu dan melibatkan peran serta masyarakat secara luas.

Strategi untuk mencapai tujuan dan sasaran dirumuskan melalui penetapan kebijakan program dan kegiatan yang sesuai dengan Rencana Strategik Tahun 2008 adalah :

1. Kebijakan meningkatkan sarana dan prasarana kepariwisataan melalui program penataan obyek wisata dengan kegiatan Penataan obyek wisata Pantai Jimbaran (Pembangunan Gedung Balawista).

2. Kebijakan meningkatkan kualitas SDM pengelola pariwisata dan kegiatan pemasaran produk pariwisata melalui program pengembangan pemasaran pariwisata serta pengelolaan dan pengembangan produk wisata dengan kegiatan : a) promosi pariwisata, b) kebijakan meningkatkan kualitas SDM pengelola pariwisata dan kegiatan pemasaran produk pariwisata melalui program pengembangan pemasaran pariwisata serta pengelolaan dan pengembangan produk wisata.

3.2 Rencana Kinerja

Rencana kinerja (Renja) merupakan penjabaran dari sasaran dan program yang dilaksanakan dalam kurun waktu satu tahun yang dilaksanakan dengan berbagai kegiatan. Rencana kerja memuat gambaran mengenai rencana tingkat capaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran tujuan, misi dan visi organisasi.

Rencana kinerja tahun 2008 terdiri dari 3 program yaitu

a. Program penataan obyek wisata
b. Program pengembangan pemasaran pariwisata
c. Program pengelolaan dan pengembangan produk wisata

3.3 Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja sasaran dan kinerja kegiatan dilakukan dengan membandingkan antara target dengan realisasi yang telah dicapai. Dari hasil pengukuran akan didapat nilai apakah berhasil mencapai target atau belum sehingga diproleh kesimpulan untuk dijadikan bahan pengambilan suatu keputusan.

1. Hasil Pengukuran dan Evaluasi Kinerja Sasaran seperti pada tabel 7 berikut :

Tabel 7
Hasil Pengukuran Kinerja Sasaran Tahun 2008

No	Indikator Sasaran	Target (%)	Realisasi (%)	Tingkat Capaian (%)
a.	Meningkatnya prosentase penataan obyek wisata	100	100	100
b.	Tertanggulanginya kecelakaan wisatawan yang mandi di laut.	94,33	94,33	100
c.	Tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Badung.	90	90	100
d.	Meningkatnya prosentase jumlah pengetahuan pariwisata bagi pemandu wisata lokal.	100	100	100
e.	Meningkatnya prosentase jumlah tenaga penyelamat wisata tirta yang mampu menangani musibah dilaut.	100	100	100
f.	Meningkatnya prosentase jumlah anggota masyarakat yang mampu berbahasa Inggris.	100	100	100
g.	Meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke obyek-obyek wisata Kabupaten Badung.	100	100	100
h.	Meningkatnya prosentase jumlah usaha wisata yang mengerti tentang kepariwisataan.	100	100	100
i.	Meningkatnya jumlah sarana pariwisata yang sesuai dengan aturan.	100	100	100
j.	Meningkatnya prosentase jumlah usaha hiburan yang sesuai dengan aturan.	100	100	100

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009 (diolah)

Dari tabel diatas terlihat sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatnya pertumbuhan kedatangan wisatawan di Kabupaten Badung dengan tetap melestarikan, mengembangkan dan membina potensi pariwisata yang tetap bertumpu pada nilai-nilai kebudayaan daerah yang dijiwai oleh agama Hindu dan melibatkan peran serta masyarakat luas. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut maka ditetapkan melalui penetapan indikator sasaran yaitu :

a. Menigkatkan penataan obyek wisata

Di Kabupaten Badung terdapat 33 obyek wisata yang terdiri dsari 7 buah obyek wisata budaya, 24 buah obyek wisata alam, 1 buah obyek wosata remaja dan 1 buah obyek wisata buatan (berdasarkan Peraturan Bupati No. 7 Tahun 2005, tanggal 7 Februari 2005).

Juga dilaksanakan penataan obyek wisata Pantai Jimbaran agar sarana dan prasarana yang ada di obyek tersebut memadai / sesuai dengan standar pariwisata dengan tingkat capaian 100 persen.

b. Tertanggulanginya Kecelakaan Wisatawan yang mandi di Laut.

Dengan adanya pengadaan sarana dan prasarana balawista diharapkan dapat penurunan kecelakaan wisatawan yang mandi dan berkreasi di laut. Target sasaran tahun 2008 adalah 94,33 persen sehingga tingkat capaiannya adalah 100 persen.

c. Tingkat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Badung

Tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Badung tahun 2008 naik secara drastis. Dimana pada tahun 2007 jumlah kunjungan wisatawan 1.258.178 orang sedangkan pada tahun 2008 sebanyak 1.664.854 orang (naik sebesar 32,32%). Dengan demikian dari target sasaran 90% sehingga tingkat capainya diperoleh 100%.

d. Meningkatkan Prosentase Jumlah Pengetahuan Pariwisata Bagi Pemandu Wisata Lokal. Melalui indikator sasaran ini diharapkan dapat meningkatkan kwalitas para pemandu wisata lokal di Kabupaten Badung, dengan demikian para pemandu dapat menjelaskan secara detail mengenai obyek dan perkembangan kepariwisataan, sehingga para wisatawan yang berkunjung akan merasa puas atas penjelasan terhadap obyek yang diingini. Target indikator sasaran 100% realisasinya mencapai 100% dengan tingkat capaian 100%

e. Meningkatnya prosentase jumlah tenaga penyelamat wisata tirta yang mampu menangani musibah di laut.Tahun 2008 indikator sasaran yang ditargetkan 94,33% realisasinya tercapai 94,33%. Dengan demikian tingkat capaiannya adalah 100%.

f. Meningkatnya prosentase jumlah anggota masyarakat yang mampu berbahasa Inggris Dengan semakin meningkatnya/ banyaknya anggota masyarakat yang mempunyai kemampuan berbahasa Inggris akan memperlancar komunikasi di obyek-obyek wisata. Dengan demikian setiap wisatawan akan merasa aman dan nyaman karena dapat memperoleh informasi kepariwisataan sesuai dengan harapan. Indikator sasaran yang ditetapkan sebesar 100% dengan realisasi 100% dan tingkat capainnya 100%

g. Meningkatnya jumlah Wisatawan yang Datang ke obyek – obyek Wisata di Kabupaten Badung.

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berpengaruh pula pada tingkat kunjungan wisatawan ke obyek-obyek wisata Kabupaten Badung. Jumlah kunjungan ke 3 obyek di Kabupaten badung tahun 2008 adalah 597.189 orang (naik sebesar 41% dari jumlah kunjungan tahun sebelumnya). Dengan ditargetkannya indikator sasaran

sebesar 100% realisasinya mencapai 100% dan tingkat capaiannya sebesar 100%.

h. Miningkatnya Prosentase Jumlah Usaha Wisata yang Mengerti Kepariwisataan. Melalui penetapan indikator sasaran ini diharapkan dapat mempercepat dan meratakan penyampaian informasi kepariwisataan (bekerjasama dengan RRI Madya Denpasar dan Bali Travel New), sehingga sasaran yang ditetapkan dangan cepat dapat diwujudkan. Target indikator sasaran yang ditetapkan 100% realisasinya mencapai 100% sehingga prosentase pencapaian rencana sebesar 100%.

i. Meningkatnya prosentase jumlah Usaha Sarana Pariwisata yang Sesuai dengan aturan Untuk dapat meningkatkan pertumbuhan wisatawan dan melestarikan potensi pariwisata maka perlu diupayakan agar setiap usaha saran pariwisata dapat menyajikan produk wisata yang nyaman dan aman. Untuk dapat mencapai hal tersebut ditetapkan target indikator sasaran sebesar 100% realisasinya mencapai 100% dan tingkat capaiannya sebesar 100%.

j. Meningkatnya Prosentase Jumlah Usaha Hiburan yang Sesuai dengan Aturan.

Untuk dapat melestarikan dan mengembangkan potensi pariwisata yang tetap bertumpu pada nilai-nilai kebudayaan daerah yang dijiwai oleh agama hindu maka ditetapkan indikator sasaran berupa meningkatkan prosentase jumlah usaha hiburan yang sesuai dengan aturan. Dengan demikian diharapkan setiap usaha hiburan akan berusaha untuk mengikuti aturan dan menyajikan produk wisata sesuai dengan keinginan wisatawan yang berkunjung. Target indikator sasaran adalah 100% realisasinya mencapai 100% sehingga tingkat capaiannya 100%.

Tabel 8
Hasil Pengukuran Kegiatan Tahun 2008

No	Kegiatan	Tingkat Capaian (%)			Efisien	Efektif
		Input	Output	Outcome		
I	**Penataan Obyek Wisata Pantai**					
	Pembangunan gedung Balawista di Pantai Jimbaran	98,9	100	100	Ya	Ya
II	**Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata**					
a.	Penyusunan Buju Profil Kepariwisataan	100	100	100	Ya	Ya
b.	Pembuatan Brosur Kepariwisataan	99.2	100	100	Ya	Ya
c	Promosi Pariwisata	100	100	100	Ya	Ya
d	Penyuluhan Kepariwisataan di Kab. Badung	100	100	100	Ya	Ya
e	Pelatihan Pemandu Wisata Lokal	98,4	100	100	Ya	Ya
f	Pelathan Penyelamat Wisata Tirta	99,1	100	100	Ya	Ya
g	Kursus Bahasa Asing Bagi anggota PAKDARWIS	100	100	100	Ya	Ya
h	Keikut sertaan dalam Kopetisi Baywatch Di Pengandaran	100	100	100	Ya	Ya

III	**Pengelolaan dan Pengembangan Produk Wisata**					
a.	Pembinaan dan Penertiban Usaha rekreasi dan hiburan umum	100	100	100	Ya	Ya
b.	Pembinaan dan Penertiban Usaha Atraksi Wisata Tirta	97,8	100	100	Ya	Ya
c.	Pembinaan dan penertiban Jasa Akomodasi	100	100	100	Ya	Ya
d.	Pembinaan dan Penertiban usaha sarana pariwisata	100	100	100	Ya	Ya
e.	Tim pembinaan obyek dan daya tarik wisata	100	100	100	Ya	Ya

Sumber : BPS Provinsi Bali Tahun 2009 (diolah)

Evaluasi dan Analisis pengukuran Kinerja Kegiatan diuraikan sebagai berikut :

1. Program Penataan Wisata

Melalui program ini diharapkan dapat melibatkan masyarakat secara luas sehingga pariwisata yang kita kembangkan benar-benar dapat dirasakan oleh masyarakat utamanya masyarakat sekitar obyek. Disamping itu program penataan ini merupakan salah satu langkah pelestarian, dan pengembangan segenap potensi pariwisata . Tahun 2008 dilaksanakan kegiatan penataan berupa :

Penataan Obyek Wisata dan Pembangunan Gedung Balawista di Pantai Jimbaran. Kegiatan ini dilaksanakan karena banyak wisatawan yang berkunjung dan menikmati indahnya pantai serta banyaknya wisatawan yang mandi dipantai untuk mengatasi dan menjaga kenyamanan wisatawan yang mandi dilaut, dibangun gedung Balawista lengkap dengan perangkatnya yang siap menjaga keamanan wisatawan.

2. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Melalui program ini diharapkan agar segenap potensi kepariwisataan yang kita miliki dapat digali dan dikembangkan. Program ini dilaksanakan dengan kegiatan promosi pariwisata, penyusunan buku profil kepariwisataa, pemberian informasi kepada wisatawan, pelatihan pemandu wisata lokal, pelatihan penyelamat wosata tirta, kompetisi baywacth penyuluhan kepariwisataan, kursus bahasa inggris.

Kegiatan Promosi Kepariwisataan dilakukan didalam negeri seperti Jawa Barat Travel Exchange, Festival Nusa Dua, Road Show, dan lain-lain. Pembuatan brosur-brpsur dan kalender kepariwisataan dalam bentuk bahasa Inggris, Mandarin, Jepang yang berjumlah 39.700 exemplar. Sedangkan penyusunan buku profil ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara menyeluruh tentang kepariwisataan Badung. Upaya ini juga merupakan salah satu promosi dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan. Disamping itu pemberian informasi kepada wisatawan merupakan kegiatan promosi juga dimana kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara tatap muka kepada setiap wisatawan yang berkunjung. Sehingga diharapkan wisatawan mendapatkan informasi yang diinginkan.

Selain kegiatan promosi pariwisata, untuk dapat meningkatkan citra kepariwisataan maka perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) pelaku pariwisata. Sehingga mampu meminimalisir terjadi kesalahan informasi tentang keberadaan obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten . Adapun kegiatan tersebut meliputi :

a. Pelatihan pemandu wisata lokal

dilaksanakan di Desa Sangeh Kecamatan Abiansemal yang diikuti oleh 40 orang peserta yang terdiri dari anggota pokdarwis dan pemuda pemudi setempat dengan capaian kinerjanya 100 persen

b. Pelathan Penyelamat Wisata Tirta, pelatihan ini dilaksanakan di pantai Kuta dengan mendatangkan pelatih dari luar negeri yang diikuti oleh peserta 50 orang dengan capaian kinerja adalah 100 persen

c. Kompetisi Bay Wacth Pengandaran, kompetisi ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan petugas penyelamat wisata tirta yang mampu menangani musibah yang terjadi di laut. Kompetisi ini berlangsung di Pelabuhan Ratu Kabupaten Sukabumi yang diikuti oleh 8 orang peserta.

d. Penyuluhan Kepariwisataan, penyuluhan kepariwisataan ini ditujukan kepada para pengusaha pariwisata yang ada di Kabupaten Badung, kegiatan ini bekerjasama dengan RRI Madya Denpasar dengan Bali Travel News dalam bentuk wawancara dengan para pelaku pariwisata. Hasil wawancara disiarkan melalui RRII dan juga dumuat pada Media Bali Travel News dengan capaian kinerjja diproleh 100 persen

e. Kursus Bahasa Inggris, kursus bahasa Inggris ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan di Desa Pelaga Kecamatan Petang yang diikuti oleh 40 orang peserta yang terdiri dari anggota pokdarwis, pelajar dan pengusaha bidang pariwisata, dengan rata-rata capaian kinerja 100 persen.

3. Program Pengelolaan dan Pengembangan Produk Wisata

Melalui program ini diharapkan dapat mengelola dan mengembangkan produk-produk wisata pada setiap usaha kepariwisataan yang ada di Kabupaten Badung. Penyajian produk wisata yang baik akan membantu meningkatkan daya tarik wisatawan yang berkunjung sehingga citra kepariwisataan kita menjadi lebih baik pula. Program ini dilaksanakan melalui beberapa kegiatan yaitu :

a. Pembinaan obyek, daya tarik dan atraksi wisata dengan volume kegiatan berupa pembinaan terhadap usaha dan obyek wisata yang ada di Kabupaten Badung (atraksi gajah di Petang, atraksi unta di Hotel Niko, atraksi waterboom park di Kuta, atraksi selancar di Canggu, atraksi bunggi jumping di Legian, atraksi water sport di Benoa dan atraksi kuda di Kerobokan) pembinaan ini dilaksanakan oleh Tim secara terus menerus selama satu tahun anggaran, dengan rata-rata tingkat capaian sebesar 100 persen

b. Pembinaan dan penertiban jasa akomodasi dilaksanakan 3 (tiga) kali dalam sebulan selama 8 bulan dengan sasaran para pengusaha hotel, pondok wisata, restaurant, rumah makan dan bar. Kegiatan ini rata-rata capaian kinerjanya diproleh 100 persen

c. Pembinaan penertiban dan klasifikasi usaha sarana kepariwisataan dilaksanakan 3 (tiga) kali dalam setahun dengan sasaran usaha salon kecantikan dan spa, panti pijat, panggung pertunjukan, karaoke, bilyard dan lain-lain, rata-rata capaian kinerja diproleh 100 persen.

3.4 Hambatan / Kendala dan Langkah-Langkah Antisipatif

1. Hambatan / Kendala

Kurangnya sarana transportasi kantor (kendaraan operasional) sehingga menghambat pelaksanaan tugas. Juga kurangnya alokaso dana sehingga berdampak pada kurangnya event-event kepariwisataan Internasional seperti travel mart, pameran pariwisata, pekan promosi pariwisata dan lain-lain yang dapat diikuti sehingga berdampak pada tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Badung. Kurang meratanya penataan di obyek-obyek wisata sehingg belum semua obyek siap dipromosikan.

2. Langkah-Langjkah Antisipatif

a. Mengkoordinasikan semua kegiatan dan mengatur penggunaan kendaraan secara bergilir dengan skala prioritas

b. Mengusulkan alokasi dana yang memadai sehingga event-event tersebut dapat diikuti

c. Mengusahakan penataan yang lebih merata dengan mengusulkan dana yang lebih memadai.

3.5 Akuntabilitas Keuangan

Alokasi anggaran untuk pelaksanaan program dan kegiatan bersumber dari APBD Kabupaten Badung Tahun 2008 yang realisasinya mencapai Rp. 8.378.424.851,00 dari yang direncanakan sebesar Rp. 9.302-299-727,00

Tidak sesuainya antara rencana dengan realisasi disebabkan karena adanya efisiensi penggunaan anggaran. Kegiatan yang realisai keuangannya lebih rendah dari rencana adalah pengadaan sarana dan prasarana Balawista, penataan obyek wisata Pantai Berawa, pembangunan gedung Balawista di pantai Jimbaran, peningkatan rumah instansi. Efisiensi juga dilaksanakan dalam Belanja Administrasi Umum dan Belanja Operasional dan Pemeliharaan yang meliputi pengembangan pemasaran pariwisata penyusunan buku Profil Kepariwisataan, pembuatan brosur kepariwisataan serta dalam promosi pariwisata. Kegiatan yang realisasi keuangannya sama dengan target adalah Penyuluhan Kepariwisataan, pelatihgan pemandu wisata lokal, kursus bahasa inggris bagi POKDARWIS, Pembinaan dan penertiban jasa akomodasi, pembinaan dan penertiban usaha sarana pariwisata, pelatihan penyelamatan wisata tirta, peningkatan pengamanan pantai, pemeliharaan alat angkut darat serta pemeliharaan alat angkut apuntg bermotor dan tidak bermotor. Pelaksanaan anggaran telah sesuai dengan perundang-undangan yang telah berlaku yaitu hemat, efisien dan efektif.

IV SIMPULAN

a. Pelaksanaan kegiatan tahun 2008 sudah sesuai dengan yang direncanakan

b. Pencapaian sasaran malalui penetapan indikator sasaran menunjukkan 8 indikator sasaran tingkat capaiannya melebihi target dan 8 indikaor sasaran tingkat capaiannya sama dengan target

c. Rata-rata tingkat capaian sasaran melalui penetapan indikator sasaran adalah 110 persen dan rata-rata tingkat capaian kinerja kegiatan Dinas Pariwisata Kabupaten Badung adalah 100 persen.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim, 2004, Manajemen Keuangan Daerah, Unit Penerbit dan Percetakan (UUP) AMP YKPN, Togyakarta

BPS. Provinsi Bali Tahun 2009

Devas, N.B. Blinderm K. Devey, R. Kelly, 1989, Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta

Mardiasmo, Widayat W. 1994, Peranan dan Pengelolaan Keuangan Daerah dalam Usaha Peningkatan PAD. Khusus Keuangan Daerah, FE-UGM, Yogyakarta

Osborne, David, 1997, Mewirausahakan Birokrasi, PT. Pustaka Binaman Pressindo

Syamsu, Ibnu, 2004, Dasar-Dasar Kebijakan Keuangan Negara, Renika Cipta, Jakarta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor : 32 Tahun 2004, Tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor : 33 Tahun 2004, Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah

PENGARUH SEKTOR PERTANIAN DAN SEKTOR PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO (PDRB) KOTA DENPASAR

I Gusti Gde Oka Pradnyana
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

Abstract : *The success of a country's development is inseparable from economic development activities in it. The final objective of the national development is to create social justice for all Indonesian people. Economic development is a planned effort and done in continuous basis to manage all existing resources to improve the welfare of the community. Indonesia consists of many islands, Provincial and Regency / City, where the province of Bali and Denpasar City as one of them, then its economic development is the elaboration of the national development. The economic development of Bali province as well as Denpasar city actually driven by several sectors, including agriculture and trade sectors, hotels and restaurants and a few more other sectors. The economy can be said to have a solid foundation if those sectors has balanced contribution against its gross domestic product.This study is trying to see the influence of agricultural and trade sector, hotels and restaurants to the Gross Regional Domestic Product (GDP) of Denpasar. And the goal is to determine the effect of those sectors to GRDP of Denpasar and which one of them are more dominant and how development of GDP in 2014. From the analysis of this study it can be concluded that the agricultural and trade sectors, hotels and restaurants have a positive effect on GDP of Denpasar. It means that if those sectors are increasing, the Denpasar GDP will increase, as evidenced by the slope coefficient of 4.836 obtained in the agricultural sector means that if the agricultural sector rose 1%, the GDP rose 4.836%, while the sectors of trade, hotels and restaurants slope sector 1.971 means that if the trade, hotels and restaurants rose 1%, the GDP rose 1.971%. Trade, hotels and restaurants have dominant influence on the GDP about 73.20%, while the GDP of Denpasar continues to rise each year becoming 16150.96 billion in 2014.*

Keywords*: Gross Domestic Product, Agriculture and Trade.*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pembangunan ekonomi didalamnya. Tahap-tahap pembangunan ekonomi menurut W.W Rostow (M. Suparmoko,1997) ada lima tahap yakni: 1) masyarakat tradisional, 2) masyarakat prasyarat untuk lepas landas, 3) masyarakat lepas landas, 4) masyarakat menuju kematangan, 5) masyarakat konsumsi yang berlebih. Tahap-tahap pembangunan ekonomi ini menunjukan adanya berubahan perilaku masyarakat di dalam melakukan aktifitas ekonomi dari masyarakat tradisional menuju keadaan masyarakat yang maju dan modern, yang biasanya diikuti oleh perubahan struktur ekonomi yang makin seimbang antar sektor dalam hal ini sektor primer makin menurun sedangkan sektor sekunder dan tersier semakin meningkat perannya pada produk domestik bruto suatu negara.

Di dalam pembangunan ekonomi itu peranan pemerintah tidak kalah penting dalam rangka mengarahkan pencapaian sasan yang ditetapkan. Hal ini bisa kita lihat dari adanya perencanaan pembangunan yang direncanakan oleh pemerintah, agar pembangunan bisa dilaksanakan secara bertahap dan berkelanjutan sesuai dengan prioritas. Pembangunan adalah suatu proses perubahan dari suatu keterbelakangan menjadi kondisi yang lebih maju dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat M. Todaro (2000) yang menyatakan bahwa pembangunan merupakan proses multi dimensional yang mencakup berbagai perubahan mendasar atas struktur sosial, sikap perilaku masyarakat serta institusi-institusi nasional disamping tetap menyasar pertumbuhan ekonomi, penanganan ketimpangan pendapatan serta mengentaskan kemiskinan. Pada umumnya rencana pembangunan memuat tujuan dan prinsip-prinsip kebijakan pembangunan antara lain meningkatkan laju pertumbuhan pendapatan dan kesempatan kerja, mengusahakan pembagian pendapatan yang lebih merata, menyeimbangkan pembangunan antar wilayah, merubah struktur ekonomi agar tidak berat sebelah.

Pembangunan ekonomi adalah sebuah upaya yang terencana dan teratur dalam mengelola segenap sumber daya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat . Sumber daya terbatas adanya bahkan sebagian diantaranya tidak dapat diperbaharui atau bertambah dengan cepat, sedangkan disisi lain kebutuhan manusia terus meningkat jumlahnya dan sangat beragam jenisnya. Kebutuhan manusia tersebut tidak dapat dipenuhi oleh daerah yang bersangkutan karena adanya keterbatasan sumber daya. Dengan demikian telah terbangun hubungan ekonomi antar daerah yang saling berkaitan dan memiliki ketergantungan, bahkan dalam skala internasional. Oleh sebab itu pembangunan ekonomi dalam rangka pembangunan wilayah memberikan memberikan perhatian kepada keterkaitan antara ruang desa dan kota dengan ruang yang lebih luas yakni tingkat regional, nasional dan internasional berdasarkan prinsip keterkaitan dan ketergantungan.

Pembangunan nasional bertujuan mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Peranan pemerintah dalam upaya pencapaian sasaran pembangunan nasional adalah dengan menentukan arah kebijakan pembangunan yang dituangkan pada perencanaan sehingga pencapai sasaran pembanguan dengan lebih terarah. Perencanaan pembangunan yang dimaksudkan adalah perencanaan pembangunan perekonomian secara keseluruhan, dimana mencakup penerapan sistem pemikiran yang rasional terhadap sejumlah bidang perekonomian. Perencanaan pembangunan mempertimbangkan semua potensi ekonomi yang paling penting seperti tabungan, investasi, out put, pengeluaran pemerintah dan transaksi luar negeri.

Pembangunan daerah merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Pembangunan daerah merupakan penjabaran dari pembangunan nasional yang dilaksanakan secara berkelanjutan dalam rangka pencapaian sasaran pembangunan. Perencanaan pembanguan ekonomi di daerah menjadi sebuah keperluan mutlak karena berkaitan dengan alokasi distribusi factor-faktor produksi diantara kawasan dan sektor perekonomian. Faktor-faktor produksi akan bergerak antar kawasan berdasarkan mekanisme pasar dan mendorong sektor-sektor ekonomi tumbuh lebih cepat. Sasaran pembangunan terwujud apabila pemerintah daerah mengetahui potensi daerah dan kawasan andalan serta mampu merumuskan strategi kebijakan pembanguan produksi atau komoditi unggulan dalam persaingan global.

Perkembangan dan kemajuan suatu daerah akan tercapai bila adanya program pembanguan fisik maupun mental. Pelaksanaan pembangunan akan selalu berkesinambungan setiap periode dengan mengikuti tahap demi tahap yang telah direncanakan. Pada akhirnya

perkembangan dan kemajuan pembangunan daerah itu diperlukan kontrol dan evaluasi untuk meninjau kembali.

Pembanguan daerah dalam hal ini Provinsi Bali yang merupakan bagian integral pembangunan nasioanal perkembangan ekonominya digerakan oleh sektor-sektor seperti sektor pertanian, perdagangan, hotel dan restorn, jasa-jasa dan lainnya, dimana kontribusinya sektor tersebut terhadap produk domestik regional bruto adalah seperti table berikut:

Tabel 1. Kontribusi PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2005-2009 (dalam persen)

No	Lap.Usaha	2005	2006	2007	2008	2009	Rata2
1	Pertanian	20,29	19,96	19,41	18,33	18,21	19,24
2	Pertamb.&galian	0,66	0,69	0,66	0,68	0,65	0,67
3	Industr.pengolahan	8,69	8,70	8,99	9,34	9,16	8,98
4	Lstr, gas & Air bersih	1,85	1,94	2,00	2,10	2,00	1,98
5	Bangunan	4,03	4,28	4,43	4,70	4,40	4,37
6	Perd.,Hotel & Rest.	29,37	28,88	28,98	28,96	30,00	29,24
7	Pengang. & Kom.	11,85	11,86	12,33	12,92	13,76	12,54
8	Keua, Psw&j.persh	7,07	7,46	7,34	7,62	7,11	7,32
9	Jasa-jasa	16,19	16,22	15,86	15,35	14,72	15,67
	PDRB	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: BPS Prov. Bali, data diolah

Dari table 1 diatas terlihat bahwa kontribusi sektor pertanian terhadap PDRB semakin menurun, yakni dari 20,29% tahun 2005 menjadi 18,21% pada tahum 2009 sedangkan sektor sekunder misalnya Perdagangan, hotel dan restoran semangkin meningkat yaitu dari 29,27% tahun 2005 menjadi 30% tahun 2009 keadaan ini menunjukan makin seimbangnya struktur perekonomian Provinsi Bali, dimana sektor yang dominan (sektor pertanian) akan menurun peranannya terhadap produk domestik regional bruto digeser oleh sektor yang lain sehingga menunjukan adanya kemajuan perkonomian kearah yang makin baik.

Program pembangunan daerah dan berbagai kebijakan ekonomi di Kabupaten/ Kota tidak jauh berbeda dengan struktur ekonomi Provinsi Bali, hal ini dapat dilihat dari Kontribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Denpasar dimana sektor pertanian menyumbang 7,44% tahun 2005 turun menjadi 6,75% tahun 2009 sedangkan sektor perdagangan , hotel dan restoran menyumbang 35,30% tahun 2005 naik menjadi 35,76 pada tahun 2009 (BPS Prov Bali).

2. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dikemukakan pokok masalah adalah sebagai berikut:

a. Bagaimana pengaruh sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap PDRB Kota Denpasar?

b. Yang mana lebih dominan pengaruhnya antara sektor pertanian dengan sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap PDRB Kota Denpasar?

c. Bagaimana perkembangan nilai trend Produk Domestik Regional Bruto Kota Denpasar sampai tahun 2014?

3. Tujuan

a. Untuk mengetahui pengaruh sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran terhadap PDRB Kota Denpasar.

b. Untuk mengetahui sektor mana yang lebih dominan pengaruhnya terhadap PDRB Kota Denpasar.

c. Untuk mengetahui prediksi nilai trend PDRB Kota Denpasar tahun 2014.

4. Kegunaan

a. Kegunaan akademik, adalah diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan Produk Domestik Regional Bruto dan Pembanguan ekonomi

b. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan ekonomi khususnya serta bagi masyarakat dapat digunakan sebagai informasi dalam memilih kegiatan ekonomi yang perkembangannya baik.

5. Metode Penelitian

a. Lokasi dan objek penelitian

Lokasi penelitian adalah Kota Denpasar, yang memiliki karakteristik sebagai pusat pemerintahan, perdagangan dan pengembangan perumahan sebagai pusat kota. Sedangkan objek penelitiannya adalah pengaruh sektor pertanian dan perdagangan, hotel dan restoran terhadap PDRB dan prospeknya.

b. Sifat dan jenis data

Sifat data

- Data kuantitatif, adalah data yang berbentuk angka-angka dean dapat dihitung dengan satuan hitung, dalam hal ini data mengenai PDRB Provinsi Bali dan Kota Denpasar yang diperoleh dari Buku PDRB Provinsi Bali
- Data Kualitatif , adalah data yang tidak berupa angka-angka yang dalam hal ini berupa keterangan-keterangan mengenai PDRB Kota Denpasar

Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber lain, baik yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan. Data sekunder yang digunakan adalah data sekunder tahunan dalam bentuk deret waktu (time series) dari tahun 2005-2009 yang diperoleh dari buku PDRB Provinsi Bali maupun instansi terkait.

c. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan teknik dokumentasi, yakni studi kepustakaan dan informasi dokumentasi yang berkaitan dengan masalah yang dikaji, dalam hal ini Badan Pusat Statistik Provinsi Bali dan pihak terkait lainnya

d. Teknik analisis data

Analisis yang digunakan untuk pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y) adalah model regresi linier berganda yang rumusnya sebagai berikut:

$$Yi = \beta_0 + \beta_1 X1i + \beta_2 X2i + ei$$

(Agus Widarjono,2010)

Keterangan :

Y1 = Produk Domestik Regional Bruto Kota Denpasar
β_o = Konstanta
X1 = Sektor pertanian
X2 = Sektor perdagangan , hotel dan restoran
β_1 = Slope koefisien X1
β_2 = Slope koefisien X2
ei = perkiraan kesalahan pengganggu

Untuk mengetahui pengaruh variable bebas terhadap variable terikat dapat dilihat dari nilai slope Xi maupun X2, koefisien beta tertinggi merupakan variable bebas yang dominan pengaruhnya terhadap variable terikat.Sedangkan untuk menganalisis nilai trend sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran digunakan trend linier kuadrat terkecil, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$ (Nata Wirawan, 2002)

Keterangan:

Y = Nilai PDRB

X = tahun setelah ditranformasikan, jadi dalam bentuk koding

a = Konstanta

n = jumlah tahun

b = Koefisien taksiran

Dari persamaan diatas nilai a dan b dapat dicari dengan rumus:

$a = \sum Yi : n$ $b = \sum XiYi : \sum Xi^2$

LANDASAN TEORI

Pembangunan ekonomi adalah usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup suatu bangsa yang sering diukur dengan tinggi rendahnya pendapatan riel per kapita. Jadi tujuan pembangunan ekonomi di samping untuk menaikan pendapatan nasional riel juga untuk meningkatkan produktivitas. (M. Suparmoko,1990). Disamping itu dapat juga diukur dari perubahan struktur ekonomi, dimana makin maju suatu perekonomian maka sektor-sektor yang ada pada struktur ekonomi tersebut akan makin seimbang memberi sumbangan pada produk domestik brutonya.

1. Pendapatan Nasional

Pendapatan nasional adalah salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara, di dalam menghitung pendapatan nasional ada tiga macam pendekatan yang dapat digunakan yaitu;

a. Pendekatan hasil produksi atau product approach, yaitu menghitung besarnya pendapatan nasional dengan cara menjumlahkan hasil akhir barang-barang dan jasa untuk suatu periode tertentu dari semua unit-unit produksi yang menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa tersebut.

b. Pendekatan pendapatan atau income approach, yaitu menghitung pendapatan nasional dengan cara menjumlahkan pendapatan yang diperoleh rumah tangga keluarga dalam periode tertentu.

c. Pendekatan pengeluaran atau expenditure approach, yaitu menghitung pendapatan masional dengan cara menjumlahkan seluruh pengeluaran yang dilakukan oleh empat sektor dalam perekonomian sektor rumah tangga, perusahan, pemerintah dan perdagangan luar negeri dalam suatu periode tertentu.

Produk domestik regional bruto atau pendapatan regional adalah merupakan nilai tambah yang ditimbulkan oleh berbagai sektor / lapangan usaha yang melakukan kegiatan usahanya di daerah atau wilayah tertentu tanpa memperhatikan kepemilikan

faktor-faktor produksi. (Buku PDRB Prov. Bali, 2005-2009).

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dapat dibedakan menjadi : a) PDRB atas dasar harga yang berlaku, b) PDRB atas dasar harga konstan. PDRB atas dasar yang berlaku menunjukan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dan dihitung menurut harga yang berlaku. Sedangkan PDRB atas dasar harga kostan menunjukan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dan dihitung menurut harga tahun dasar. Pengertian pproduk domestik bruto tersebut diatas dapat dipersempit menjadi PDRB menurut lapangan usaha dan PDRB menurut penggunaan. PDRB menurut lapangan usaha adalah jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu wilayah tertentu dan pada periode tertentu. Sedangkan PDRB menurut penggunaan adalah jumlah nilai barang dan jasa yang digunakan untuk konsumsi akhir. Komponen-komponen penggunaan PDRB meliputi pengeluaran konsumsi rumah tangga, pengeluaran lembaga swasta yang tidak mencari untung, pengeluaran konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap PDRB, perubahan stok dan ekspor netto. Dengan demikian PDRB merupakan data yang sangat dibutuhkan dalam rangka perencanaan pembanguan daerah dan padat digunakan sebagai alat evaluasi terhadap hasil-hasil pembangunan di bidang ekonomi.

Metode perhitungan produk domestik regional bruto ada dua cara yaitu:

Metode langsung

Menurut BPS Prov. Bali (2000), untuk menghitung PDRB, ada tiga metode perhitungan yang biasa digunakan dalam pendekatan ini yaitu:

a. Pendekatan produksi, PDRB merupakan jumlah nilai akhir produk barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh produksi di suatu daerah dalam jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun) unit-unit produksi tersebut secara garis besarnya dikelompokan menjadi: 1) Pertanian dalam arti luas, 2) Pertambangan dan penggalian, 3) industry pengolahan, 4) Listrik, gas dan air bersih, 5) bangunan, 6)Perdagangan, hotel dan restoran, 7) Pengangkutan dan komunikasi, 8) keuangan, persewaan dan jasa perusahaan, 9) jasa-jasa

b. Pendekatan pendapatan, PDRB adalah jumlah balas jasa yang diterima oleh factor-faktor produksi yang ikut serta dalam proses produksi di suatu daerah dalam jangka waktu tertentu. Balas jasa faktor-faktor produksi yang dimaksud adalah upah dan gaji, sewa tanah, bunga modal dan keuntungan. Selain variable tersebut, penyusutan, pajak tak langsung dan subsidi merupakan bagian yang harus diperhitungkan dalam penyusunan PDRB melalui pendekatan ini.

c. Pendekatan pengeluaran, PDRB merupakan jumlah pengeluaran yang dilakukan untuk konsumsi rumah tangga, lembaga sosial swasta yang tidak mencari untung, konsumsi pemerintah, pembentukan modal tetap domestik bruto, perubahan stok ekspor netto

Secara konsep ketiga metode perhitungan tersebut memberikan jumlah yang sama antara jumlah barang dan jasa akhir yang dihasilkan dan harus sama pula dengan jumlah pendapatan faktor-faktor produksinya. Namun demikian karena keterbatasan sumber data, perhitungan PDRB yang disajikan baru terbatas pada PDRB menurut produksi dan menurut pengeluaran. Menerut BPS Prov. Bali (2000) secara teoritis agregat PDRB dibedakan menjadi:

a. PDRB atas dasar harga berlaku, jumlah nilai produksi, nilai pendapatan atau pengeluaran yang dinilai sesuai dengan harga berlaku pada tahun yang bersangkutan.

b. PDRB atas dasar harga konstan, jumlah nilai produksi, nilai pendapatan atau pengeluaran yang dinilai berdasarkan tahun dasar.

c. PDRB atas dasar harga pasar, dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan nilai tambah bruto yang timbul dari seluruh sektor perekonomian wilayah itu. Yang dimaksud dengan nilai tambah adalah nilai produksi dikurangi biaya antara. Dengan demikian, nilai yang mencakup komponen-komponen faktor pendapatan, penyusutan dan pajak tak langsung.

d. PDRB atas dasar biaya faktor, perbedaan antara konsep biaya faktor dan biaya pasar adalah karena adanya pajak tak langsung yang dipungut pemerintah kepada unit-unit produksi. Pajak tak langsung ini meliputi: pajak penjualan, bea ekspor, cukai dan pajak pertambahan nilai lainnya, kecuali pajak pendapatan dabn pajak perseroan yang merupakan bagian dari pajak langsung. Sedangkan subsidi pemerintah biasanya digunakan untuk mengonterol stabilitas harga pasar. Pajak tidak langsung netto merupakan selisih antara pajak tak langsung dikurangi subsidi. PDRN atas dasar harga pasar dikurangi dengan pajak tidak langsung netto, sama dengan atas dasar harga faktor.

e. Produk Domestik Regional Netto (PDRN), perbedaan konsep netto disini dengan bruto adalah karena pada konsep bruto masih terdapat komponen penyusutan, sedangkan pada konsep netto penyusutan sudah dikeluarkan.

   Jadi PDRB atas dasar harga pasar dikurangi penyusutan akan diperoleh PDRN atas dasar harga pasar. Penyusutan dimaksud adalah nilai susut barang-barang modal tersebut dalam proses produksi.

f. Pendapatan regional, PDRN atas dasar biaya factor itu seneanarnya merupakan balas jasa terhadap factor-faktor produksi di regional atau daerah tersebut. PDRN atas dasar biaya factor merupakan jumlah dari pendapatan yang berupa upah dan gaji, sewa tanah dan keuntungan yang merupakan jumlah pendapatan yang berasal dari region tersebut, tidak semua penduduk wilayah itu, sebab ada sebagian pendapatan diterima oleh penduduk wilayah lain

g. Pendapatan perkapita, adalah pendapatan regional (atas dasar biaya faktor) dibagi dengan jumlah penduduk pertengahan tahun untuk tahun yang sama.

Metode tidak langsung

Dalam cara ini penghitungan dilakukan dengan mengalokasikan PDRB atau nilai tambah dari setiap sektor/sub sektor komoditi kegiatan usaha dalam lingkup nasional/multi regional ke dalam angka regional dengan menggunakan indicator yang tepat. Untuk menghitung PDRB atas dasar harga konstan tahun 2000 digunakan beberapa cara:

a. Cara revaluasi yaitu menilai kembali PDRB sesuai dengan harga pada tahun dasar (tahun 2000). Baik produksi,biaya antara, penyusutan maupun pajak tak langsung dinilai denganharga pada tahun 2000

b. Cara ekstrapolasi yaitu menghitung nilai tambah masing-masingn tahun dengan mengalikan nilai tambah tahun dasar dengan indek produksi untuk masing-masing kegiatan/komoditi (tahun 2000 = 100).

c. Cara deflasi yaitu menghitung nilai tambah masing-masing tahun dengan cara membagi nilai tambah atas dasar harga berlaku dibagi dengan indek harga untuk masing-masing kegiatan/komoditi (tahun 2000 = 100).

d. Cara deflasi berganda, dalam hal ini yang dideflasikan bukan nilai tambahnya, tetapi produknya (out put) dan biaya antaranya. Kemudian nilai tambahnya dihitung dengan cara mengurangi nilai produksinya dengan biaya antaranya.

ANALISIS DATA

1. Analisis Pengaruh Sektor Pertanian dan Perdagangan, Hotel dan Restoran terrhadap PDRB Kota Denpasar

Untuk mengetahui pengaruh sector pertanian dan perdagangan, hotel dan restoran dapat dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil anlisis pada lampiran 2 dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

Y = -310,447 + 4,836 X1 + 1,971 X2

Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran mempunyai pengaruh positif secara parsial terhadap Produk Domestik Regional Bruto. Hal ini terlihat dari regresi dari masing-masing sector tersebut bernilai positif. Sektor pertanian koefisien regresinya di dapat sebesar 3,442 ini berarti apabila sektor pertanian naik sebesar 1(satu) persen maka Produk Domestik Regional Bruto akan meningkat sebesar 3,442 persen. Sedangkan untuk sektor perdagangan, hotel dan restoran di dapat koefisien regresinya sebesar 1,971 ini berarti apabila sektor perdagangan , hotel dan restoran naik 1(satu) persen maka Produk Domestik Regional Bruto akan meningkat sebesar 1,971 persen.

Analisis standardized Coefficient adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui variable independen mana yang berpengaruh dominan terhadap Produk Domestik Regional Bruto, Sektor perdagangan, hotel dan restoran mempunyai koefisien lebih besar dari sektor perdagangan, hotel dan restoran, sehingga dapat dikatakan bahwa sector perdagangan, hotel dan restoran mempunyai pengaruh dominan terhadap Produk Domestik Bruto (lampiran 2).

Dari hasil analisis diatas bahwa sektor pertanian tidak dominan pengaruhnya pengarurnya terhadap oleh sektor-sektor lain, hal ini mempunyai indikasi bahwa sektor-sektor yang ada dalam perekonomian Kota Denpasar sudah semakin seimbang, disamping adanya alih funsi lahan yang semakin pesat untuk memenuhi kebutuhan perumahan warga kota. Keadaan seimbang diantara sektor-sektor ekonomi yang ada dapat diartikan makin baiknya pondasi perekonomian Kota Denpasar, sehingga stabilitas perekonomian dapat terjaga. Namun demikian menurunnya sector pertanian perlu dicariakan solusi terutama masalah-masalah utama menyebabkan kondisi tersebut, seperti alih lahan pertanian yang sangat pesat dan sarana-sarana pertanian yang lain, sehingga menurunnya sektor pertanian dapat ditanggulangi.

Proyeksi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dihitung dengan menggunakan persamaan garis trend, yaitu dengan menggunakan metode jumlah kuadrat terkecil. Analisis trend least square ini dapat digunakan untuk memprediksi PDRB di masa yang akan dating. Dalam anlisis ini digunakan PDRB selama 5(lima) tahun di mulai dari periode 2005 sampai dengan periode 2009. Berdasarkan data dan perhitungan pada lampiran 3, dapat diketahui persamaan trendnya sebagai berikut;

PDRB (Y) = 8.272,95 + 1.125,43 (t) tahun, berdasarkan persamaan trend ini maka dapat dihitung PDRB untuk tahun 2014, sebagai berikut:

Prediksi tahun 2014: PDRB(Y)

= 8.272,95 + 1.125,43 (t)

= 8.272,95 + 1.125,43 (7)

= 8.272,95 + 7.878,01

= 16.150,96

Dari hasil perhitungan ini dapat dikatakan bahwa PDRB Kota Denpasar terus meningkat dari tahun ke tahun, yakni 10.720,96 miliyar tahun 2009 menjadi 16.150,96 miliyar tahun 2014

PENUTUP

1. Kesimpulan

a. Pengaruh sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran adalah positif terhadap PDRB Kota Denpasar, artinya apabila sektor pertanian dan sektor perdagangan, hotel dan restoran meningkat maka PDRB Kota Denpasar juga akan meningkat. Ini terbukti dari koefisien slope sektor pertanian sebesar 4,836 artinya apabila sektor pertanian naik 1%, maka PDRB naik sebesar 4,836%, sedangkan koefisien slope sektor perdagangan, hotel dan restoran sebesar 1,971 artinya apabila sektor perdagangan, hotel dan restoran naik 1%, maka PDRB naik sebesar 1,971%

b. Sektor perdagangan, hotel dan restoran mempunyai pengaruh yang lebih dominan dari pada sektor pertanian terhadap PDRB Kota Denpasar, yakni sebesar 73,20% sedangkan sektor pertanian sebesar 26,69

c. Prediksi nilai trend PDRB Kota Denpasar terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, ini terbukti PDRB Kota Denpasar Tahun 2009 sebesar 10.720,96 miliar diprediksi menjadi sebesar 16.150,96 tahun 2014

2. Saran

Kota Denpasar sebagai ibu kota Provinsi Bali memang akan menjadi pusat segala aktivita kehidupan warganya termasuk aktivitas ekonomi ditambah dengan adanya peningkatan perkembangan pariwisata dengan sendirinya tentu akan membawa dampak pesatnya perkembangan sektor perdagangan, hotel dan restoran. Untuk itu sektor pertanian tidak boleh ditinggalkan begitu saja, sehingga dalam hal ini perlu mensinergikan agar sektor pertanian dapat sejajar meningkat dengan sektor yang lain, maksudnya sektor pertanian lebih diperhatikan terutama usaha-usaha untuk meningkatkan produktivitasnya disamping itu juga yang penting mengendalikan alih fungsi lahan pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Widarjono, 2011, Analisis Statistika Multivariat Terapan, Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta

Bappeda Provinsi Bali Dan Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2010, Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Bali, 2005-2009

Jhingan,M.L. 2000, Ekonomi Perencanaan Dan Pembangunan, CV Rajawali, Jakarta

Nata Wirawan, 2002, Statistik I dan II, Keraras Mas, Denpasar

Sugiono, 2002, Metode Penelitian dan Bisnis, Mandiri, Jakarta

Soediyono Reksoprayitno, 2000, Pengantar Ekonomi Makro, BPFE UGM, Yogyakarta

Suparmoko, 1997, Ekonomika Pembangunan, BPFE, UGM, Yogyakarata

Todaro, M.P, 2000, Pembangunan Ekonomi, PT Bumi Aksara, Jakarta

Lampiran 1.

Data yang Diolah

Tahun	Sektor Pertanian (Milyaran)	Sektor Perdangan Hotel dan Restoran (Milyaran)	PDRB Kota Denpasar (Milyaran)
2005	468,27	2222,46	6295,93
2006	515,07	2412,53	7000,48
2007	565,75	2824,34	7942,66
2008	629,28	3358,71	9404,7
2009	723,42	3833,43	10720,96

Sumber : Buku PDRB Prov. Bali (2005-2009)

Lampiran 2. Hasil Uji Regresi

Regression

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sektor Perdangan Hotel dan Restoran (Milyaran), Sektor Pertanian (Milyaran)[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PDRB Kota Denpasar (Milyaran)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000[a]	.999	.998	75.44112

a. Predictors: (Constant), Sektor Perdangan Hotel dan Restoran (Milyaran), Sektor Pertanian (Milyaran)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.290E7	2	6449553.881	1.133E3	.001[a]
	Residual	11382.726	2	5691.363		
	Total	1.291E7	4			

a. Predictors: (Constant), Sektor Perdangan Hotel dan Restoran (Milyaran), Sektor Pertanian (Milyaran)

b. Dependent Variable: PDRB Kota Denpasar (Milyaran)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-310.447	524.483		-.592	.614
	Sektor Pertanian (Milyaran)	4.836	3.442	.269	1.405	.295
	Sektor Perdangan Hotel dan Restoran (Milyaran)	1.971	.515	.732	3.825	.062

a. Dependent Variable: PDRB Kota Denpasar (Milyaran)

Lampiran 3

Perhitungan Trend

tahun	Xi	Yi	XiYi	Xi^2
2005	-2	6.295,93	-12.591,86	4
2006	-1	7.000,48	-7.000,48	1
2007	0	7.942,66	0	0
2008	1	9.404,70	9.404,70	1
2009	2	10.720,96	21.441,92	4
		41,364,73	11.254,28	10

a = 41.364,73 : 5 = 8.272,95

b = 11.254,28 : 10 = 1.125,43

PDRB (Y) = 8.272,95 + 1.125,43 (t)

PDRB (Y2014) = 8.272,95 + 1.125,43 (7)

= 8.272,95 + 7.878,01

= 16.150,96

PENGARUH PENERAPAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DALAM JASA PELAYANAN DI RSU SURYA HUSADHA

Putri Anggreni
(Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mahendradatta Denpasar)

Abstracts : *Hospital represent one of example institute the service in health area. At the height of the requirement and society awareness in the field of health accompanied with the change of patterned thinking of society which of opinion the health is very important investment in their live, have pushed a lot of party to exploit to existing market opportunity by development building various to like hospital. In the development it is effort the hospital do not get out of the compulsion to apply the management process in it is effort consumer satisfaction presented is very important necessary for the peripatetic company in service area like to hospital. And one of strategy which can by run the hospital to take care of the consumer satisfaction with the maximization to applying of the marketing mix in the company activities as far becoming formula oppositely, also how influence to applying of the marketing mix to consumer satisfaction in using the service in Surya Husadha Hospital? How strength of relation to applying of the marketing mix to consumer satisfaction in using the service in Surya Husadha Hospital? At the research, analysis the information used is technique is Multiple Regression Analysis with this analysis in Multiple Regression Analysis to know there is do not in influence of between two variable is the free variable and the trusted variable. Correlation analysis and determination analysis do know how influence of the marketing mix practices to consumer satisfaction F-Test and t-Test. Pursuant to obtained by Multiple Regression Analysis to result of is exixtence of real influence and is positive than marketing mix to consumer satisfaction at Surya Husadha Hospital is a 4.427. From obtained the Correlation Analysis the result of is existence which positive and strong relation of the marketing mix to consumer satisfaction at Surya Husadha Hospital scale 0.792. From the determination analysis obtained by result is 62.7% the most percentage of consumer satisfaction influence to applying of the marketing mix while some minimizing influence by other, dissimilar factor is which not checked. From analysis F-Test and t-Test either through entirety and also each variable marketing mix have to effect on consumer satisfaction and his meaning is hypothesis (Ha) accepted. Conclusion which can be pulled from research is between applying to of marketing mix to consumer satisfaction of at Surya Husadha Hospital own to influence and relation which are positive and strong go together that is Surya Husadha Hospital always improve the marketing mix applying to be consumer satisfaction to be weaked.*

Keywords : *marketing mix, consumer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Mengacu pada makin meningkatnya kebutuhan masyarakat di bidang kesehatan akibat kondisi lingkungan yang semakin memburuk dan tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan yang semakin meningkat mendorong semua pihak, baik itu Pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat di bidang kesehatan.

Rumah sakit merupakan salah satu contoh lembaga penyedia jasa pelayanan di bidang kesehatan. Sebagai sebuah lembaga yang menyediakan pelayanan di bidang kesehatan, rumah sakit tidak lepas dari keharusan untuk menerapkan manajemen, baik itu manajemen sumber daya manusia maupun manajemen pemasaran dalam menjalankan usahanya agar tujuan yang ingin dicapai dapat terwujudkan. Dengan meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat dalam bidang kesehatan yang disertai dengan perubahan pola pikir masyarakat yang beranggapan bahwa kesehatan adalah suatu investasi yang sangat penting dalam kehidupan mereka, telah mendorong banyak pihak untuk memanfaatkan peluang pasar yang ada dengan membangun berbagai fasilitas kesehatan seperti rumah sakit.

Di Indonesia pada umumnya dan di Bali khususnya, pada saat ini telah berdiri banyak rumah sakit yang memiliki spesifikasi dan keunggulan masing-masing, dan pada dasarnya setiap rumah sakit memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumennya. Dengan adanya banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan kesehatan seperti rumah sakit telah menyebabkan timbulnya kondisi persaingan yang ketat diantara perusahaan tersebut. Setiap rumah sakit selalu berusaha untuk melakukan inovasi dalam usahanya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya pada konsumen agar tetap mampu bertahan hidup dan berkembang pada kondisi persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini.

Pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan jasa seperti rumah sakit adalah dengan melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia, pengembangan teknologi serta pengembangan unsur-unsur lain dalam perusahaan seperti pemasaran dan keuangan hingga kualitas pelayanan dapat terjaga dan kegiatan operasional rumah sakit dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Pada dasarnya masyarakat sebagai konsumen selalu menginginkan alat pemuas kebutuhan baik itu berupa barang maupun jasa yang terbaik untuk memenuhi kebutuhannya, demikian juga suatu perusahaan seperti rumah sakit selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan mengutamakan kualitas kepada masyarakat sebagai konsumennya.

Namun pada kenyataannya, sering terjadi suatu permasalahan yaitu terjadinya kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen dimana manajemen tidak selalu memahami secara benar apa yang diinginkan pelanggan, dan hal ini merupakan suatu permasalahan yang harus dipecahkan oleh manajemen dalam suatu perusahaan jasa.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan adalah melalui penerapan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah seperangkat variabel-variabel pemasaran yang digabungkan untuk mendapatkan tanggapan yang diharapkan pada pasar sasaran. Penerapan bauran pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang terpadu dan menyeluruh yang memberikan panduan pada suatu perusahaan pelayanan jasa seperti rumah sakit untuk memastikan apa yang telah diberikan pada konsumen adalah yang terbaik. Dalam hal ini, bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh variabel pemasaran yaitu produk, harga, saluran distribusi, promosi, personel, fasilitas fisik dan proses manajemen.

Pada dasarnya bauran pemasaran merupakan kumpulan dari unsur-unsur pemasaran yang telah diintegrasikan dalam suatu sistem yang terpadu dan menyeluruh dan di dalamnya telah terdapat berbagai macam kegiatan dalam suatu usaha yang dilaksanakan dengan suatu standar tertentu sehingga kualitas produk yang dihasilkanpun dapat terjamin, dan hal ini akan berpengaruh pada tanggapan positif dari konsumen akan produk yang telah digunakannya. Maksimalisasi pelaksanaan penarapan bauran pemasaran akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen karena penerapan bauran pemasaran akan mempengaruhi kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan akan berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen.

Sesuai dengan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimanakah pengaruh penerapan bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan kesehatan di RSU Surya Husadha? (2) Seberapa kuat hubungan penerapan bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha?

Tujuan yang diharapakan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pengaruh penerapan bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan kesehatan di RSU Surya Husadha; (2) Untuk mengetahui hubungan antara penerapan bauran pemasaran dengan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan kesehatan di RSU Surya Husadha.

LANDASAN TEORITIS

Manajemen

Handoko (2004 : 8) menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya ekonomi dan sumber lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Siswanto (2005 : 22) menyatakan bahwa manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya manajemen merupakan proses pelaksanaan dari fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya manusia dan sumber daya alam lain untuk mencapai tujuan secara efisien (Panggabean, 2002 : 13). Penerapan manajemen penting bagi perusahaan karena dengan penerapan suatu manajemen yang baik akan membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan secara efisien.

Di dalam prakteknya, manajemen dapat dipandang dari dua sisi yaitu sebagai suatu ilmu dan seni karena dalam menjalankan fungsi-fungsi dalam manajemen suatu organisasi melakukannya dengan cara atau seninya masing-masing berdasarkan suatu standar tertentu (Hasibuan, 2006 : 2).

Pemasaran

Chandra (2005 : 1) berpendapat tentang pengertian pemasaran dalam arti luas bahwa pemasaran mencakup proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain.

Jika kegiatan pemasaran dipandang sebagai suatu sistem, pemasaran merupakan suatu sistem yang di dalamnya terdapat berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk baik itu barang maupun jasa ke dalam pasar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pemasaran dikembangkan sebagai suatu pola yang tertata dalam suatu sistem yang sering disebut sebagai ilmu dan juga dikembangkan dengan

cara masing-masing pelaku sehingga disebut improvisasi dan karenanya disebut seni. Dalam prakteknya pemasaran dijalankan dengan dua cara yaitu ilmu dan seni.

Pemasaran dapat juga diuartikan sebagai suatu usaha untuk mengarahkan dana dan daya milik perusahaan ke arah pemberian kepuasan pada konsumen dengan maksud agar perusahaan bisa menjual produk, memperoleh laba dan mencapai tujuan perusahaan (Manullang, 2002 : 208).

Dalam suatu kegiatan usaha, pemasaran merupakan suatu proses bisnis yang dinamis karena merupakan suatu proses yang integral yang menyeluruh dan bukan gabungan aneka fungsi pranata yang terurai (Angipora, 2002 : 5).

Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa pada intinya adalah kombinasi dari tujuh unsur penting dari inti pemasaran jasa antara lain : produk, sistem harga, kegiatan distribusi, promosi, personel, fasilitas fisik dan proses manajemen.

Adapun penjelasan masing-masing unsurnya adalah sebagai berikut :

1. Produk (*Product)*, adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi minat dan kebutuhan konsumen serta dapat memberikan kepuasan pada konsumen yang menggunakannya. Produk ini dapat berupa barang, jasa, gagasan ataupun suatu keahlian.
2. Harga (*Price*), adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Dalam penetapan harga harus diperhatikan kedua belah pihak. Kedua belah pihak tersebut adalah perusahaan dan konsumen.
3. Distribusi (*Placement*), adalah kegiatan menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkan pada konsumen. Dalam kegiatan distribusi dilakukan suatu proses untuk menentukan saluran distribusi yang akan digunakan untuk memastikan produk yang dikirimkan dapat sampai ke tangan konsumen tepat pada waktunya. Dalam hal ini perusahaan harus memilih saluran distribusi yang efektif.
4. Promosi (*Promotion*), adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pembeli agar mau mengenal, senang dan akhirnya mau membeli produk, misalnya promosi melalui iklan baik melalui media cetak maupun elektronik.
5. Personel (*People)*, merupakan si pemberi jasa, personel dalam suatu perusahaan adalah kunci utama dalam penyampaian jasa pada konsumen karena si pemberi jasa ini menjadi petunjuk dalam menentukan karakteristik dan kualitas jasa.
6. Fasilitas Fisik (*Physical Facility*), meliputi fasilitas penunjang yang dimiliki perusahaan yang mendukung pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen.
7. Proses Manajemen (*Manegement Process*), adalah suatu proses yang dilakukan oleh manajemen untuk meyakinkan konsumen bahwa jasa yang diterima adalah yang terbaik, dengan suatu penyampaian jasa yang lebih cepat dan lebih unggul.

Kepuasan Konsumen

Umar (2005 : 65) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Ada dua hal penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu mutu produk dan pelayanan.

Kualitas Jasa

Kualitas jasa dapat diartikan sebagai keunggulan yang dimiliki oleh produk jasa. Dalam hal ini, Tjiptono (2001 : 59) menyatakan bahwa kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

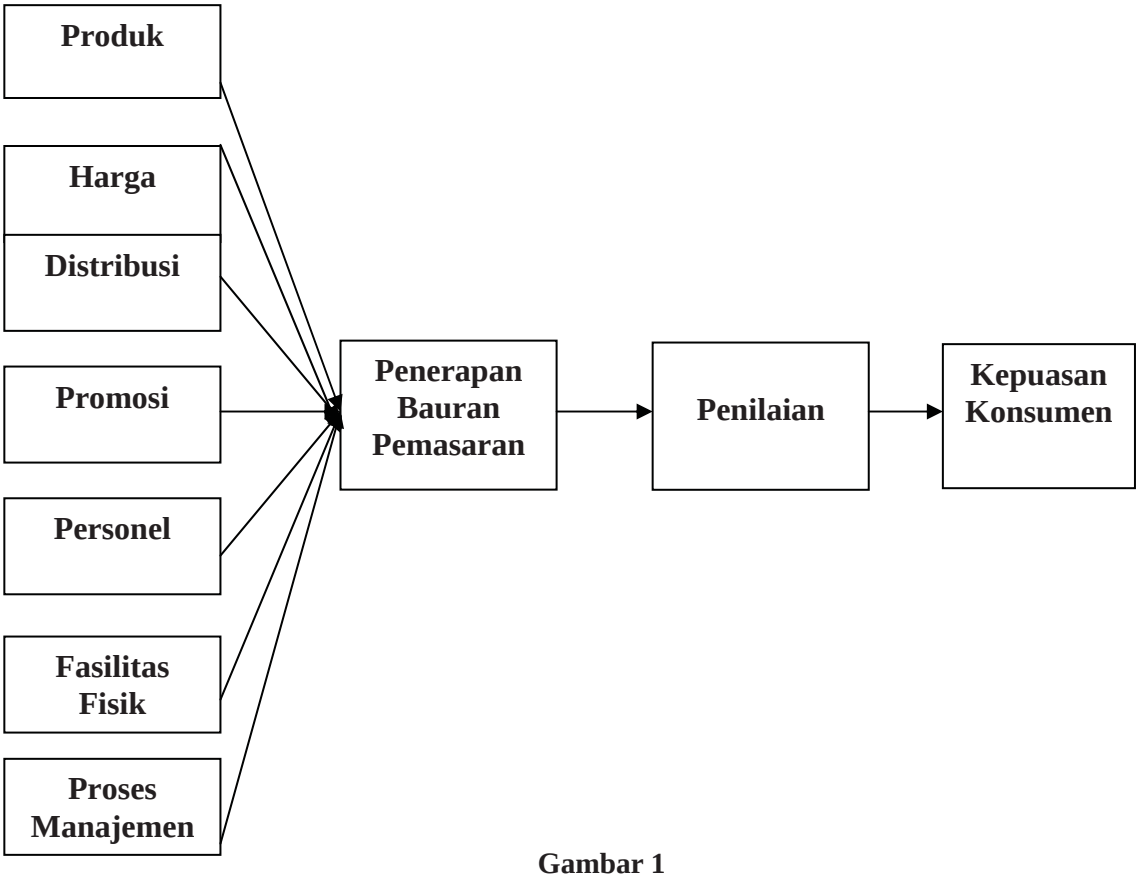
tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini kualitas jasa menekankan pada kepuasan konsumen

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika kualitas jasa melampaui keinginan konsumen maka kualitas jasa dipersepsikan ideal, sebaliknya jika kualitas jasa lebih rendah dibandingkan dengan yang diharapkan konsumen maka jasa dipersepsikan buruk.

Berkaitan dengan teori mengenai kualitas jasa, Sugiarto (2002 : 39) menyatakan bahwa kualitas atau mutu pelayanan jasa adalah suatu penyajian produk jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan seperti Gambar berikut ini.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Dari Gambar di atas menggambarkan variabel-variabel yang akan diteliti yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, personel, fasilitas fisik, dan proses manajemen. Dari variabel-variabel tersebut dilakukan penilaian terhadap konsumen sehingga dapat diketahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap proses pelayanan yang telah diberikan ditinjau dari penerapan bauran pemasarannya.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2002 : 55) yang menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas atau karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti. Maka suatu populasi ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan. Jadi dapat dikatakan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek dari penelitian.

Ruslan (2003 : 139) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang diambil karena adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya yang tersedia dalam penelitian. Untuk mendapatkan sampel yang baik dalam penelitian harus memperhatikan karakteristik sampelnya.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Pemilihan sampel dengan teknik ini diharapkan dapat memeberikan informasi yang akurat. Jumlah sampel yang diambil adalah terdiri dari 85 orang pasien yang menjalani ranap inap di RSU Surya Husadha selama 4 (empat) tahun terakhir dengan menggunakan rata-rata hitung.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah :

1) Metode Observasi, merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala yang sedang diteliti. Kegiatan observasi ini dilakukan untuk mengetahui proses pelayanan yang dilakukan terhadap pasien.
2) Metode Angket, adalah suatu metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan pada responden. Angket akan diberikan pada pasien rawat inap di RSU Surya Husadha.
3) Studi Kepustakaan, adalah pengumpulan data dengan cara mengumpulkan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dibahas.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1) Deskriptif Komparatif, yaitu teknik analisis dengan menguraikan masalah yang ada kemudian membandingkan dengan teori yang relevan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.
2) Analisis Kuantitatif, teknik analisis yang berupa angka-angka dengan perhitungan statistik. Dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression Analysis*), Analisis Korelasi, Analisis Determinasi, *F-test* dan *T-test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1) Karekteristik Responden Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin

Karakteristik responden pelanggan RSU Surya Husadha berdasarkan umur dan jenis kelamin seperti terlihat pada Tabel 1 ini.

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin pada RSU Surya Husadha
Tahun 2010

No	Umur (tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah (orang)	Persentase (%)
		Lak-laki	Perempuan		
1	16 – 25	4	2	6	7,06
2	26 – 35	5	3	8	9,41
3	36 – 45	8	7	15	17,65
4	46 – 55	9	8	17	20,00
5	56 ke atas	25	14	39	45,88
	Jumlah	**51**	**34**	**85**	**100,00**

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih RSU Surya Husadha

Karakteristik responden berdasarkan alasan memilih RSU Surya Husadha sebagai pilihan utama dalam memperoleh pelayanan kesehatan dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih RSU Surya Husadha
Tahun 2010

No	Alasan Memilih	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Nama baik perusahaan	17	20,00
2	Pelayanan yang bagus	26	30,60
3	Anjuran dari dokter	20	23,50
4	Harga yang terjangkau	8	9,40
5	Dan lain-lain	14	16,50
	Jumlah	**85**	**100,00**

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan seperti terlihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan pada RSU Surya Husadha
Tahun 2010

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Buruh/Petani	5	5,88
2	Pedagang/Wirausaha	19	22,35
3	Karyawan Swasta	41	48,34
4	PNS, BUMN, BUMD	15	17,64
5	Praktisi/Profesional	3	3,53
6	ABRI, Kepolisian	2	2,35
	Jumlah	**85**	**100.00**

Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan koefisien korelasi (*Corrected Item-Total Correlation)* hasil pengolahan *SPSS for Windows* versi 17.0 dengan koefisien korelasi *Product Moment* pada Tabel. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai koefisien dari *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungannya lebih besar dari koefisien korelasi pada Tabel dengan derajat kebebasan yang bersesuaian (r-hitung > r-tabel).

2) Uji Reliabilitas

Dalam uji ini dilakukan perbandingan koefisien korelasi *Alpha* seluruh butir kuesioner terhadap hasil pengolahan r-hitung dan r-tabel dengan pengolahan *SPSS for Windows* 17.0.

3) Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Hasil analisis yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Variabel Terikat	Variabel Bebas	r Correlation	R Determinasi	t-hitung	F-hitung	Sig-t
Kepuasan Konsumen	a = 45,140	0,792	0,627	3,673	26,265	0,000
	Produk = 0,685			2,762		0,002
	Harga = 0,597			3,099		0,000
	Distribusi = 0,710			3,985		0,001
	Promosi = 0,456			2,328		0,000
	Personel = 0,631			2,645		0,000
	Fasilitas Fisik = 0,476			3,765		0,000
	Proses Manajemen = 0,893			4,332		0,000
Persamaan	Regresi : Y = 45,140 + 0,476X_6 +	0,685X_1 + 0,893X_7	0,597X_2 +	0,456X_3 +	0,710X_4 +	0,631X_5 +
t-tabel	(0,05 ; 82) = 1,671					
F-tabel	(0,05 ; 82) = 2,37					
Sig f	= 0,000					

Dari hasil analisis diperoleh hasil bahwa nilai konstanta (a) = 45,140; nilai regresi (b_1) = 0,685; nilai regresi (b_2) = 0,597; nilai regresi (b_3) = 0,631; nilai regresi (b_4) = 0,456; nilai regresi (b_5) = 0,631; nilai regresi (b_6) = 0,476 dan nilai regresi (b_7) = 0,893. Dengan demikian maka persamaan regresi bergandanya menjadi : $Y = 45,140 + 0,685X_1 + 0,597X_2 + 0,456X_3 + 0,710X_4 + 0,631X_5 + 0,476X_6 + 0,893X_7$. Apabila X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, dan X_7 besarnya sama dengan 1 (satu) satuan maka persamaan regresi bergandanya menjadi :

Y = 45,140 + 0,685(1) + 0,597(1) + 0,456(1) + 0,710(1) + 0,631(1) + 0,476(1) + 0,893(1)

Y = 49,567.

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut, maka dengan peningkatan bauran pemasaran sebesar 1 (satu) satuan, akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha sebesar 49,567 – 45,140 = 4,427 satuan. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang nyata dan positif antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

4) Analisis Korelasi

Anallisis ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan variabel produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y). Besarnya koefisien korelasi berganda dapat diketahui dari

besarnya r yang diperoleh dari hasilAnallisis ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan variabel produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y). Besarnya koefisien korelasi berganda dapat diketahui dari besarnya r yang diperoleh dari hasil perhitungan *SPSS* sebesar 0,792.

Berdasarkan kriteria kuat lemahnya hubungan maka nilai koefisien korelasi 0,792 terletak diantara 0,70 sampai dengan 0,84 yang berarti terdapat korelasi yang positif dan kuat.

Ini berarti bahwa hubungan antara produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah kuat. Karena besarnya koefisien korelasi tersebut adalah positif, maka arah hubungan produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah juga positif. Angka yang positif ini menunjukkan bahwa apabila produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) diterapkan dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa pelayanan di RSU Surya Husadha.

5) Analisis Determinasi

Untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh setiap variabel yang diteliti, yaitu antara produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi. Besarnya r^2 dari hasil perhitungan *SPSS* sebesar 62,7% yang berarti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) adalah sebesar 62,7% sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

6) Uji *F-Test*

Hasil pengujian statistik secara simultan diperoleh *F*-hitung sebesar 26,265 > *F*-tabel = (0,05 ; 21) = 2,37 dengan Sig F = 0,000 ($\rho < 0,05$), sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (Ha) artinya secara statistik data yang digunakan dapat membuktikan bahwa variabel produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3), promosi (X_4), personel (X_5), fasilitas fisik (X_6), proses manajemen (X_7) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

7) Uji *t-Test*

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_1 = 2,762 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara produk terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_2 = 3,099 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara harga terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_3 = 3,985 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara distribusi terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_4 = 2,328 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho)

dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara promosi terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_5 = 2,645 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara personel terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_6 = 3,765 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Hasil pengujian statistik diperoleh t-hitung untuk X_7 = 4,332 > t-tabel = 1,671 dengan sig t = (0,002 < 0,05) maka keputusannya menolak hipotesis nol (Ho) dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara proses manajemen terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan persamaan garis regresi berganda $Y = 45,140 + 0,685X_1 + 0,597X_2 + 0,456X_3 + 0,710X_4 + 0,631X_5 + 0,476X_6 + 0,893X_7$ maka dengan peningkatan sebesar 1 (satu) satuan bauran pemasaran akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 4,427 satuan. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dan positif antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha, dimana jika terjadi peningkatan terhadap bauran pemasaran maka akan dapat meningkatkan pula pada kepuasan konsumennya.
2. Dari hasil analisis korelasi berdasarkan kriteria kuat lemahnya hubungan maka koefisien korelasi yang nilainya 0,792 terletak diantara 0,70 sampai dengan 0,84 yang berarti terdapat korelasi yang positif dan kuat antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.
3. Dari hasil analisis determinasi diperoleh koefisien determinasi sebesar 62,7% sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.
4. Dari hasil pengujian statistik secara simultan, diperoleh F-hitung sebesar 26,265 sedangkan F-tabel sebesar 2,37 (F-hitung > F-tabel) sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis nol (Ho) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (Ha). Artinya, secara statistik bahwa variabel produk, harga, distribusi, promosi, personel, fasilitas fisik, dan proses manajemen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5. Dari hasil perhitungan uji statistik secara parsial, diperoleh t-hitung > t-tabel. Ini berarti hipotesis nol (Ho) ditolak dan menerima hipotesis alternatif (Ha), dimana dengan peningkatan kualitas produk, proses pendistribusian yang baik dan lancar, promosi yang efektif, personel yang profesional, fasilitas fisik yang memadai, dan proses manajemen yang terpadu akan dapat pula meningkatkan kepuasan konsumen pada RSU Surya Husadha.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dibuat, maka saran-saran yang dapat diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. RSU Surya Husadha diharapkan meningkatkan penerapan bauran

pemasaran baik dari segi produk, harga, distribusi, promosi, personel, fasilitas fisik, dan proses manajemen secara berkelanjutan agar konsumen selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh RSU Surya Husadha.

2. Perlu diteliti faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini, karena faktor-faktor tersebut juga merupakan penentu dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Angipora, P. Marius. 2002. ***Dasar-Dasar Pemasaran***. Jakarta : PT Raja Grafindo.

Chandra, Gregorius. 2005. ***Strategi Dan Program Pemasaran***. Yogyakarta : Andi.

Handoko, T. Hani. 2004. ***Manajemen Personalia***. Jakarta : Rajawali.

Hasibuan, Malayu S.P. 2006. ***Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah***. Jakarta : Bumi Aksara.

Manullang, M. 2002. ***Pengantar Bisnis***. Yogyakarta : Gajahmada University Press.

Pangabean, Mutiara, S. 2002. ***Manajemen Sumber Daya Manusia***. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Ruslan, Rosady. 2003. ***Metodelogi Penelitian Public Relation Dan Komunikasi***. Jakarta : PT Raja Grafindo.

Siswanto. 2005. ***Manajemen Tenaga Kerja Indonesia.*** Jakarta : PT Bumi Aksara.

Sugiarto, Endar. 2002. ***Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa***. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2002. ***Statistik Untuk Penelitian.*** Bandung : CV ALFABETA.

Tjiptono, Fendy. 2002. ***Manajemen Jasa***. Yogyakarta : Andi.

Umar, Husein. 2005. ***Studi Kelayakan Bisnis***. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

ANALISIS KINERJA PUSAT-PUSAT PERTANGGUNGJAWABAN PADA PT. BALI REKA MAHESA *CARGO* DI DENPASAR

Anak Agung Ngurah Gede Suindrawan
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

dan

I Nyoman Wirayudi Sanjaya
(Mahasiswa STIMI "Handayani" Denpasar)

***Abstract** ; In an effort to assess the company's financial performance namely liability centers those are cost centers, revenue centers, profit centers and investment centers. The financial assessment is done by comparing the budget with a good realization of revenues, cost, and profit before taxes or by using financial ratios without correlating the income earned by the investments that are used to generate the profits as well as the sales volume achieved by the company. The Appraisals of performance have not been able to indicate efficient cost, how much earned income without having to pay attention the cost, how much the ability to generate profits when compared with the sales volume and how much the ability to generate profits when compared with the asset being used. How was the accountability centers performance observed based on the cost centers, revenue centers, profit centers and investment centers at PT. Reka Mahesa Cargo Bali in Denpasar from 2008 to 2010, which is analyzed by quantitative analysis; furthermore, analysis is used in this research consisted of: cost centers analysis, revenue centers analysis, profit centers analysis include Gross Profit Margin, Operating Profit Margin and Net Profit Margin, as well as investment center analysis that is Return on Investment, Residual Income and Return on Equity. Based on the study and discussion result obtained the conclusion that the cost centers performance at PT. Reka Mahesa Cargo Bali in Denpasar from 2008 to 2010 is not efficient. Revenue centers performance from 2008 to 2010 showed a favorable outcome. The results of the profit centers analysis based on Gross Profit Margin, Operating Profit Margin and Net Profit Margin is known the performance of PT. Reka Mahesa Cargo Bali in Denpasar from 2008 to 2010 showed a favorable outcome. The results of the center investment analysis based on the Return on Investment, Residual Income, and Return on Equity is known the performance of PT. Reka Mahesa Cargo Bali in Denpasar from 2008 to 2010 showed a favorable outcome. It is recommended to control the business cost in an effort to improve the efficiency in which economic resources can be used effectively, so that there is no waste of costs; as a result, the profits obtained would be more optimal.*

Key words: cost centers, revenue centers, profit centers.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Setiap perusahaan yang didirikan mempunyai satu tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Pencapaian laba yang optimal perusahaan memerlukan berbagai upaya yang nyata. Pimpinan perusahaan harus dapat menciptakan suatu sistem yang tepat bagi organisasinya, salah satunya adalah sistem akuntansi pertanggungjawaban.

Sistem akuntansi pertanggungjawaban pada dasarnya merupakan sistem pelaporan informasi keuangan menurut manajer yang bertanggung jawab atas terjadinya informasi tersebut (Mulyadi, 2007). Sistem akuntansi pertanggungjawaban menghasilkan informasi akuntansi pertanggungjawaban berupa informasi yang akan datang dan bermanfaat untuk penyusunan anggaran, sedangkan informasi masa lalu bermanfaat sebagai penilaian prestasi manajemen pusat pertanggungjawaban dan memotivasi manajer.

Dalam akuntansi pertanggungjawaban perusahaan dibagi menjadi berbagai unit kegiatan yang disebut pusat pertanggungjawaban (*responsibility center*). Akuntansi pertanggungjawaban secara otomatis akan berfungsi sebagai alat pemotivasi. Setiap manajer pusat pertanggungjawaban akan memiliki motivasi untuk berusaha jika ia berkeyakinan akan memiliki nilai penghargaan yang tinggi atau berkeyakinan bahwa dengan kinerja yang bagus akan lebih memperoleh aktualisasi dari dalam perusahaan.

Dalam usaha untuk melakukan penilaian kinerja terhadap suatu perusahaan terlebih dahulu yang harus dilakukan adalah menetapkan dengan jelas daerah pertanggungjawaban yang menjadi wewenangnya. Dalam penentuan daerah pertanggungjawaban harus melihat tipe pusat pertanggungjawaban yang dapat dibagi menjadi 4 (empat) macam yaitu pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba, dan pusat investasi (S. Munawir, 2006).

Pusat biaya adalah pusat pertanggungjawaban yang manajernya hanya bertanggungjawab terhadap biaya, dan keberhasilannya manajernya diukur atas dasar masukan atau biaya yang terjadi. Pusat Biaya diukur prestasinya dengan mencari selisih biaya sesungguhnya dengan biaya yang dianggarkan. Pusat pendapatan adalah pusat pertanggungjawaban yang manajernya hanya bertanggungjawab terhadap penjualan atau pendapatan, dan prestasinya diukur atas dasar pendapatan yang diperoleh tanpa harus memperhatikan biaya atau masukan yang terjadi. Pusat Pendapatan diukur prestasinya dengan mencari selisih pendapatan sesungguhnya dengan pendapatan yang dianggarkan (Slamet Sugiri dan Sulastiningsih, 2004).

Pusat laba adalah pusat pertanggungjawaban yang manajernya harus bertanggungjawab terhadap pendapatan dengan biaya yang terjadi pada pusat laba tersebut, dan manajernya diukur prestasinya atas dasar laba yang diperoleh. Dalam mengukur kinerja pusat laba perlu juga dibandingkan antara laba yang dihasilkan oleh perusahaan dengan volume penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dengan mempergunakan rasio-rasio profitabilitas yaitu *Gross Profit Margin*, *Operating Profit Margin*, dan *Net Profit Margin* (Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005).

Gross Profit Margin dipergunakan untuk mengukur berapa besar laba kotor yang dihasilkan dibandingkan dengan total nilai penjualan bersih perusahaan. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menekankan kenaikan harga pokok penjualan pada persentase kenaikan penjualan. *Operating Profit Margin* biasanya disebut *pure profit* dalam arti bahwa profit yang dihasilkan benar-benar murni dari hasil operasi perusahaan sebelum diperhitungkan

dengan kewajiban lainnya seperti bunga pajak dan kewajiban lainnya. Rasio ini untuk mengukur kemampuan menghasilkan laba operasi dari sejumlah penjualan yang dicapai. Semakin tinggi rasio *operating profit margin* maka semakin baik operasi suatu perusahaan. Sedangkan *Net Profit Margin* adalah rasio laba bersih untuk mengukur besarnya laba bersih yang dicapai dari sejumlah penjualan tertentu. Rasio inilah yang umumnya digunakan, dibandingkan dengan dua rasio terdahulu karena laba yang dihasilkan merupakan laba bersih perusahaan (Faisal Abdullah, 2005).

Pusat investasi adalah pusat pertarggungjawaban yang manajernya bertanggungjawab terhadap pendapatan, biaya, dan investasi yang terjadi pada pusat pertanggungjawaban tersebut. Prestasi manajer pusat investasi diukur atas dasar laba yang dihasilkan dibandingkan dengan aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut, yang dalam hal ini dapat dipergunakan 2 (dua) alternatif, *Return On Investment* (ROI), *Residual Income* (RI) dan *Return On Equity* (Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005).

Return On Investment adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. Semakin tinggi rasio, semakin baik keadaan perusahaan, baik tidaknya tingkat *Return On Investment* hanya dapat diketahui sesudah diperbandingkan dengan rasio rata-rata industri. *Residual Income* dihitung dengan mengurangi laba yang diperoleh pusat laba dengan biaya modal (*cost of capital*). Semakin besar *Residual Income* maka kinerja perusahaan semakin meningkat. *Return On Equity m*erupakan rasio pengukuran terhadap penghasilan yang dicapai bagi pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan pada perusahaan. Semakin besar *Return On Equity* maka akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham (Faisal Abdullah, 2005).

PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Menjelang awal periode tahun anggaran berikutnya, di masing-masing departemen yang ada dalam perusahaan menyusun anggaran baik anggaran pendapatan yang akan diperoleh maupun biaya yang akan dikeluarkan. Besarnya anggaran dan realisasi laporan laba rugi dan Neraca pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 dapat dilihat pada Tabel 1 dan tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 1

PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar
Anggaran dan Realisasi Laporan Laba Rugi
(Dalam Rupiah)

Keterangan	31-Des-08			31-Des-09			31-Des-10		
	Anggaran	Realisasi	Selisih	Anggaran	Realisasi	Selisih	Anggaran	Realisasi	Selisih
Pendapatan Usaha :									
Penjualan Eksport	3.650.642.000	3.742.050.928	(91.408.928)	3.395.106.700	3.996.835.024	(601.728.324)	3.788.186.800	4.454.922.744	(666.735.944)
Penjualan Import	108.391.200	162.710.430	(54.319.230)	108.094.600	192.870.306	(84.775.706)	110.814.400	246.771.426	(135.957.026)
Total Penjualan Jasa	3.759.033.200	3.904.761.358	(145.728.158)	3.503.201.300	4.189.705.330	(686.504.030)	3.899.001.200	4.701.694.170	(802.692.970)
Pendapatan Administrasi	72.258.300	69.917.226	2.341.074	79.070.900	76.131.415	2.939.485	98.682.900	94.937.400	3.745.500
Pendapatan Lain-lain	114.561.000	110.811.005	3.749.995	120.418.700	114.827.280	5.591.420	138.351.100	134.714.760	3.636.340
Total Pendapatan Usaha	3.945.852.500	4.085.489.589	(139.637.089)	3.702.690.900	4.380.664.025	(677.973.125)	4.136.035.200	4.931.346.330	(795.311.130)
Biaya Departemen :									
Biaya Fumigasi	59.190.700	62.856.294	(3.665.594)	62.537.200	78.149.837	(15.612.637)	60.137.700	96.874.752	(36.737.052)
Biaya *Packing*	623.382.600	699.225.101	(75.842.501)	625.659.000	737.047.590	(111.388.590)	625.613.400	812.310.542	(186.697.142)
Biaya *Trucking*	239.614.200	255.222.426	(15.608.226)	245.254.800	276.234.578	(30.979.778)	250.371.000	322.248.341	(71.877.341)
Biaya *Ocean Fright*	1.400.294.700	1.160.790.900	239.503.800	1.190.150.000	1.315.338.945	(125.188.945)	1.505.190.700	1.529.543.103	(24.352.403)
Biaya *BL Fee*	23.820.500	26.064.581	(2.244.081)	24.385.600	37.142.742	(12.757.142)	24.142.200	46.346.268	(22.204.068)
Biaya PEB	11.910.900	10.632.630	1.278.270	17.978.800	15.384.674	2.594.126	12.554.800	21.915.053	(9.360.253)
Biaya Dokumen	4.830.000	3.910.099	919.901	5.118.900	7.178.856	(2.059.956)	5.985.000	10.976.191	(4.991.191)
Total Biaya Departemen	2.363.043.600	2.218.702.031	144.341.569	2.171.084.300	2.466.477.222	(295.392.922)	2.483.994.800	2.840.214.250	(356.219.450)
Laba Kotor Usaha	1.582.808.900	1.866.787.558	(283.978.658)	1.531.606.600	1.914.186.803	(382.580.203)	1.652.040.400	2.091.132.080	(439.091.680)
Biaya Usaha :									
Biaya Penjualan :									
Biaya Promosi	14.382.200	17.190.866	(2.808.666)	16.650.400	20.739.048	(4.088.648)	24.039.000	22.418.630	1.620.370
Biaya Komisi Penjualan	16.830.700	20.070.528	(3.239.828)	19.020.200	15.887.549	3.132.651	19.634.900	17.664.631	1.970.269
Biaya Transportasi	19.205.400	24.495.302	(5.289.902)	17.870.800	22.743.348	(4.872.548)	18.231.400	25.095.282	(6.863.882)
Biaya Telepon dan Listrik	23.751.000	30.197.239	(6.446.239)	22.710.700	28.410.754	(5.700.054)	24.650.300	26.270.904	(1.620.604)
Biaya Asuransi Gedung	7.230.500	7.850.825	(620.325)	7.380.000	7.990.734	(610.734)	7.230.700	8.441.774	(1.211.074)
Biaya Penyisihan Kerugian Piutang	66.017.500	75.336.390	(9.318.890)	69.775.800	82.716.570	(12.940.770)	72.199.400	89.895.402	(17.696.002)
Biaya Penyusutan Bangunan	19.195.800	19.303.798	(107.998)	16.779.000	18.338.609	(1.559.609)	16.398.900	17.421.678	(1.022.778)
Biaya Penyusutan Kendaraan	24.308.200	25.312.500	(1.004.300)	16.931.700	18.984.376	(2.052.676)	16.745.500	14.238.281	2.507.219
Biaya Pemeliharaan Kendaraan	14.574.900	17.190.499	(2.615.599)	13.983.800	20.189.234	(6.205.434)	14.271.000	22.994.966	(8.723.966)
Total Biaya Penjualan	205.496.200	236.947.947	(31.451.747)	201.102.400	236.000.222	(34.897.822)	213.401.100	244.441.548	(31.040.448)
Biaya Administrasi dan Umum :									
Biaya Gaji Karyawan	449.873.400	459.516.780	(9.643.380)	458.189.200	464.069.460	(5.880.260)	460.413.800	466.023.174	(5.609.374)
Biaya Perlengkapan Kantor	60.202.400	58.470.458	1.731.942	73.119.000	69.882.810	3.236.190	65.023.300	91.094.904	(26.071.604)
Biaya Penyusutan Peralatan Kantor	10.854.700	11.220.870	(366.170)	8.374.500	9.818.261	(1.443.761)	8.378.700	8.590.979	(212.279)
Biaya Telepon dan Listrik	14.382.800	14.593.032	(210.232)	12.161.700	17.104.650	(4.942.950)	13.275.400	16.584.818	(3.309.418)
Biaya Administrasi Bank	14.573.800	17.700.833	(3.127.033)	16.650.600	21.145.178	(4.494.578)	16.650.700	25.179.142	(8.528.442)
Biaya Lain-lain	29.967.200	35.091.006	(5.123.806)	29.474.400	39.554.958	(10.080.558)	33.888.600	43.082.980	(9.194.380)
Total Biaya Administrasi dan Umum	579.854.300	596.592.979	(16.738.679)	597.969.400	621.575.317	(23.605.917)	597.630.500	650.555.997	(52.925.497)
Total Biaya Usaha	785.350.500	833.540.926	(48.190.426)	799.071.800	857.575.539	(58.503.739)	811.031.600	894.997.545	(83.965.945)
Laba Bersih Usaha Sebelum Pajak	797.458.400	1.033.246.632	(235.788.232)	732.534.800	1.056.611.264	(324.076.464)	841.008.800	1.196.134.535	(355.125.735)
Pajak Penghasilan Usaha	107.656.884	139.488.295	(31.831.411)	98.892.198	142.642.521	(43.750.323)	113.536.188	161.478.162	(47.941.974)
Laba Bersih Setelah Pajak	689.801.516	893.758.337	(203.956.821)	633.642.602	913.968.743	(280.326.141)	727.472.612	1.034.656.373	(307.183.761)

Sumber : PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar.

Tabel 2

PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar
Anggaran dan Realisasi Neraca
(Dalam Rupiah)

Uraian	Per 31 Desember 2008			Per 31 Desember 2009			Per 31 Desember 2010		
	Anggaran	Realisasi	Selisih	Anggaran	Realisasi	Selisih	Anggaran	Realisasi	Selisih
Aktiva									
Aktiva Lancar									
Kas	1.578.511.500	1.981.108.715	(402.597.215)	1.589.711.832	1.967.241.930	(377.530.098)	2.107.589.400	2.418.224.982	(310.635.582)
Bank	615.254.800	597.772.564	17.482.236	707.098.800	563.670.826	143.427.974	770.862.500	635.810.791	135.051.709
Deposito	304.380.600	364.247.208	(59.866.608)	330.269.600	385.474.710	(55.205.110)	360.347.200	428.378.962	(68.031.762)
Piutang	423.912.300	469.872.270	(45.959.970)	449.911.700	486.807.389	(36.895.689)	488.139.000	534.230.790	(46.091.790)
Persediaan	1.002.395.400	966.220.631	36.174.769	1.038.317.200	977.033.378	61.283.822	1.112.073.600	1.070.859.112	41.214.488
Pembayaran Dimuka	634.360.200	751.851.152	(117.490.952)	680.682.900	800.740.255	(120.057.355)	726.231.400	858.830.966	(132.599.566)
Total Aktiva Lancar	4.558.814.800	5.131.072.540	(572.257.740)	4.795.992.032	5.180.968.488	(384.976.456)	5.565.243.100	5.946.335.603	(381.092.503)
Aktiva Tetap									
Bangunan	290.719.800	290.719.800	-	290.719.800	290.719.800	-	290.719.800	290.719.860	-
Mesin	261.990.500	298.248.928	(36.258.428)	309.984.900	303.578.922	6.405.978	352.112.200	341.727.102	10.385.098
Kendaraan	2.838.359.400	2.956.697.872	(118.338.472)	3.250.623.000	3.377.071.014	(126.448.014)	3.421.706.402	3.615.449.659	(193.743.257)
Peralatan	457.687.500	481.767.586	(24.080.086)	507.271.800	480.939.079	26.332.721	510.802.800	489.896.066	20.906.734
Akumulasi Depresiasi	(485.626.984)	(526.135.523)	40.508.539	(528.732.930)	(555.872.360)	27.139.430	(578.405.290)	(604.117.836)	25.712.546
Total Aktiva Tetap	3.363.130.216	3.501.298.663	(138.168.447)	3.829.866.570	3.896.436.455	(66.569.885)	3.996.935.912	4.133.674.851	(136.738.939)
Total Aktiva	7.921.945.016	8.632.371.203	(710.426.187)	8.625.858.602	9.077.404.943	(451.546.341)	9.562.179.012	10.080.010.454	(517.831.442)
Passiva									
Hutang Lancar									
Hutang Usaha	1.583.260.200	2.016.201.628	(432.941.428)	2.246.154.400	2.323.620.704	(77.466.304)	2.981.616.500	3.078.474.408	(96.857.908)
Hutang Pajak	218.673.900	236.120.356	(17.446.456)	239.451.200	257.554.158	(18.102.958)	269.178.700	318.946.250	(49.767.550)
Hutang Biaya	122.589.000	155.598.652	(33.009.652)	174.984.000	241.882.589	(66.898.589)	227.483.400	272.062.349	(44.578.949)
Total Hutang Lancar	1.924.523.100	2.407.920.636	(483.397.536)	2.660.589.600	2.823.057.451	(162.467.851)	3.478.278.600	3.669.483.007	(191.204.407)
Hutang Jangka Panjang									
Investasi	450.020.400	473.092.230	(23.071.830)	474.026.400	482.778.749	(8.752.349)	498.827.800	518.271.074	(19.443.274)
Total Hutang Jangka Panjang	450.020.400	473.092.230	(23.071.830)	474.026.400	482.778.749	(8.752.349)	498.827.800	518.271.074	(19.443.274)
Modal									
Modal Usaha	4.857.600.000	4.857.600.000	-	4.857.600.000	4.857.600.000	-	4.857.600.000	4.857.600.000	-
Laba Tahun Berjalan	689.801.516	893.758.337	(203.956.821)	633.642.602	913.968.743	(280.326.141)	727.472.612	1.034.656.373	(307.183.761)
Total Modal	5.547.401.516	5.751.358.337	(203.956.821)	5.491.242.602	5.771.568.743	(280.326.141)	5.585.072.612	5.892.256.373	(307.183.761)
Total Passiva	7.921.945.016	8.632.371.203	(710.426.187)	8.625.858.602	9.077.404.943	(451.546.341)	9.562.179.012	10.080.010.454	(517.831.442)

Sumber : PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar.

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat diketahui data yang diperlukan untuk menganalisis pusat biaya, pusat pendapatan dan pusat laba pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar tahun 2008. Berkaitan dengan pusat biaya, realisasi biaya departemen diketahui lebih rendah dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan dengan selisih sebesar Rp.144.341.569,-, sedangkan realisasi biaya usaha menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.48.190.426,-.

Pusat pendapatan dilihat dari realisasi pendapatan menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.139.637.089,-.

Pusat laba dilihat dari realisasi penjualan menunjukkan selisih yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan perolehan penjualan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.145.728.158,-. Realisasi pencapaian laba kotor lebih tinggi sebesar Rp.283.978.658,- dari yang dianggarkan, realisasi pencapaian laba usaha lebih tinggi sebesar Rp.235.788.232,- dari yang dianggarkan dan realisasi pencapaian laba bersih setelah pajak lebih tinggi sebesar Rp.203.956.821,- dibandingkan dengan yang dianggarkan.

Pusat investasi dilihat dari total aktiva dan modal sendiri dapat dilihat berdasarkan neraca tahun 2008 pada tabel 2 di atas. Realisasi total aktiva adalah Rp.8.632.371.203,- lebih tinggi sebesar Rp.710.426.187,- dari yang dianggarkan yaitu Rp.7.921.945.016,-. Realisasi modal sendiri adalah Rp.5.751.358.337,- menunjukkan selisih yang lebih tinggi

sebesar Rp.203.956.821,- dibandingkan dengan modal sendiri yang dianggarkan yaitu Rp.5.547.401.516.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui data yang diperlukan untuk menganalisis pusat biaya, pusat pendapatan dan pusat laba pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar tahun 2009. Berkaitan dengan pusat biaya, realisasi biaya departemen lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.295.392.922,- dan realisasi biaya usaha juga menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.58.503.739,-.

Pusat pendapatan dilihat dari realisasi pendapatan menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.677.973.125,-.

Pusat laba dilihat dari realisasi penjualan menunjukkan selisih yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan perolehan penjualan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.686.504.030,-. Realisasi pencapaian laba kotor lebih tinggi sebesar Rp.382.580.203,- dari yang dianggarkan, realisasi pencapaian laba usaha lebih tinggi sebesar Rp.324.076.464,- dari yang dianggarkan dan realisasi pencapaian laba bersih setelah pajak lebih tinggi sebesar Rp.280.326.141,- dibandingkan dengan yang dianggarkan.

Pusat investasi dilihat dari total aktiva dan modal sendiri berdasarkan neraca tahun 2009 (Tabel 2). Realisasi total aktiva adalah Rp.9.077.404.943,- lebih tinggi sebesar Rp.451.546.341,- dari yang dianggarkan yaitu Rp.8.625.858.602,-. Realisasi modal sendiri adalah Rp.5.771.568.743,- menunjukkan selisih yang lebih tinggi sebesar Rp.280.326.141,- dibandingkan dengan modal sendiri yang dianggarkan yaitu Rp.5.491.242.602.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui data yang diperlukan untuk menganalisis pusat biaya, pusat pendapatan dan pusat laba pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar tahun 2010. Berkaitan dengan pusat biaya, realisasi biaya departemen lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.356.219.450 dan realisasi biaya usaha juga menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan biaya yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.83.965.945,-.

Pusat pendapatan dilihat dari realisasi pendapatan menunjukkan selisih yang lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.795.311.130,-.

Pusat laba dilihat dari realisasi penjualan menunjukkan selisih yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan perolehan penjualan yang dianggarkan yaitu sebesar Rp.802.692.970,-. Realisasi pencapaian laba kotor lebih tinggi sebesar Rp.439.091.680,- dari yang dianggarkan, realisasi pencapaian laba usaha lebih tinggi sebesar Rp.355.125.735,- dari yang dianggarkan dan realisasi pencapaian laba bersih setelah pajak lebih tinggi sebesar Rp.307.183.761,- dibandingkan dengan yang dianggarkan.

Pusat investasi dilihat dari total aktiva dan modal sendiri berdasarkan neraca tahun 2010 (Tabel 2). Realisasi total aktiva adalah Rp.10.080.010.454,- lebih tinggi sebesar Rp.517.831.442,- dari yang dianggarkan yaitu Rp.9.562.179.012,-. Realisasi modal sendiri adalah Rp.5.892.256.373,- menunjukkan selisih yang lebih tinggi sebesar Rp.307.183.761,- dibandingkan dengan modal sendiri yang dianggarkan yaitu Rp.5.585.072.612,-.

Selama ini penilaian kinerja keuangan yang dilakukan oleh pemilik terhadap kinerja keuangan pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar adalah dengan membandingkan antara anggaran dengan realisasi baik terhadap pendapatan, biaya, laba sebelum pajak ataupun dengan menggunakan rasio-rasio finansial tanpa menghubungkan antara laba yang diperoleh dengan investasi yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut maupun dengan volume penjualan yang dicapai oleh perusahaan. Sedangkan kinerja

non keuangan dinilai dari faktor manajemen mencakup 2 komponen yaitu manajemen umum dan manajemen risiko.

Laporan di atas dapat dijadikan dasar dalam menganalisis kinerja melalui pusat-pusat pertanggungjawaban. Seharusnya penilaian kinerja dapat menunjukkan efisiensi penggunaan biaya, seberapa besar pendapatan yang diperoleh tanpa harus memperhatikan biaya, seberapa besar kemampuan menghasilkan laba jika dibandingkan dengan volume penjualan dan seberapa besar kemampuan menghasilkan laba jika dibandingkan dengan aktiva yang digunakan. Oleh sebab itu maka perlu dilakukan analisis kinerja pusat-pusat pertanggungjawaban pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan pokok masalah adalah : Bagaimanakah kinerja pusat-pusat pertanggungjawaban dilihat dari pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba dan pusat investasi pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah : Untuk menganalisis kinerja pusat-pusat pertanggungjawaban yaitu pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba dan pusat investasi pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

D. Metode Penelitian.

1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* yang beralamat di Jalan Suwung Batan Kendal No.38 Denpasar. Obyek dalam penelitian ini adalah laporan keuangan terdiri dari neraca dan laporan laba rugi dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari :

a. Data Kuantitatif, adalah data yang berupa angka-angka yang dapat diukur dengan satuan hitung, seperti laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi.

b. Data Kualitatif, adalah data yang tidak dapat diukur dengan satuan hitung dan tidak berupa angka-angka melainkan berupa uraian-uraian, meliputi sejarah berdirinya perusahaan dan aktivitas usaha.

3. Sumber Data

Menurut sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini, terdiri dari :

a. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya atau tempat penelitian yang dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, seperti sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan deskripsi jabatan.

b. Data Sekunder, adalah data penelitian yang diperoleh dari penelitian secara tidak langsung melalui pihak lain, seperti laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan 2 (dua) teknik pengumpulan data, yaitu :

a. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan pimpinan maupun karyawan PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar meliputi sejarah perusahaan, penyusunan anggaran dan sistem pelaporan yang diterapkan perusahaan.

b. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mencatat maupun menganalisis dokumen-dokumen atau laporan-laporan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, meliputi laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba rugi.

5. Definisi Operasional Variabel

Akuntansi pertanggungjawaban merupakan suatu sistem akuntansi yang disusun sedemikian rupa sehingga pengumpulan dan pelaporan biaya dan pendapatan dilakukan sesuai dengan pusat pertanggungjawaban dalam organisasi dengan tujuan dapat ditunjuk orang yang bertanggung jawab atas penyimpangan biaya dan pendapatan yang dianggarkan.

Pusat pertanggungjawaban yang dinilai berdasarkan kinerjanya, yaitu :

1. Pusat pendapatan : suatu pusat pertanggungjawaban yang kinerja manajernya dinilai atas dasar pendapatan yang dicapai pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar di Denpasar, dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

2. Pusat biaya : suatu pusat pertanggungjawaban yang kinerjanya dinilai atas dasar biaya terkendalikan yang dikeluarkan pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar, dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

3. Pusat laba : suatu pusat pertanggungjawaban yang kinerja manajernya dinilai atas dasar laba yang diperoleh untuk melakukan penilaian kinerja terhadap suatu pusat laba pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar, dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

4. Pusat investasi : suatu pusat pertanggungjawaban dalam organisasi yang kinerja manajernya dinilai atas dasar laba yang diperoleh dari hubungan dengan investasi yang digunakan pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar, dari tahun 2008 sampai tahun 2010.

6. Teknik Analisis Data

a. Analisis Kuantitatif, Melakukan beberapa perhitungan terhadap data yang diperoleh untuk memecahkan masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian untuk menganalisis kinerja pusat-pusat pertanggungjawaban yaitu pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba dan pusat investasi.

1). Pusat Biaya, diukur kinerjanya dengan membandingkan biaya terkendalikan sesungguhnya dengan biaya terkendalikan menurut anggaran. Sehingga selisih biaya dapat dihitung dengan rumus :

Selisih biaya =
Biaya sesungguhnya – Biaya yang dianggarkan

(Slamet Sugiri dan Sulastiningsih, 2004).

Kriteria :

a) Kinerja pusat biaya dikatakan baik atau efisien, jika biaya sesungguhnya lebih kecil daripada biaya yang dianggarkan.

b Kinerja pusat biaya dikatakan tidak baik atau tidak efisien, jika biaya sesungguhnya lebih besar daripada biaya yang dianggarkan.

2). Pusat Pendapatan, diukur kinerjanya dengan membandingkan pendapatan sesungguhnya dengan pendapatan menurut anggaran, sehingga selisih pendapatan dapat dihitung dengan rumus:

Selisih pendapatan =
Pendapatan sesungguhnya – Pendapatan yang dianggarkan

(Slamet Sugiri dan Sulastiningsih, 2004).

Kriteria :

a) Kinerja pusat pendapatan dikatakan baik atau menguntungkan, jika pendapatan sesungguhnya lebih besar daripada pendapatan yang dianggarkan.

b) Kinerja pusat pendapatan dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan, jika pendapatan sesungguhnya lebih kecil daripada pendapatan yang dianggarkan.

3). Pusat Laba, Pusat pertanggungjawaban yang manajernya diberi wewenang dalam mengukur laba dimana laba tersebut merupakan selisih antara pendapatan dan biaya, pusat ini meliputi :

a) *Gross Profit Margi,* Adalah persentase dari laba kotor (*sales*/*cost of good sold*) dibandingkan dengan penjualan (*sales*). Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\textit{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Faisal Abdullah, 2005).

Artinya : Semakin besar *Gross Profit Margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of good* relatif lebih rendah dibandingkan dengan *sales*. Demikian sebaliknya semakin rendah *Gross Profit Margin*, semakin kurang baik operasi perusahaan.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat laba dikatakan baik atau menguntungkan jika *Gross Profit Margin* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat laba dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Gross Profit Margin* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

b) *Operating Profit Margin,* Adalah laba operasi yang dihasilkan oleh perusahaan dengan mengabaikan kewajiban finansial bunga serta kewajiban kepada pemerintah berupa pembayaran pajak.

Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\textit{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Faisal Abdullah, 2005).

Artinya : Semakin tinggi rasio *Operating Profit Margin* akan semakin baik pula operasi perusahaan.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat laba dikatakan baik atau menguntungkan jika *Operating Profit Margin* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat laba dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Operating Profit Margin* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

c) *Net Profit Margin*

Adalah rasio antara laba bersih (*net profit*) yaitu penjualan dikurangi seluruh *expense* termasuk pajak dibandingkan dengan pengeluaran.

Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\textit{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Faisal Abdullah, 200

Artinya : Semakin tinggi *Net Profit Margin* semakin baik operasi suatu perusahaan.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat laba dikatakan baik atau menguntungkan jika *Net Profit Margin* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat laba dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Net Profit Margin* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

4). Pusat Investasi, Pusat pertanggungjawaban yang paling lengkap dimana kinerja manajernya diukur dengan menghubungkan laba yang diperoleh dengan investasi yang dikeluarkan. Pusat ini meliputi :

a) Pendekatan *Return On Investment* (ROI)

Perbandingan antara laba dengan investasi yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. *Return On Investment* adalah pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan.

Return On Investment dapat dirumuskan dengan :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Pendapatan}} \times \frac{\text{Pendapatan}}{\text{Investasi}}$$

ROI = % Laba dari penghasilan x Perputaran modal (Faisal Abdullah, 2005).

Artinya : Semakin tinggi rasio, semakin baik keadaan perusahaan, baik tidaknya tingkat *Return On Investment* hanya dapat diketahui sesudah diperbandingkan dengan rasio rata-rata industri.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat investasi dikatakan baik atau menguntungkan jika *Return On Investment* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat investasi dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Return On Investment* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

b) Pendekatan *Residual Income* (RI), dihitung dengan mengurangi laba yang diperoleh pusat laba dengan biaya modal (*cost of capital*).

Residual Income dirumuskan dengan :

= Laba – Biaya modal

Dimana : Biaya modal =
Investasi x Tingkat bunga modal

(Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005).

Artinya : Semakin besar *Residual Income* maka kinerja perusahaan semakin meningkat.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat investasi dikatakan baik atau menguntungkan jika *Residual Income* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat investasi dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Residual Income* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

c) *Return On Equity* (ROE), *Return On Equity m*erupakan rasio pengukuran terhadap penghasilan yang dicapai bagi pemilik perusahaan atas modal yang diinvestasikan pada perusahaan. *Return On Equity* dapat dihitung dengan rumus :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Modal sendiri}} \times 100\%$$

(Faisal Abdullah, 2005).

Artinya : Semakin besar *Return On Equity* maka akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham.

Kriteria :

1)) Kinerja pusat investasi dikatakan baik atau menguntungkan jika *Return On Equity* dalam anggaran lebih kecil dibandingkan dengan sesungguhnya.

2)) Kinerja pusat investasi dikatakan tidak baik atau tidak menguntungkan jika *Return On Equity* dalam anggaran lebih besar dibandingkan dengan sesungguhnya.

b. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan secara umum mengenai pusat pertanggungjawaban dengan membandingkan teori yang berlaku umum dan selanjutnya dari hasil perbandingan itu dilakukan penilaian dalam rangka memperoleh suatu pemecahan serta memperkuat hasil analisis kuantitatif.

PEMBAHASAN

1. **Pusat Biaya,** Hasil perhitungan pusat biaya pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3
Hasil Perhitungan Pusat Biaya pada
PT. Bali Reka Mahesa *Cargo*
di Denpasar, Tahun 2008-2010

Keterangan	Selisih Anggaran dengan Realisasi		
	Tahun 2008 (Rp)	Tahun 2009 (Rp)	Tahun 2010 (Rp)
Pusat Biaya	47.570.101	57.893.005	82.754.871

Sumber : Hasil perhitungan.

Berdasarkan Tabel 3 , maka analisis pusat biaya dari tahun 2008 sampai tahun 2010 dapat dijelaskan sebagai berikut : Selisih antara biaya yang dianggarkan dengan biaya sesungguhnya pada tahun 2008 yaitu Rp. 47.570.101,- merupakan selisih yang negatif, pada tahun 2009 sebesar Rp. 57.893.005,- merupakan selisih yang negatif, dan pada tahun 2010 sebesar Rp.82.754.871,- juga merupakan selisih yang negatif. Hal ini berarti bahwa kinerja pusat biaya dari tahun 2008 sampai tahun 2010 adalah tidak efisien.

2. **Pusat Pendapatan** Hasil perhitungan pusat pendapatan pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4
Hasil Perhitungan Pusat Pendapatan pada
PT. Bali Reka Mahesa *Cargo*
di Denpasar, Tahun 2008-2010

Keterangan	Selisih Anggaran dengan Realisasi		
	Tahun 2008 (Rp)	Tahun 2009 (Rp)	Tahun 2010 (Rp)
Pusat Pendapatan	139.637.089	677.973.125	795.311.130

Sumber : Hasil perhitungan.

Berdasarkan Tabel 4 , maka analisis pusat pendapatan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 dapat dijelaskan sebagai berikut : Selisih antara pendapatan yang dianggarkan perusahaan dengan pendapatan yang dicapai perusahaan tahun 2008 yaitu Rp. 139.637.089,- dimana selisih ini merupakan selisih yang menguntungkan karena besarnya pendapatan yang dicapai oleh perusahaan lebih besar dari pendapatan yang dianggarkan perusahaan. Pada tahun 2009 selisih antara pendapatan yang dianggarkan perusahaan dengan pendapatan yang dicapai perusahaan sebesar Rp. 677.973.125,- dimana selisih ini merupakan selisih yang menguntungkan dan pada tahun 2010 selisih antara pendapatan yang dianggarkan dengan pendapatan yang dicapai perusahaan sebesar Rp.795.311.130,- dimana selisih ini merupakan selisih yang menguntungkan karena besarnya pendapatan yang dicapai oleh perusahaan lebih besar dari pendapatan yang dianggarkan perusahaan. Hal ini berarti kinerja pusat pendapatan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

3. **Pusat Laba,** Hasil perhitungan pusat laba pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4
Hasil Perhitungan Pusat Laba pada
PT. Bali Reka Mahesa *Cargo*
di Denpasar, Tahun 2008 - 2010

Keterangan	Tahun 2008		Tahun 2009		Tahun 2010	
	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi
Gross Profit Margin	42,11%	47,81%	43,72%	45,69%	42,37%	44,48%
Operating Profit Margin	21,21%	26,46%	20,91%	25,22%	21,57%	25,44%
Net Profit Margin	18,35%	22,89%	18,09%	21,81%	18,66%	22,01%

Sumber : Hasil perhitungan.

Berdasarkan Tabel 4 , maka analisis pusat laba dari tahun 2008 sampai tahun 2010 dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Gross Profit Margin* (GPM), *Gross Profit Margin* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar 42,11%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 42,11. Besarnya *Gross Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 47,81%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 47,81. Besarnya *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan berada 5,70% di atas anggaran yang ditetapkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dari volume penjualan mengalami peningkatan 5,70% dari yang dianggarkan. Peningkatan ini disebabkan karena prosentase peningkatan laba kotor yang dicapai terhadap anggaran lebih besar dibandingkan prosentase peningkatan penjualan yang dicapai terhadap anggaran, sehingga *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melampaui *Gross Profit Margin* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan pada tahun 2008 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

Gross Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar 43,72%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 43,72. Besarnya *Gross Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 45,69%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 45,69. Besarnya *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan berada 1,97% di atas anggaran yang ditetapkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dari volume penjualan mengalami peningkatan 1,97% dari yang dianggarkan. Peningkatan ini disebabkan karena prosentase peningkatan laba kotor yang dicapai terhadap anggaran lebih besar dibandingkan prosentase peningkatan penjualan yang dicapai terhadap anggaran, sehingga *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melampaui *Gross Profit Margin* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan pada tahun 2009 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

Gross Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar 42,37%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar Rp. 42,37. Besarnya *Gross Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 44,48%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba kotor sebesar 44,48. Besarnya *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan berada 2,11% di atas anggaran yang ditetapkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dari volume penjualan mengalami peningkatan 2,11% dari yang dianggarkan. Peningkatan ini disebabkan karena prosentase peningkatan laba kotor yang dicapai terhadap anggaran lebih besar dibandingkan prosentase peningkatan penjualan yang dicapai terhadap anggaran, sehingga *Gross Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melampaui *Gross Profit Margin* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan pada tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

b. *Operating Profit Margin* (OPM), *Operating Profit Margin* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar 21,21%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 21,21. Besarnya *Operating Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 26,46%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 26,46. Besarnya *Operating Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 5,25% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi dari volume penjualan mengalami peningkatan 5,25% dari yang dianggarkan.

Operating Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar 20,91%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 20,91. Besarnya *Operating Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 25,22%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 25,22. Besarnya *Operating Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 4,31% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi dari volume penjualan mengalami peningkatan 4,31% dari yang dianggarkan.

Operating Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar 21,57%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 21,57. Besarnya *Operating Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 25,44%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba usaha sebesar Rp. 25,44. Besarnya *Operating Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 3,87% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi dari volume penjualan mengalami peningkatan 3,87% dari yang dianggarkan.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi dari volume penjualan mengalami peningkatan disebabkan karena prosentase peningkatan laba operasi yang dicapai terhadap anggaran lebih besar dibandingkan prosentase peningkatan penjualan yang dicapai terhadap anggaran, sehingga *Operating Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melampaui *Operating Profit Margin* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

c. *Net Profit Margin* (NPM), *Net Profit Margin* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar 18,35%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 18,35. Besarnya *Net Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 22,89%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 22,89. Besarnya *Net Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 4,54% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak dari volume penjualan mengalami peningkatan 4,54% dari yang dianggarkan.

Net Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar 18,09%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 18,09,- Besarnya *Net Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 21,81%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 21,81. Besarnya *Net Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 3,72% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak dari volume penjualan mengalami peningkatan 3,72% dari yang dianggarkan.

Net Profit Margin yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar 18,66%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 18,66. Besarnya *Net Profit Margin* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 22,01%. Hal ini berarti setiap Rp. 100,- penjualan menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar Rp. 22,01. Besarnya *Net Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melewati target sebesar 3,35% dari yang dianggarkan. Jadi dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak dari volume penjualan mengalami peningkatan 3,35% dari yang dianggarkan.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak dari volume penjualan mengalami peningkatan disebabkan karena prosentase peningkatan laba bersih setelah pajak yang dicapai terhadap anggaran lebih besar dibandingkan prosentase peningkatan penjualan yang dicapai terhadap anggaran, sehingga *Net Profit Margin* yang dicapai perusahaan mampu melampaui *Net Profit Margin* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

4. Pusat Investasi

Hasil perhitungan pusat investasi pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 disajikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5
Hasil Perhitungan Pusat Investasi
pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo*
di Denpasar Tahun 2008 - 2010

Keterangan	Tahun 2008		Tahun 2009		Tahun 2010	
	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi	Anggaran	Realisasi
Return On Invesment (ROI)	8,71%	10,35%	7,35%	10,07%	7,61%	10,26%
Residual Income (RI)	Rp.36.951.678,-	Rp.204.538.997,-	Rp.107.160.051,-	Rp.398.499.406,-	Rp.195.561.717,-	Rp.515.733.829,-
Return On Equity (ROE)	12,43%	15,54%	11,54%	15,84%	13,03%	17,56%

Sumber : Hasil perhitungan.

Berdasarkan Tabel 5 , maka analisis pusat investasi dari tahun 2008 sampai tahun 2010 dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Return On Invesment* (ROI), *Return On Invesment* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar 8,71%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- total aktiva menghasilkan Rp.8,71 laba bersih. *Return On Invesment* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 10,35%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 10,35% dari total aktiva. Besarnya *Return On Invesment* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 1,64% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 1,64%.

Return On Invesment yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar 7,35%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- total aktiva menghasilkan Rp.7,35 laba bersih. *Return On Invesment* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 10,07%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 10,07% dari total aktiva. Besarnya *Return On Invesment* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 2,72% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 2,72%.

Return On Invesment yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar 7,61%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- total aktiva menghasilkan Rp.7,61 laba bersih. *Return On Invesment* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 10,26%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 10,26% dari total aktiva. Besarnya *Return On Invesment* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 2,65% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 2,65%.

Terjadinya peningkatan *Return On Invesment* disebabkan karena terjadinya peningkatan laba bersih yang diperoleh

perusahaan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

b. *Residual Income* (RI), *Residual Income* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar Rp. 36.951.678,- sedangkan *Residual Income* yang dicapai sebesar Rp. 204.538.997,-. Hal ini berarti bahwa *Residual Income* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp.167.587.319,- Hal ini disebabkan karena terjadinya peningkatan laba usaha dan peningkatan asset perusahaan.

Residual Income yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar Rp. 107.160.051,- sedangkan *Residual Income* yang dicapai sebesar Rp. 398.499.406,- Hal ini berarti bahwa *Residual Income* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp.291.339.355,- Hal ini disebabkan karena terjadinya peningkatan laba usaha dan peningkatan asset perusahaan.

Residual Income yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar (Rp. 195.561.717,-) sedangkan *Residual Income* yang dicapai sebesar Rp. 515.733.829,- Hal ini berarti bahwa *Residual Income* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp.320.172.112,- Hal ini disebabkan karena terjadinya peningkatan laba usaha dan peningkatan asset perusahaan.

Jadi dapat dikatakan bahwa *Residual Income* yang dicapai perusahaan mampu melampui *Residual Income* yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

c. *Return On Equity* (ROE), *Return On Equity* yang dianggarkan perusahaan tahun 2008 sebesar 12,43%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- modal yang diinvestasikan pada perusahaan menghasilkan Rp.12,43 laba bersih. *Return On Equity* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 15,54%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 15,54% dari modal yang diinvestasikan pada perusahaan. Besarnya *Return On Equity* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 3,11% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 3,11%.

Return On Equity yang dianggarkan perusahaan tahun 2009 sebesar 11,54%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- modal yang diinvestasikan pada perusahaan menghasilkan Rp.11,54 laba bersih. *Return On Equity* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 15,84%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 15,84% dari modal yang diinvestasikan pada perusahaan. Besarnya *Return On Equity* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 4,30% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 4,30%.

Return On Equity yang dianggarkan perusahaan tahun 2010 sebesar 13,03%. Hal ini berarti bahwa setiap Rp.100,- modal yang diinvestasikan pada perusahaan menghasilkan Rp.13,03 laba bersih. *Return On Equity* sesungguhnya dicapai perusahaan sebesar 17,56%. Hal ini berarti bahwa laba bersih yang diperoleh sebesar 17,56% dari modal yang diinvestasikan pada perusahaan. Besarnya *Return On Equity* yang dicapai perusahaan mengalami peningkatan 4,53% dari yang dianggarkan berarti terjadi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan sebesar 4,53%.

Terjadinya peningkatan *Return On Equity* disebabkan karena terjadinya peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada Bab V, maka dapat ditarik kesimpulan hasil analisis kinerja pusat-pusat pertanggungjawaban dilihat dari pusat biaya, pusat pendapatan, pusat laba dan pusat investasi pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010, yaitu :

1. Pusat Biaya, Hasil perhitungan dengan mencari selisih antara biaya yang dianggarkan dengan biaya sesungguhnya, tahun 2008 mengalami selisih yang negatif sebesar Rp. 47.570.101,- tahun 2009 mengalami selisih yang negatif sebesar Rp. 57.893.005,- dan tahun 2010 juga mengalami selisih yang negatif sebesar Rp. Rp. 82.754.871,- Hal ini berarti kinerja pusat biaya pada PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2010 adalah tidak efisien.

2. Pusat Pendapatan Hasil perhitungan dengan mencari selisih antara pendapatan yang dianggarkan dengan pendapatan sesungguhnya, tahun 2008 mengalami selisih menguntungkan sebesar Rp. 139.637.089,- tahun 2009 mengalami selisih menguntungkan sebesar Rp. 677.973.125,- dan tahun 2010 juga mengalami selisih menguntungkan sebesar Rp. 795.311.130,- Hal ini berarti kinerja pusat pendapatan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

3. Pusat Laba

a. *Gross Profit Margin* (GPM), *Gross Profit Margin* pada tahun 2008 mengalami selisih menguntungkan sebesar 5,70% dari yang dianggarkan, tahun 2009 mengalami selisih menguntungkan sebesar 1,97% dari yang dianggarkan, dan tahun 2010 juga mengalami selisih menguntungkan sebesar 2,11% dari yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

b. *Operating Profit Margin* (OPM), *Operating Profit Margin* pada tahun 2008 mampu melewati target sebesar 5,25% dari yang dianggarkan, tahun 2009 mampu melewati target sebesar 4,31% dari yang dianggarkan, dan tahun 2010 juga mampu melewati target sebesar 3,87% dari yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

c. *Net Profit Margin* (NPM), *Net Profit Margin* pada tahun 2008 mampu melewati target sebesar 4,54% dari yang dianggarkan, tahun 2009 mampu melewati target sebesar 3,72% dari yang dianggarkan dan tahun 2010 juga mampu melewati target sebesar 3,35% dari yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

4. Pusat Investasi

a. *Return On Invesment* (ROI), *Return On Invesment* pada tahun 2008 mengalami peningkatan 1,64% dari yang dianggarkan, tahun 2009 mengalami peningkatan 2,72% dari yang dianggarkan dan tahun 2010 juga mengalami peningkatan 2,65% dari yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

b. *Residual Income* (RI), *Residual Income* yang dicapai perusahaan pada tahun 2008 mengalami peningkatan sebesar Rp. 167.587.319,- tahun 2009 mengalami peningkatan sebesar Rp. 291.339.355,- dan tahun 2010 juga mengalami peningkatan sebesar Rp. 320.172.112,- Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

c. *Return On Equity* (ROE), *Return On Equity* pada tahun 2008 mengalami peningkatan 3,11% dari yang dianggarkan, tahun 2009 mengalami peningkatan 4,30% dari yang dianggarkan dan tahun 2010 juga mengalami peningkatan 4,53% dari yang dianggarkan. Hal ini berarti kinerja perusahaan dari tahun 2008 sampai tahun 2010 menunjukkan hasil yang menguntungkan.

B. Saran.

Berdasarkan hasil simpulan, maka diajukan beberapa saran sebagai bahan bagi pimpinan PT. Bali Reka Mahesa *Cargo* di Denpasar dalam mengambil keputusan-keputusan di masa yang akan datang, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja yang diterapkan perusahaan akan lebih baik dan sempurna jika menggunakan konsep akuntansi pertanggungjawaban dan dapat memisahkan antara biaya terkendalikan dengan biaya tidak terkendalikan.

2. Dari analisis pusat biaya diketahui kinerja pusat biaya adalah tidak efisien. Disarankan dilakukan pengendalian terhadap biaya usaha yaitu biaya-biaya yang termasuk dalam biaya penjualan serta biaya administrasi dan umum. Pengendalian terhadap biaya usaha merupakan salah satu bagian dari langkah-langkah intern yang dilakukan perusahaan dalam usaha meningkatkan efisiensi dimana sumber-sumber ekonomi dapat digunakan secara efektif, sehingga tidak terjadi pemborosan biaya, dengan demikian laba yang akan diperoleh akan lebih optimal. Pengendalian biaya dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut : mencari dasar-dasar dan menetapkan standar untuk biaya, membandingkan antara biaya standar dengan biaya yang sesungguhnya, mencari dan menentukan bagian organisasi perusahaan ataupun diluarnya yang bertanggung jawab atas adanya penyimpangan dan melakukan tindakan untuk mengurangi atau mengakhiri penyimpangan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2005, Akuntansi Manajemen, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Bambang Hariadi, 2005, Akuntansi Manajemen, Suatu Sudut Pandang, Edisi I, Penerbit BPFE - UGM, Yogyakarta.

Ekawati, Ni Wayan, 2008, Analisis Pusat Pertanggungjawaban pada CV. Siana Garment di Denpasar, Fakultas Ekonomi, Universitas Warmadewa, Denpasar.

Faisal Abdullah, 2005, Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Hansen dan Mowen, 2005, Management Accounting, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Henry Simamora, 2005, Akuntansi Manajemen, Cetakan Pertama, Salemba Empat, Jakarta.

Indra Bastian, 2005, Akuntansi Manajemen di Indonesia, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Liena Wati, 2006, Analisis Akuntansi Pertanggungjawaban pada PT. Sari Segar Laut Indonesia di Pelabuhan Benoa, Bali, Fakultas Ekonomi, Universitas Warmadewa, Denpasar.

Mohamad Mahsun, 2005, Pengukuran Kinerja Sektor Publik, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Mulyadi, 2007, Akuntansi Biaya, Penerbit Aditya Madia, Yogyakarta.

Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 2005, Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan), Edisi Kelima, Penerbit : Liberty, Yogyakarta.

S. Munawir, 2006, Akuntansi Keuangan dan Manajemen, Edisi Pertama, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

Slamet Sugiri dan Sulastiningsih, 2004, Akuntansi Manajemen, Edisi Revisi Penerbit UPP AMP YKPN.

Sofyan Syafri Harahap, 2005, Teori Akuntansi, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.

Sunarto, 2004, Akuntansi Manajemen, Penerbit Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata.

PEDOMAN BAGI PENULIS

Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh penulis dalam penulisan adalah sebagai berikut:

Maksud dan Tujuan

Jurnal Ilmiah Forum manajemen diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) "Handayani" Denpasar dengan nomor ISSN 0854-0616 adalah media untuk menyebarluaskan karya intektual oleh para Dosen di lingkungan STIMI "Handayani" Denpasar maupun dari para pakar dan akademis di bidang Manajemen dan lainnya.

Ruang Lingkup

Jurnal ini memuat karya intektual dari bidang ilmu Ekonomi pada umumnya, dan khususnya Manajemen yang menunjang pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi serta Pembangunan Nasional.

Bahasa

Tulisan yang dimuat dalam Jurnal ini menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan baku. Penggunaan istilah hendaknya menggunakan pedoman dari Lembaga Pembinaan Bahasa.

Bentuk Naskah

Naskah di ketik pada kertas putih pada satu permukaan dengan jarak 2 spasi. Tulisan mempunyai jarak 3,5 cm dari kiri kertas dan jarak 2,5 dari kanan atas dan dari bawah kertas. Panjang naskah tidak lebih dari 20 halaman dan sekurang-kurangnya 15 halaman termasuk gambar dan tabel disertai disket.

Isi Naskah

Naskah disusun dalam aturan : Judul (Bahasa Indonesia). Nama Penulis. Lembaga/ Instansi. Judul dan Abstark dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (150-200 kata) berisi : tujuan, metode, hasil penelitian dan Kata Kunci. Pendahuluan (berisi : Latar Belakang Perumusan Masalah. Tujuan Pustaka dan Tujuan Penelitian). Metode Penelitian (alat Bahan. Cara dan Metode Analisis). Hasil dan Pembahasan. Kesimpulan dan Saran. Daftar Pustaka. Lampiran (kalau ada).

Judul Karangan dan Nama Pengarang

Judul karangan berupa satu ungkapan dalam bentuk kalimat pendek yang mencerminkan isi dari karangan, nama lembaga/instansi pengarang harus jelas dicantumkan pada halaman pertama. Bila penulis lebih dari satu orang, maka perlu di urutkan sesuai dengan kode etik penulisan.

Satuan

Penggunaan satuan dalam teks harus menggunakan satuan internasional (mikrom, cm, mm,cm: liter, dan sebagainya). Hindari penggunaan satu pikul, bahu dan beberapa satuan lainnya yang kurang umum dipakai.

Tabel dan Gambar

Tabel dan Gambar diberi judul yang singkat dan jelas maksudnya Judul Tabel berada diatas, sedangkan judul pada Gambar berada di bawah. Setiap Tabel dan Gambar diberi nomor urut (1,2 ... dst). Apabila dalam penyajian gambar menggunakan potret, maka potret yang digunakan harus baik.

Daftar Pustaka

Penulisan daftar pustaka disusun menurut abjad nama penulis dan diketik 1 spasi untuk setiap pustaka dan berjarak 2 spasi untuk pustaka yang satu dengan yang lainnya.

Alamat Redaksi

Naskah dikirim rangkap 2 dialamatkan ke Redaksi Jurnal Ilmiah Forum Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) “Handayani” Denpasar Jalan Tukad Banyusari No 17B Denpasar 80225. Telp. (0361) 222291. Fax 222291.

INFORMASI BERLANGGANAN
FORUM MANAJEMEN

1. Terbit Setiap Enam Bulan
   Periode : Januari - Juni
   Juli - Desember

2. Biaya Berlangganan :
   - Satu Kali Terbitan Rp. 55.000,-
   - Dua Kali Terbitan Rp. 100.000,-

3. Cara Pembayaran :
   - Tunai ke Alamat Editorial

     Forum Manajemen :

     Kampus STIMI ”Handayani”
     Jl. Tukad Banyusari 17 B
     Denpasar 80225
     Telp./Fax. (0361) 222291

   - Transfer ke Rekening :

     BPD Cab. Denpasar
     An. STIMI ”Handayani” Denpasar
     No. Rek. 25400

Kirim Ke Alamat Editorial :

1. Copy Bukti Transfer.
2. Identitas Pelanggan (Nama, Instansi/Perusahaan, Alamat Pengiriman dan Nomor Telepon).