

# FORUM MANAJEMEN

**VOLUME 18 NOMOR 1 TAHUN 2020**

**JANUARI - JUNI 2020**

**PENGARUH ARSITEKTUR KEUANGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA  
(Ni Ketut Karwini, I Nyoman Widhi Astawa)**

**PENGARUH KOMPENSASI DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KEPUASAN KERJA  
KARYAWAN PADA PT. PERMATA JAGA KARYA, DENPASAR  
(Sapta Rini Widyawati, Prita Ayu Kusumawardhany)**

**PEMASARAN DIGITAL BERBASIS INFLUENCER, PENGARUHNYA TERHADAP  
MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK KE DESTINASI WISATA DI NUSA PENIDA  
(Ni Nyoman Menuh, Ni Made Nia Kristyarini)**

**PENGEMBANGAN BAHAN BAKU KERAMIK BERPORI  
UNTUK PENAMBAHAN TARIF PELAYANAN PADA BTIKK TAHUN 2019  
(I Nyoman Normal, Ni Nyoman Nurani)**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
KANTOR JASA PENILAI PUBLIK (KJPP) FIRMANSYAH DAN REKAN CABANG DENPASAR  
(Ida Ayu Trisna Wijayanthi, Putu Mela Ratini, Argo Dwi Prakoso)**

**PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP  
EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN LPD DI KECAMATAN MENGWI  
(Putu Agus Eka Rismawan, I Gede Rihayana, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi)**

**KEBIJAKAN BANK INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN STABILITAS PEREKONOMIAN  
MELALUI PENGENDALIAN INFLASI DI KOTA DENPASAR  
(Ni Made Sumerti Asih, Putu Diah Putri Idawati)**

**PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS DAN KOMUNIKASI TERHADAP  
KINERJA KARYAWAN PADA SMK NEGERI 3 BANGLI  
(I Wayan Juniartawan, I Wayan Sujana, Ni Nyoman Ari Novarini)**

**GAYA KEPEMIMPINAN, PROFESIONALITAS, DAN ETOS KERJA PENGARUHNYA TERHADAP  
PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA THE TRANS HOTEL KUTA  
(Tettie Setiyarti, I Gusti Ayu Putu Andayani, Ida Bagus Radendra)**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGI, DAN BAURAN PEMASARAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAYA PADA BUTIK LESTARI DI DENPASAR  
(Putri Anggreni, Putu Wahyu Pratiwi)**

**Diterbitkan Oleh :**

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA  
DENPASAR**

# JURNAL ILMIAH FORUM MANAJEMEN

---

Volume 18, Nomor 1 Tahun 2020 ( Januari - Juni 2020)

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 )  
Idayanti Nursyamsi ( UNHAS )  
I Pt. Gde Suka Atmadja ( UNUD )  
Ida Bagus Raka Suardana ( UNDIKNAS )  
I Wayan Tantra ( STIMI )  
I Wayan Wardita ( STIMI )  
Ni Ketut Karwini ( STIMI )  
I GG Oka Pradnyana ( STIMI )  
I. B. Ngr. Wimpascima ( STIMI )  
I. B. Radendra Suastama ( STIMI )  
I Nyoman Normal ( BTIKK-BPPT )

Tim Editor : Gusti Ayu Mahanavami  
Ida Bagus Prima Widyanta

Alamat Redaksi : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI)  
Handayani Denpasar,  
Jl. Tukad Banyusari No. 17 B Denpasar 80225  
Telp. Fax. : (0361) 222291  
<http://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/FM>  
E-mail : mahanavami@yahoo.co.id

Sirkulasi : I Made Kardiana

---

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

1. PENGARUH ARSITEKTUR KEUANGAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA (Ni Ketut Karwini, I Nyoman Widhi Astawa) .....	1
2. PENGARUH KOMPENSASI DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. PERMATA JAGA KARYA, DENPASAR (Sapta Rini Widyawati, Prita Ayu Kusumawardhany) .....	13
3. PEMASARAN DIGITAL BERBASIS INFLUENCER, PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK KE DESTINASI WISATA DI NUSA PENIDA (Ni Nyoman Menuh, Ni Made Nia Kristyarini) .....	25
4. PENGEMBANGAN BAHAN BAKU KERAMIK BERPORI UNTUK PENAMBAHAN TARIF PELAYANAN PADA BTIKK TAHUN 2019 (I Nyoman Normal, Ni Nyoman Nurani) .....	36
5. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK (KJPP) FIRMANSYAH DAN REKAN CABANG DENPASAR (Ida Ayu Trisna Wijayanthi, Putu Mela Ratini, Argo Dwi Prakoso) .....	55
6. PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN LPD DI KECAMATAN MENGWI (Putu Agus Eka Rismawan, I Gede Rihayana, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi) .....	70
7. KEBIJAKAN BANK INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN STABILITAS PEREKONOMIAN MELALUI PENGENDALIAN INFLASI DI KOTA DENPASAR (Ni Made Sumerti Asih, Putu Diah Putri Idawati) .....	82
8. PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA SMK NEGERI 3 BANGLI (I Wayan Juniartawan, I Wayan Sujana, Ni Nyoman Ari Novarini) .....	94
9. GAYA KEPEMIMPINAN, PROFESIONALITAS, DAN ETOS KERJA PENGARUHNYA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA THE TRANS HOTEL KUTA (Tettie Setiyarti, I Gusti Ayu Putu Andayani, Ida Bagus Radendra) .....	102
10. PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGI, DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAYA PADA BUTIK LESTARI DI DENPASAR (Putri Anggreni, Putu Wahyu Pratiwi) ...	112

# PENGARUH ARSITEKTUR KEUANGAN, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERBANKAN DI INDONESIA

Ni Ketut Karwini<sup>1</sup>, I Nyoman Widhi Astawa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>STIMI Handayani Denpasar, <sup>2</sup>Universitas Tabanan, Bali, Indonesia

Email: karwini@yahoo.com

**ABSTRACT:** *This study aims to analyze and explain the influence of financial architecture dimension consisting of ownership structure, capital structure and corporate governance as well as adding another variable that is CSR to firm value. This study was conducted at banks listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) period 2017 using secondary data source, consisting of 81 bank, of which 76 banks as a sample because it has complete data. The analysis method used is linear regression analysis, multiple correlation analysis, determination analysis and t test. The results showed that the financial architecture, capital structure, corporate governance and CSR have a positive and significant impact on firm value.*

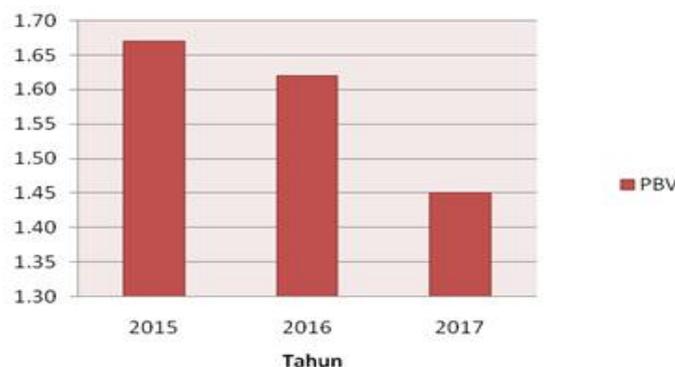
**Keywords:** *Financial Architecture, Ownership Structure, Capital Structure, Corporate Governance, CSR, Firm Value*

## PENDAHULUAN

Setiap keputusan dalam manajemen keuangan perusahaan haruslah mengacu pada tujuan utama perusahaan tersebut, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ditandai dengan meningkatkannya harga saham perusahaan, karena harga saham identik dengan nilai perusahaan. Ogden *et al.* (2003:78) menyatakan memaksimalkan nilai perusahaan berarti pula memaksimalkan nilai pasar dari ekuitas yang dimiliki perusahaan melalui

peningkatan harga saham perusahaan. Nilai perusahaan erat kaitannya dengan tujuan investor. Tujuan utama investor menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, mengharapkan return atau keuntungan yang akan diperolehnya dari investasi yang telah dilakukannya.

Fenomena yang terjadi pada nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan indikator *Price to Book Value (PBV)* tahun 2015, 2016 dan 2017, terdapat pada Gambar 1.



Gambar. 1 Perkembangan Nilai Perusahaan (PBV) Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2017

Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai melalui konsep arsitektur keuangan (Ivashkovskaya dan Stevanova, 2011). Arsitektur keuangan bagi investor dapat dijadikan pedoman dalam memilih emiten sebagai tujuan investasinya. Myers (1999) arsitektur keuangan perusahaan terdiri atas dimensi struktur kepemilikan, struktur modal dan tata kelola perusahaan.

Beberapa penelitian mengkaji dan menganalisis dimensi arsitektur keuangan yang dihubungkan dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian Navissi dan Naiker (2006), Elvin dan Hamid (2015) menunjukkan bahwa struktur kepemilikan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Meca *et al.* (2011), Widnyana dan Widyawati (2018) mendapatkan hasil bahwa struktur kepemilikan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Mujahid *et al.* (2014), Widnyana (2018) struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian Pung dan Hoang (2013) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Fauzi dan Locke (2012), Moradi *et al.* (2012) menunjukkan tata kelola perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian Sin dan Hui (2011) didapat tata kelola perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Disamping arsitektur keuangan, salah satu salah cara jika perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaannya dengan memaksimalkan pelaksanaan bentuk-bentuk tanggung jawab sosialnya atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Seperti diketahui pada beberapa dekade terakhir CSR telah menjadi perhatian bagi masyarakat dan juga pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Suhardjanto dan Nugraheni (2012), Oktrivina DS (2017) menemukan bahwa tingkat pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Akan tetapi Qomariah (2015) menemukan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Didukung fenomena yang terjadi saat ini dan dan *research gap* hasil penelitian yang telah ada, maka arsitektur keuangan dan CSR sangat penting bagi perusahaan dan investor untuk mengambil keputusan dalam memilih emiten (perusahaan) yang menjadi target investasinya. Dan penulis menemukan celah untuk melakukan penelitian pengaruh arsitektur keuangan dan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Menguji dan menjelaskan pengaruh struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan di Indonesia.
- 2) Menguji dan menjelaskan pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan di Indonesia.
- 3) Menguji dan menjelaskan pengaruh tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan di Indonesia.
- 4) Menguji dan menjelaskan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan di Indonesia

## **KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

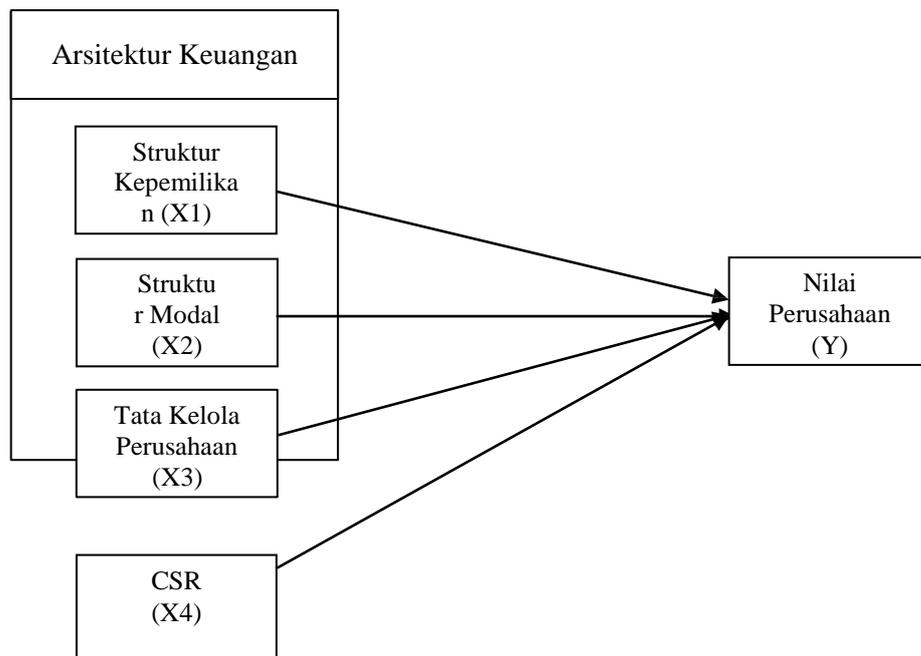
Teori-teori utama yang digunakan dalam penelitian ini, seperti teori arsitektur keuangan oleh Myers (1999), teori *agency* oleh Jensen dan Meckling (1976), Teori signaling oleh Ross (1977). Teori arsitektur keuangan Myers (1999) menekankan bahwa arsitektur keuangan memiliki 3 (tiga) dimensi yaitu struktur kepemilikan, struktur modal dan tata kelola perusahaan, dimana ketiganya saling terintegrasi untuk mencapai nilai perusahaan yang lebih baik.

Teori *agency* oleh Jensen dan Meckling (1976), struktur kepemilikan akan mempengaruhi terjadinya konflik keagenan yang dapat mengganggu nilai perusahaan. Untuk menghilangkan potensi konflik, dilakukan skema kepemilikan dalam kepemilikan manajerial. Teori signaling oleh Ross (1977) mengembangkan sebuah model dimana struktur modal (penggunaan hutang) merupakan sinyal yang disampaikan oleh manajer ke pasar. Perusahaan yang meningkatkan utang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Investor diharapkan akan menangkap sinyal tersebut. Jadi dapat menyimpulkan dari penjelasan di atas bahwasanya utang merupakan tanda atau signal positif dari perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut: hasil penelitian Navissi dan Naiker (2006), Javid dan Iqbal (2009), Elvin dan Hamid (2015) menunjukkan bahwa struktur kepemilikan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Ruan *et al.* (2011), Liang *et al.* (2011), Meca *et al.* (2011), Widnyana (2018) menghasilkan struktur kepemilikan dengan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Mujahid *et al.* (2014), Widnyana (2018) struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian Ruan *et al.* (2011), Pung dan Hoang (2013) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Isshaq *et al.* (2009), Rashid *et al.* (2010), Fauzi dan Locke (2012), Moradi *et al.* (2012) menunjukkan tata kelola perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian Sin dan Hui (2011) didapat tata kelola perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Suhardjanto dan Nugraheni (2012), Oktrivina DS (2017) menemukan bahwa tingkat pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Akan tetapi Qomariah (2015) menemukan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

## Kerangka Konsep



Gambar 2. Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Hasil pemikiran peneliti

## Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, kajian teori dan kajian empiris, hipotesis yang dapat disapaikan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Struktur kepemilikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan di Indonesia.
- 2) Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan di Indonesia.
- 3) Tata kelola perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan di Indonesia.
- 4) CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

### Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan rencana dan prosedur penelitian yang dimulai dari asumsi-asumsi luas hingga metode-metode rinci dalam pengumpulan dan analisis data (Creswell, 2013: 25).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang berangkat dari paradigma positivistik, yaitu memandang bahwa semua kejadian berlangsung dalam hubungan sebab akibat, di mana sebab terjadi lebih dulu daripada akibat. Penelitian ini bertujuan membuktikan teori (*theory verifying*), menggunakan hipotesis sebagai titik awal penelitian untuk selanjutnya dibuktikan. Pendekatan kuantitatif bermanfaat untuk melakukan verifikasi dan konfirmasi data serta karena pendekatan ini memiliki dasar teori yang kuat sehingga andal dalam generalisasi.

Data penelitian ini bersifat deduktif, yaitu menguji data dan teori yang bersifat umum melalui pengujian dari hipotesis yang disampaikan. Penelitian ini juga mengidentifikasi dan mengintegrasikan dimensi-dimensi dari variabel arsitektur keuangan dan CSR dalam kaitannya dengan nilai perusahaan perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2017.

### **Jenis dan sumber data**

Menurut jenisnya, data dibagi dua yaitu data kuantitatif dan data kualitatif (Sugiyono, 2014: 223). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka yang terdapat dalam laporan keuangan, seperti jumlah hutang, laba, aset, jumlah dewan, CSR dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder, artinya data diperoleh, dikumpulkan dan diolah dari pihak lain. Sumber data berupa laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data sekunder tersebut diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan situs resmi BEI di <http://www.idx.co.id>

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:58) Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(BEI) pada tahun 2017 yang berjumlah 81 perusahaan.

### **Sampel dan teknik pengambilan sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2010: 60). Agar karakteristik data bersifat lebih homogen, maka pengambilan sampel tidak mengikutsertakan perusahaan yang berhubungan dengan sektor keuangan, karena perusahaan sektor keuangan memiliki operasi perusahaan yang spesifik, informasi dan peraturan yang tertentu.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu sampel penelitian adalah populasi yang memiliki kriteria tertentu. Kriteria perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017.
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap, tahun 2017.

### **Variabel penelitian**

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel arsitektur keuangan, struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan, CSR dan nilai perusahaan perusahaan.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas :

- 1) Variabel independen (*independent variable*) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain dalam model. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan dan CSR.

2) Variabel dependen (*dependent variable*) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dalam model. Pada penelitian ini variabel dependen adalah nilai perusahaan

### Definisi operasional variabel

#### 1) Struktur Kepemilikan (X<sub>1</sub>)

Struktur kepemilikan mencerminkan proporsi kepemilikan perusahaan dan hak *principal* (pemilik). Struktur kepemilikan saham mencerminkan distribusi kekuasaan dan pengaruh di antara pemegang saham atas kegiatan operasional perusahaan

Kepemilikan  
Manajerial (KM) =

$$\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen}}{\text{Total saham perusahaan yang beredar}}$$

perbankan yang terdaftar di BEI. Kepemilikan manajerial diungkapkan dengan prosentase jumlah saham yang dimiliki manajemen (direksi dan komisaris) dibagi dengan total saham perusahaan yang beredar. Semakin besar jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari total saham perusahaan yang beredar, menunjukkan nilai kepemilikan manajerial semakin besar. Nilai kepemilikan manajerial menggunakan skala rasio. Secara matematis perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

#### 2) Struktur Modal (X<sub>2</sub>)

*Debt to Asset Ratio* (DAR) sering disebut juga sebagai *debt ratio*, merupakan ukuran struktur modal yang dihitung dengan membandingkan jumlah hutang, baik utang jangka panjang maupun utang jangka pendek terhadap aktiva yang dimiliki perusahaan perbankan yang terdaftar di

BEI. Apabila dibandingkan antara nilai hutang dan total aktiva, maka dapat diketahui proporsi penggunaan utang terhadap aktiva yang dimiliki perusahaan. Nilai DAR menggunakan skala rasio. Secara matematis perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}}$$

#### 3) Tata Kelola Perusahaan (X<sub>3</sub>)

Tata kelola perusahaan dalam penelitian ini menggunakan proksi ukuran direksi. Ukuran direksi ditunjukkan dengan jumlah direksi yang terlibat dalam pengelolaan perusahaan. Semakin banyak direksi yang terlibat dipercaya mampu mengelola perusahaan lebih baik, karena

penyelesaian pekerjaan dan pengambilan keputusan menjadi lebih cepat. Ukuran direksi adalah jumlah anggota direksi yang mengelola perusahaan. Nilai ukuran direksi menggunakan skala rasio. Secara matematis perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

Ukuran direksi (UD) = jumlah direksi perusahaan

4) *Corporate Social Responsibility* (CSR)  
*Corporate Social Responsibility* atau CSR, merupakan tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari putusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan *stakeholder*; sesuai hukum

5) Nilai perusahaan (Y)  
Tobin's Q (TBQ) adalah perbandingan antara nilai pasar total aktiva dengan total nilai buku total aktiva yang dimiliki perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi

$$\text{Tobin's Q (TBQ)} = \frac{\text{Total Aktiva (nilai pasar)}}{\text{Total Aktiva (nilai buku)}}$$

di seluruh aktivitas organisasi. Dalam penelitian ini pengungkapan CSR menggunakan standar dari *Global Reporting Initiative* (GRI) berdasarkan indeks pengungkapan yang masing-masing perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Perhitungan CSR menggunakan rumus:

$$CSDi = \frac{\sum Xi}{\sum n}$$

2017. Nilai pasar aktiva dihitung dengan nilai pasar ekuitas ditambah dengan utang. Nilai TBQ merupakan skala rasio. Secara matematis perhitungan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Utang + Ekuitas (nilai pasar)}}{\text{Utang + Ekuitas (nilai buku)}}$$

### Metode Pengumpulan Data

Pada saat pengumpulan data, ada beberapa teknik yang digunakan. Teknik yang dimaksud dapat dijabarkan sebagai berikut.

#### 1) Metode Observasi

Pada saat pengumpulan data, metode yang digunakan adalah metode observasi. Pengamatan dilakukan oleh peneliti dengan mengamati transaksi saham perusahaan yang menjadi obyek penelitian.

#### 2) Metode Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data yang dibutuhkan seperti laporan keuangan tahunan perusahaan yang dipublikasikan di *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan *Indonesia Stock Exchange* (IDX) pada tahun 2017.

#### Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan di Indonesia menggunakan analisis regresi SPSS V.23.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses seleksi sampel

Dari populasi tersebut diambil sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Proses seleksi tabel terdapat Tabel 1.

Tabel 1. Proses Seleksi Sampel

No	Keterangan	Kategori	Jumlah Perusahaan
1	Jumlah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar	Populasi	81
2	<i>Dikurangi</i> - Perusahaan perbankan yang tidak menyediakan laporan keuangan secara lengkap	Kriteria	5
3	Jumlah perusahaan perbankan yang digunakan dalam penelitian	Sampel	76

Sumber: Data diolah

Berdasarkan proses seleksi sampel pada Tabel 1, diperoleh sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 76 perusahaan.

### Perhitungan nilai variabel

Untuk mengetahui pengaruh struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan digunakan alat analisis SPSS Versi 23.0. Ringkasan hasil perhitungan terdapat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Struktur Modal, Tata Kelola Perusahaan dan CSR terhadap Nilai perusahaan

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1. (constant)	0,220	0,128	1,721	0,000
X1	0,285	0,207	1,375	0,011
X2	0,298	0,119	2,506	0,000
X3	0,341	0,180	1,893	0,000
X4	0,229	0,137	1,672	0,002
R = 0,734				
R <sup>2</sup> = 0,539				

Berdasarkan Tabel 2 dapat disajikan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,220 + 0,285X_1 + 0,298X_2 + 0,341X_3 + 0,229X_4$$

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan Tabel 2, maka didapat bahwa variabel X1 (struktur kepemilikan), X2 (struktur modal), X3 (tata kelola perusahaan) dan X4 (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap Y (nilai perusahaan).

### **Analisis Korelasi Berganda**

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan Tabel 2, maka didapat bahwa nilai R sebesar 0,734. Berdasarkan kriteria hubungan maka nilai R berada pada 0,650–0,800, itu berarti variabel X1 (struktur kepemilikan), X2 (struktur modal), X3 (tata kelola perusahaan) dan X4 (CSR) memiliki hubungan yang kuat dengan variabel Y (nilai perusahaan)

### **Analisis Determinasi**

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat diketahui nilai  $R^2 = 0,539$ , maka nilai  $D = 0,539 \times 100\% = 53,9\%$ . Hal ini berarti bahwa variabel struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan dan CSR mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 53,9% sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### **Uji t (*t test*)**

Uji t digunakan untuk hipotesis penelitian, yaitu pengaruh masing-masing variabel struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan, CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui nilai sig t ( $X_1$ ) = 0,011, nilai sig t ( $X_2$ ) = 0,000, nilai sig t ( $X_3$ ) = 0,000 dan nilai sig t ( $X_4$ ) = 0,002. Nilai sig t ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur kepemilikan, struktur modal, tata kelola perusahaan dan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan analisis di atas dapat diketahui bahwa hasil penelitian ini menjawab tujuan yang hendak dicari yaitu:

- 1) Struktur kepemilikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Tata kelola berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap nilai perusahaan
- 4) CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap nilai perusahaan

### **Saran**

Saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

- 1) Bagi investor di pasar modal sebaiknya melihat aspek keuangan seperti dimensi arsitektur keuangan yaitu struktur kepemilikan, struktur modal, kelola perusahaan dan CSR, karena terbukti bahwa seluruh dimensi arsitektur keuangan dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2) Bagi perusahaan perlu memperkuat arsitektur keuangan perusahaannya agar tercapainya peningkatan nilai perusahaan.

3) Bagi penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menguji variabel lain sebagai proksi struktur modal dan struktur kepemilikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E.F., Houston, J.F. 2007. *Fundamental of Financial Management*. Ninth Edition, Thomson Higher Education, 5191 Natorp Boulevard, Mason, OH 45040 USA.
- Creswell, J.W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Edisi III. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Donaldson, Davis. 1991. *Corporate Governance and Corporate Performance*. Routledge. New York.
- Fauzi, F., Locke, S. 2012. Board Structure, Ownership Structure and Firm Performance: A Study of New Zealand Listed-Firms. *Asian Academy of Management Journal of Accounting, AAMJAF*. 8 (2): 43–67.
- Francis, B., Hasan, I., Wu, Q. 2012. *Do corporate boards affect firm performance? New evidence from the financial crisis*. ISBN 978-952-462-796-2. ISSN 1456-6184. Online.
- Gugung, B.G., Arugu, L.O., Dandago, K.I. 2014. The Impact of Ownership Structure on the Financial Performance of Listed Insurance Firms in Nigeria, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*. 4 (1): 409–416.
- IDX Newsletter. Nopember 2015.
- Isshaq, Z., Bokpin, G.A. 2009. Corporate Governance, Ownership Structure, Cash Holdings, and Firm Value on the Ghana Stock Exchange. *The Journal of Risk Finance*. 10 (5): 488-499.
- Ivashkovskaya, I., Stepanova, A. 2011. Does strategic corporate performance depend on corporate financial architecture? Empirical study of European, Russian and other emerging market's firms. *Journal of Management and Governance*. 15: 603-616.
- Jensen, M.C., Meckling, W.H. 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. 3 (4): 305-360.
- Liang, C.J., Huang, T.T., Lin, W.C. 2011. Does Ownership Structure Affect Firm Value? Intellectual Capital Across Industries Perspective. *Journal of Intellectual Capital*. 12 (4): 552-570.
- Maslow, A.H. 2010. *Motivation and Personality*. Rajawali. Jakarta.
- Miguel, A.D., Pindado J., Torre, C.D.L. 2004. Ownership Structure and Firm Value: New Evidence from Spain. *Strategic Management Journal*. 25 (12): 1199-1207.

- Ming, T.C., Gee, C.S. 2008. The Influence of Ownership Structure on the Corporate Performance of Malaysian Public Listed Companies. *ASEAN Economic Bulletin*. 25 (2): 195-208.
- Modigliani, F dan Miller, M. 1963. Corporate Income Taxes and The Cost of Capital: A Correction, *American Economic Review*. 53: 433-443.
- Moradi, N.S., Aldin, M.M., Heyrani, F., Iranmahd, M. 2012. The Effect of Corporate Governance, Corporate Financing Decision and Ownership Structure on Firm Performance: A Panel Data Approach from Tehran Stock Exchange, *International Journal of Economics and Finance*. 4 (6).
- Mujahid, M., Akhtar, K., Bahawalpur. 2014. Impact of Capital Structure on Firms Financial Performance and Shareholders Wealth: Textile Sector of Pakistan, *International Journal of Learning & Development*. 4 (2): 2164-4063.
- Myers, S.C. 1999. Financial Architecture. *European Financial Management*, Q-Group Best paper award, 2001.
- Myers, S.C., Majluf N.S. 1984. Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have. *Journal of Financial Economics*. 13: 187-221.
- Navissi, F., Naiker, V. 2006. Institutional Ownership and Corporate Value. *Managerial Finance*. 32 (3): 247-256.
- Ogden, J.P., Jen, F.C., O'Connor, F.C. 2003. *Advance Corporate Finance, Policy Strategies*. Prentice Hall. New Jersey.
- Phung, D.N., Hoang, T.P.T. 2013. Corporate Ownership and Firm Performance in Emerging Market: A Study of Vietnamese Listed Firms. *Proceedings of World Business and Social Science Research Conference* 24-25 October. Novotel Bangkok on Siam Square, Bangkok, Thailand, ISBN: 978-1-922069-33-7.
- Ross, S. 1977. The Determination of Financial Structure: the Incentive Signalling Approach. *Bell Journal Of Economics*. 8: 23-40.
- Ruan, W., Tian, G., Ma, S. 2011. Managerial Ownership, Capital Structure and Firm Value: Evidence from China's Civilian-run Firms. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*. 5 (3): 73-92.
- Shin, P.L., Hui J.C. 2011. Corporate Governance and Firm Value as Determinants of CEO Compensation in Taiwan. *Management Research Review*. Vol:34, Iss.3. p.252-265.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-14. Alfabeta. Bandung.
- Walsh, C. 2006. *Key Management Ratio*. 4th Edition. Pearson Education Limited. London.

- Widnyana, I.W., 2014. Pengaruh Roa Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada PT. Persada Raya Motion Kuta Badung). *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*. 4 (2).
- Widnyana, I.W., 2016. Pengaruh Kecukupan Modal, Likuiditas, Risiko Kredit Dan Efisiensi Terhadap Kinerja Bank Bumh Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*. 6(1).
- Widnyana, I.W. and Widyawati, S.R., 2018. Arsitektur Keuangan, Kompensasi Direksi dan Nilai Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen (JUIMA)*. 8 (2): 49 – 56.
- Widnyana, I.W., Suarjana, I.W. and Mustika, I.N., 2018. Factors That Determine The Speed of Financial Statement Completion : The Case Study Of Textile Manufacturing Company Listed in Indonesian Stock Exchange. *The International Journal of Humanities and Social Studies*. 6 (9): 174 – 180.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

# PENGARUH KOMPENSASI DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. PERMATA JAGA KARYA, DENPASAR

Sapta Rini Widyawati<sup>1</sup>, Prita Ayu Kusumawardhany<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

<sup>2</sup> Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

Email: [saptarini1304@unmas.ac.id](mailto:saptarini1304@unmas.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of compensation and job promotions on employee job satisfaction at PT. Permata Jaga Karya, Denpasar. The number of research samples were 84 employees. Determination of the sample using saturated or census means that all employees are respondents. The analytical tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 23.0. The results of the analysis showed that compensation had a significant positive and significant effect on employee job satisfaction at PT. Permata Jaga Karya, Denpasar, this is evidenced by the value of the coefficient B for X1 is positive and the significant value of  $t(X1) < 0.05$ . Similarly, promotion has a significant positive and significant effect on employee job satisfaction at PT. Permata Jaga Karya, Denpasar, this is evidenced by the value of the coefficient B X2 is positive and the significant value of  $t(X2) < 0.05$ .*

**Keywords:** *Compensation, Job Promotion, Employee Job Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Karyawan merupakan asset yang sangat penting di dalam menunjang kemajuan perusahaan, karena tanpa karyawan perusahaan tidak dapat memafaatkan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan dalam mencapai tujuan. Hal yang menarik dalam pengelolaan karyawan adalah membuat karyawan merasa puas.

Salah satu indikator kepuasan karyawan menurut Manullang (2010) adalah kesesuaian pribadi pada pekerjaan. Kesesuaian pribadi pada pekerjaan

dimaksud adalah membandingkan antara pekerjaan yang diinginkan karyawan dengan pekerjaan yang ditugaskan oleh perusahaan. Untuk mendapat jawaban tersebut peneliti telah melakukan prariset dengan menyebarkan kuesioner awal pada sebagian karyawan PT. Permata Jaga Karya Denpasar untuk mendapatkan fenomena yang terjadi mengenai tingkat kepuasan karyawan dengan salah satu indikator kesesuaian pribadi pada pekerjaan. Hasil kuesioner ditabulasi, sehingga mendapatkan gambaran awal kesesuaian pribadi pada pekerjaan seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kesesuaian Pribadi Pada Pekerjaan  
Karyawan PT. Permata Jaga Karya, Denpasar

Bagian/ Departemen	Rata-Rata Tingkat Kesesuaian
Bagian Pemasaran & Penjualan	Cukup Sesuai
Bagian Operasional	Cukup Sesuai
Bagian Personalia & Umum	Sesuai
Bagian Akuntansi & Keuangan	Sangat Sesuai
Bagian Gudang	Sesuai

Sumber: PT. Permata Jaga Karya (data diolah).

Pada Tabel 1 terlihat bahwa rata-rata tingkat kesesuaian pribadi pada pekerjaan adalah “sesuai”, itu artinya sebagian besar karyawan merasa cocok atau terdapat kesesuaian pribadi pada pekerjaan. Dan itu berarti pula kepuasan karyawan terpenuhi, meskipun tidak pada keadaan yang sangat puas

Meningkatkan kepuasan karyawan dapat dilakukan dengan cara memberi kompensasi yang layak dan adil akan meningkatkan kinerja dan diharapkan untuk bekerja dengan baik. Menurut Dessler (2009:125) kompensasi adalah setiap imbalan yang diberikan kepada karyawan dan timbul dari apa yang mereka telah berikan atau kerjakan kepada organisasi atau perusahaan.

Komponen lain yang penting untuk meningkatkan kepuasan karyawan adalah dengan melakukan promosi jabatan. Menurut Hasibuan (2011), promosi jabatan adalah perpindahan yang memperbesar wewenang dan tanggung jawab kejabatan yang lebih tinggi di dalam suatu organisasi yang diikuti dengan kewajiban, hak, status, dan penghasilan yang lebih besar.

Beberapa penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kompensasi dan promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan. Namun masih terdapat

perbedaan hasil diantaranya Netra (2007), Onsardi *et al.* (2015) dan Susila (2016), menghasilkan penelitian bahwa kompensasi dan promosi jabatan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan karyawan. Sementara Malik *et al.* (2012) menghasilkan penelitian bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan sedangkan promosi jabatan tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Sementara hasil penelitian Salisu *et al.* (2015) kompensasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kompensasi

Menurut Handoko (2005) kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh pekerja sebagai balas jasa atas kerja mereka. Hasibuan (2012) menyatakan kompensasi merupakan apa yang diterima oleh para karyawan sebagai ganti kontribusi mereka kepada organisasi. Nitisemito (2010) menyatakan bahwa kompensasi adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan, yang dapat dinilai dengan uang

dan cenderung diberikan secara tetap.

Heidjrahman (2011) menyatakan bahwa kompensasi adalah sejumlah balas jasa baik berupa uang, barang maupun kenikmatan yang biasa diterima oleh karyawan atas kinerja yang disumbangkan kepada perusahaan. Dengan demikian bila ditinjau dari sisi karyawan itu sendiri kompensasi merupakan hak yang timbul karena karyawan telah memenuhi kewajibannya. Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa kompensasi adalah penghargaan atas balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan atas semangat kerja mereka demi tercapainya tujuan organisasi.

Sedamayanti (2012) menyatakan tujuan sistem kompensasi yang baik adalah menghargai prestasi kerja; menjamin keadilan; mempertahankan karyawan; memperoleh karyawan yang bermutu; pengendalian biaya; memenuhi peraturan. Menurut Hasibuan (2010) jenis-jenis kompensasi adalah: upah dan gaji; insentif; tunjangan; fasilitas. Menurut Handoko (2010) indikator-indikator kompensasi yaitu: gaji/upah; insentif; asuransi; fasilitas yang diberikan.

### **Promosi Jabatan**

Menurut Hasibuan (2012) bahwa promosi jabatan berarti perpindahan yang memperbesar wewenang dan tanggung jawab ke jabatan yang lebih tinggi dalam suatu organisasi. Manullang (2010) menyatakan promosi jabatan berarti kenaikan jabatan, yakni menerima kekuasaan dan tanggung jawab lebih besar dari kekuasaan dan tanggung jawab lebih besar sebelumnya. Menurut Nitisemito (2010), promosi jabatan adalah proses pemindahan

individu dari satu jabatan lain yang lebih tinggi yang selalu diikuti oleh tugas, tanggung jawab dan wewenang yang lebih dari jabatan sebelumnya. Sedarmayanti (2012), promosi adalah bergerak menuju dan meningkat dalam suatu jabatan yang didudukinya.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan, promosi jabatan adalah proses pemindahan karyawan dari satu jabatan ke jabatan yang lebih tinggi yang diikuti peningkatan tugas, tanggung jawab dan wewenang yang lebih dari jabatan sebelumnya. Pedoman yang digunakan untuk mempromosikan karyawan menurut Siagian (2011) pedoman yang digunakan untuk mempromosikan karyawan adalah: pengalaman kerja karyawan; kecakapan karyawan; kombinasi pengalaman dan kecakapan. Moekijat (1999:1006) menyebutkan bahwa ada pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam pelaksanaan jabatan, yaitu : promosi dibuat atas dasar kecakapan; promosi diselenggarakan hanya menurut rencana organisasi; karyawan harus diinformasikan tentang rencana promosi; pemberian keterangan mengenai kebijakan dan prosedur promosi; lapangan persaingan seluas-luasnya.

### **Kepuasan Kerja**

Kepuasan kerja adalah suatu sikap umum terhadap pekerjaan seseorang selisih antara banyak ganjaran dengan yang diterima seorang pekerja dan banyaknya yang mereka yakini seharusnya mereka terima (Siagian, 2011). Kepuasan kerja adalah keadaan emosional karyawan dimana terjadi ataupun tidak terjadi titik temu antara nilai balas jasa karyawan dari perusahaan/organisasi dengan balas jasa yang memang diinginkan oleh karyawan

yang bersangkutan (Manullang, 2010). Kepuasan kerja adalah keadaan emosi yang positif dan mengevaluasi pengalaman kerja seseorang. Ketidakpuasan kerja muncul saat harapan-harapan ini tidak terpenuhi.

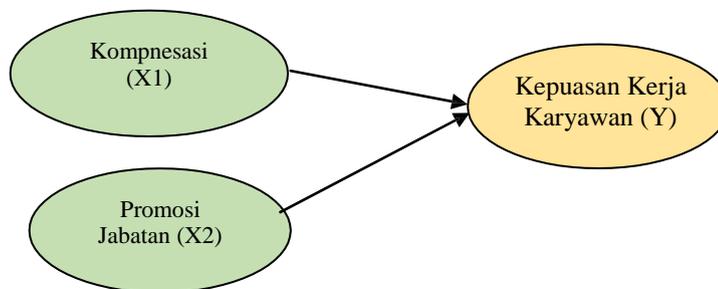
Menurut Hariandja (2002:291) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah: gaji; pekerjaan itu sendiri; rekan sekerja; atasan; promosi; lingkungan. Menurut Manullang (2010) indikator kepuasan kerja antara lain: kerja yang secara mental menantang; ganjaran yang pantas; kondisi kerja yang mendukung; rekan sekerja yang mendukung; kesesuaian pribadi pada pekerjaan.

## KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

### Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi pada serangkaian masalah yang ditetapkan. Untuk dapat mengetahui adanya pengaruh antara kompensasi dan promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan maka terlebih dahulu dibuat kuisioner yang ditunjukkan kepada responden..

Kompensasi dan promosi jabatan yang diharapkan sesuai dengan persepsi karyawan maka kepuasan kerja karyawan akan meningkat. Kerangka berpikir dalam penelitian ini terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Pengaruh Kompensasi dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar

### Hipotesis

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1: Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.
- H2: Promosi jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

kerja karyawan pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.

### METODE PENELITIAN

#### Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah: variabel bebas adalah kompensasi ( $X_1$ ) dan promosi jabatan ( $X_2$ ); variabel terikat: kepuasan kerja karyawan ( $Y$ ).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 84 karyawan. Semua karyawan menjadi sampel dalam penelitian ini.

### **Metode Pengumpulan Data**

Untuk mengetahui data yang diperlukan dalam penelitian ini ada beberapa teknik atau metode pengumpulan data yaitu: observasi, wawancara, kuisisioner.

### **Uji Instrumen**

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas

#### 1) Uji validitas

Uji validitas dapat digunakan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total. Apabila koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3 dengan tingkat  $\alpha = 0,05$  maka indikator tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2010).

#### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur atau suatu instrumen dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen yang realibel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama. Instrumen dapat dikatakan handal atau realibel jika koefisien alpha cronbach  $\geq 0,6$  (Sugiyono, 2010).

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji layak tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2011). Uji ini meliputi:

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi normal ataukah tidak. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*, apabila sig (*2-tailed*) lebih besar dari  $\alpha = 0,05$  maka data berdistribusi normal, sedangkan apabila sig (*2-tailed*) lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Caranya adalah dengan melihat nilai VIF dan *tolerance*. Agar bebas multikolinearitas, nilai *tolerance* harus di atas 0,1 dan nilai VIF harus lebih kecil dari 10. Jika data mengandung gejala multikolinearitas, transformasi variabel dapat dilakukan dalam bentuk logaritma natural.

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan uji Glejser. Metode ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan pada absolut residual, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, (Sugiyono, 2010):

- 1) Analisis Regresi Linier Berganda  
Analisis ini merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel  $X_1$  (Kompensasi),  $X_2$  (Promosi Jabatan), dan Y (Kepuasan Kerja).
- 2) Analisis Korelasi Berganda  
Analisis korelasi berganda ini digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya derajat hubungan antara Kompensasi ( $X_1$ ) dan Promosi Jabatan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
- 3) Analisis Determinasi  
Analisis ini bertujuan untuk mengetahui variasi hubungan kepuasan kerja karyawan yang mampu dijelaskan oleh variabel kompensasi dan variabel promosi jabatan, yang dinyatakan dalam bentuk presentase.

#### 4) Uji t (*t-test*)

Uji t-test bertujuan untuk membuktikan apakah pengaruh secara simultan antara kompensasi atau promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan.

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **Hasil Uji Instrumen**

##### 1) Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil analisis validitas dengan program *SPSS versionon 23 For Windows*, menunjukkan bahwa semua instrumen bernilai signifikan serta koefisien korelasi berada di atas nilai *R Product Moment*. Hal tersebut berarti semua instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner hasilnya adalah valid. Hasil Uji Validitas Instrumen dengan Korelasi *Product Moment* dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen dengan Korelasi *Product Moment*

Pernyataan	Koefisien Korelasi	Sig.	R Product Moment (r-tabel)	Ket.
Kompensasi ( $X_1$ )				
X1.1	0.817	0.000	0.246	Valid
X1.2	0.763	0.000	0.246	Valid
X1.3	0.942	0.000	0.246	Valid
X1.4	0,935	0,000	0.246	Valid
Promosi Jabatan ( $X_2$ )				
X2.1	0.784	0.000	0.246	Valid
X2.2	0.776	0.000	0.246	Valid
X2.3	0.818	0.000	0.246	Valid
X2.4	0.901	0.000	0.246	Valid
X2.5	0.829	0.000	0.246	Valid
Kepuasan Kerja Karyawan (Y)				
Y.1	0,812	0.000	0.246	Valid
Y.2	0,861	0.000	0.246	Valid
Y.3	0,857	0.000	0.246	Valid
Y.4	0,793	0.000	0.246	Valid
Y.5	0,837	0.000	0.246	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data

2) Hasil Uji Reliabilitas

Apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60 maka hasil yang diperoleh dapat dikatakan handal. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program *SPSS versionon 23 For Windows*, didapat perhitungan

masing-masing variabel nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60. Maka semua instrumen sudah *reliable* dan penelitian dapat dilanjutkan. Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen dengan *AlphaCronbach*

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Ket.
Kompensasi ( $X_1$ )	0.891	0,60	Reliabel
Promosi Jabatan ( $X_2$ )	0.902	0,60	Reliabel
Kepuasan Kerja Karyawan (Y)	0,887	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji normalitas terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil SPSS Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.01372614
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.076
	Negative	-.092
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,173. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

### 2) Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil SPSS Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	Nilai VIF
Kompensasi	0,256	4,437
Promosi Jabatan	0,256	4,437

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pada Tabel 5 menunjukkan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

### 3) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil SPSS Pengujian Gejala Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,305	0,573		0,976	0,352
Kompensasi	-0,057	0,068	-0,244	-0,838	0,470
Promosi Jabatan	0,061	0,054	0,326	1,130	0,326

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi dari variabel Kompensasi ( $X_1$ ) dan Promosi Jabatan( $X_2$ ), sehingga

model regresi ini layak untuk digunakan.

### Hasil Analisis Data

Hasil analisis data menggunakan software *SPSS for Windows Version 23.00* dibuatkan rekapitulasi, seperti terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi hasil Analisis dengan Program *SPSS for Windows Version 23.00*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,657	0,926		3.949	.000
Kompensasi	0,418	0,124	0,428	3.371	.000
Promosi Jabatan	0,475	0,093	0,537	5.108	.000
R	0,941				
R <sup>2</sup> (R Square)	0,885				

Sumber: Hasil Pengolahan Data

- 1) Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 7, maka persamaan regresi linier berganda akan menjadi:

$$Y = 3,657 + 0,418 X_1 + 0,475 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dijelaskan bahwa:

$a = 3,657$ , artinya apabila tidak ada perhatian terhadap kompensasi ( $X_1$ ) dan promosi jabatan ( $X_2$ ), maka besarnya kepuasan kerja karyawan (Y) adalah 3,657 satuan.

$b_1 = 0,418$ , artinya apabila promosi jabatan ( $X_2$ ) dianggap, maka meningkatnya kompensasi ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan

kerja karyawan (Y) sebesar 0,418 satuan. Ini berarti kompensasi searah dengan kepuasan kerja karyawan. Dengan demikian kompensasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan.

$b_2 = 0,475$ , artinya apabila kompensasi ( $X_1$ ) dianggap konstan, maka meningkatnya promosi jabatan ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan kerja karyawan (Y) sebesar 0,475. Ini berarti promosi jabatan searah dengan kepuasan kerja karyawan. Dengan demikian promosi jabatan

berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan.

2) Hasil Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan Tabel 6 didapat hasil koefisien korelasi berganda ( $R$ ) sebesar 0,941. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi bahwa koefisien korelasi berganda sebesar 0,941 terletak diantara 0,900 dengan 1,000 yang berarti korelasi adalah sangat kuat. Dengan demikian kompensasi dan promosi jabatan memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan kerja karyawan.

3) Analisis Determinasi

Berdasarkan Tabel 6 didapat hasil koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,885. Ini berarti besarnya variasi hubungan antara kompensasi dan promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 85,5%, sedangkan sisanya 14,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar kompensasi dan promosi jabatan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4) Hasil Uji  $t$  ( $t$ -test)

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a) Pengaruh Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai signifikansi  $t$  untuk  $X_1$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

b) Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh nilai signifikansi  $t$  untuk  $X_2$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa promosi

jabatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan

## Pembahasan

1) Pengaruh Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.

Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, hal ini diketahui dari nilai koefisien  $B_1$  ( $X_1$ ) adalah positif dan nilai signifikansi  $t$  ( $X_1$ )  $< 0,05$ . Dengan demikian hipotesis ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan “diterima”. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Netra (2007), Malik *et al.* (2012), Onsardi *et al.* (2015) dan Susila (2016).

2) Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.

Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa promosi jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, hal ini diketahui dari nilai koefisien  $B_2$  ( $X_2$ ) adalah positif dan nilai signifikansi  $t$  ( $X_2$ )  $< 0,05$ . Dengan demikian hipotesis ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa promosi jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan “diterima”. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Netra (2007), Onsardi *et al.* (2015) dan Susila (2016).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1) Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja

Karyawan pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.

- 2) Promosi Jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Permata Jaga Karya, Denpasar.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah dibuat maka saran-saran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Perusahaan melalui pimpinan lebih bisa memperhatikan pemberian kompensasi yang diberikan kepada karyawan
- 2) Perusahaan melalui pimpinan harus lebih sering mengadakan pertemuan secara rutin dan berkala.

### DAFTAR PUSTAKA

- Engko dan Gundono, 2012. Pengaruh Kompleksitas Tugas, Kompensasi dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Auditor di Jogjakarta. *Jurnal JAAI*, 11 (2).
- Gardjito, 2014. Pengaruh Motivasi, Kompensasi, dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Gagian Produksi PT Karmand Mitra Andalan Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13.
- Ghozali, I., 2015. *Pengantar Statistik Untuk Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Handoko T. H., 2010. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE. Yogyakarta.
- Hasibuan, M.S.P., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kelima. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Heidjrahman, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Mandar Maju. Bandung.
- Indra, 2014. Pengaruh Gaya Kepmimpinan, Kompensasi dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Baja Santoso Surabaya. *Jurnal The Winners*. 12 (1): 0802-0200.
- Malik, M.E., Danish, R.Q. and Munir, Y., 2012. The Impact of Pay and Promotion on Job Satisfaction: Evidence from Higher Education Institutes of Pakistan. *American Journal of Economics*, Special Issue: 6-9.
- Manullang, 2010. *Manajemen Personalia*. Universitas Gajahmada. Jogjakarta.
- Martoyo, 2012. *Manajemen Personalia*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Masrukhin dan Waridin, 2013. Pengaruh Kompensasi dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kota Malang. *Jurnal ekonomi dan Bisnis*. 7 (2).
- Namawi. H., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Penerbit UGM. Yogyakarta.
- Nitisemito, A.S., 2010. *Manajemen Personalia*. Dhalia Indonesia. Jakarta.
- Onsardi, Asmawi, M. dan Abdullah, T., 2017. The Effect Of Compensation, Empowerment, And Job Satisfaction On Employee Loyalty. *International Journal of Scientific Research and Management*. 5 (12): 7590-7599.
- Salisu, J.B., Chinyio, E. dan Suresh, S., 2015. The Impact of Compensation on The Job Satisfaction of Public Sector Construction Workers of Jigawa State of Nigeria. *The Business and Management Review*, 6 (4): 282-296.

- Santoso, S., 2015. *Panduan Lengkap mengenai SPSS 23.0*. PT. Elex Media. Jakarta.
- Sedarmayanti, 2012. *Sumberdaya Manusia dan Produktivitas Kerja*. CV. Maju Bandung.
- Siagan, S.P., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Subagyo, 2009. *Panduan Lengkap Mengenai SPSS*. PT. Elex Media. Jakarta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sutarto, 2011. *Dasar – Dasar Manajemen*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Tohardi, A., 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Mandar Maju. Bandung.
- Verawati, Y. and Widyawati, S.R., 2017. Pengaruh Faktor Finansial, Faktor Sosial, dan Faktor Psikologis Terhadap Kinerja Karyawan pada LPD Kesiman Denpasar. *Jurnal Bakti Saraswati*. 6 (1): 29 – 34.
- Warmana, G.O. and Widnyana, I.W., 2018. Pengaruh Modal Sosial Terhadap Kinerja Usaha Pada UD. Udiana Ds. Celuk, Gianyar Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 13 (1).
- Widnyana, I.W. and Widyawati, S.R., 2018. Arsitektur Keuangan, Kompensasi Direksi dan Nilai Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen (JUIMA)*. 8 (2): 49 – 56.

# PEMASARAN DIGITAL BERBASIS *INFLUENCER*, PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK KE DESTINASI WISATA DI NUSA PENIDA

Ni Nyoman Menuh<sup>1)</sup>, Ni Made Nia Kristyarini<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> STIMI Handayani Denpasar

Email: nyomanmenuh61@gmail.com

**Abstract:** *Influencer is one of the factor in the success of digital marketing through social media in Indonesia. It happens because of the high number of people who use social media and their tendency to be influenced by influencers. There is many managers who use this strategy to attract domestic tourists and Nusa Penida is one of the tourist destinations that are often uploaded by influencers. This study aims to determine and analyze the effect of influencer-based digital marketing on the domestic tourist motivation to travel to the tourist destinations in Nusa Penida. The type of data is quantitative with primary data sources. Data is collected by filling out the questionnaires, then being analyzed using quantitative descriptive analysis, includes validity test, reliability test, classic assumption test, simple linear regression test, correlation test, coefficient of determination test and hypothesis test (t-test). The results indicate there is a significant impact on the tourist motivation to travel to the tourist destinations in Nusa Penida after the existence of influencer-based digital marketing.*

**Keyword:** *Digital Marketing, Influencer, Tourist Motivation to Travel*

## PENDAHULUAN

Salah satu hal yang paling penting dalam dunia bisnis adalah pemasaran. Menurut Kotler (2010) pemasaran (*marketing*) merupakan proses di mana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan, sehingga dapat mendapatkan nilai / umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit dan ekuitas pelanggan. Variabel-variabel di dalam pemasaran yang digunakan untuk memenuhi target penjualan disebut dengan istilah *marketing mix*. Dalam dunia pariwisata, *marketing mix* mencakup 7 unsur yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu: *product, price, place, promotion, physical evidence, process* dan *people*.

Di era digital seperti saat ini, teknologi memiliki peran yang sangat

penting dalam pemasaran. Teknologi dalam dunia pemasaran tidak bisa dipisahkan dengan media massa. Media massa yang pada awalnya hanya menggunakan media cetak dan media elektronik, kini bertambah dengan hadirnya media yang marak digunakan oleh masyarakat yaitu media *online*. Semua media massa tersebut memiliki fungsi yang sama dalam menyebarkan informasi kepada khalayak umum guna mendukung kegiatan pemasaran. Media massa tersebut terdiri dari koran, majalah, buku, radio, televisi, internet dan lain-lain.

Internet merupakan media massa yang sangat memudahkan penyebaran informasi ke seluruh penjuru dunia dalam waktu yang sangat cepat. Proses pertukaran informasi yang cepat dan instan ini merubah pola perilaku konsumen era moderen dengan lebih mengandalkan situs media sosial untuk mendapatkan informasi

dan *review* dari produk atau jasa yang diinginkan. Menurut Tetra Pax Index tahun 2017 (dalam Hariyanti dan Alexander, 2018:137), ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Hampir setengahnya adalah pengguna media sosial, atau berkisar di angka 40%, dimana angka ini mengalami kenaikan dari tahun 2016 dimana kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui perangkat mobile pribadi berada di angka 39%.

Salah satu faktor yang mendasari keberhasilan pemasaran melalui media sosial adalah dengan menggunakan *influencer marketing*. *Influencer marketing* adalah sebuah metode dengan menunjuk orang atau figur yang dianggap memiliki pengaruh diantara masyarakat atau segmen target konsumen yang akan dituju dan dirasa dapat menjadi sasaran promosi dari merek tersebut (Hariyanti & Alexander: 2018). Sang *Influencer* memerankan peran sebagai pembeli atau pengguna suatu produk atau jasa yang mampu merepresentasikan tentang hal-hal positif yang dimiliki oleh produk atau jasa sehingga dapat meningkatkan tingkat penjualan dari merek produk atau jasa tersebut. Menurut Hariyanti dan Alexander (2018), peran dari *influncer* ini adalah sebagai salah satu strategi pemasaran digital di era moderen.

Penggunaan *influencer marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran kini banyak digunakan oleh pengelola objek wisata. Pengelola objek wisata ini kebanyakan menggunakan media sosial seperti *Facebook* ataupun *Instagram* untuk menarik lebih banyak pengunjung. Mengingat bahwa menarik wisatawan di

dunia maya bukanlah perkara yang mudah, maka biasanya pengelola objek wisata menggunakan *influencer* yang notabene memiliki banyak *follower* untuk mempromosikan suatu objek wisata dengan cara memberikan testimoni pengalaman yang menarik ketika sedang berwisata. Testimoni tersebut biasanya diikuti dengan postingan foto-foto yang menunjukkan keindahan objek wisata tersebut. *Influencer* ini ada yang dengan sukarela mempromosikan objek wisata kepada *follower*-nya dan ada juga *influencer* yang menerima imbalan atas jasanya tersebut.

Nusa Penida merupakan salah satu pulau kecil yang termasuk dalam wilayah provinsi Bali. Pulau Nusa Penida merupakan wilayah yang masuk dalam kabupaten Klungkung, Bali. Pantai-pantai nan cantik dengan pemandangan yang indah dapat dengan mudah ditemukan di pulau ini. Keindahan alam Nusa Penida sudah diakui oleh banyak orang yang telah berkunjung kesana, baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Diantara orang-orang tersebut, banyak diantaranya merupakan orang-orang yang berpengaruh di dunia maya karena memiliki ribuan pengikut atau *follower*.

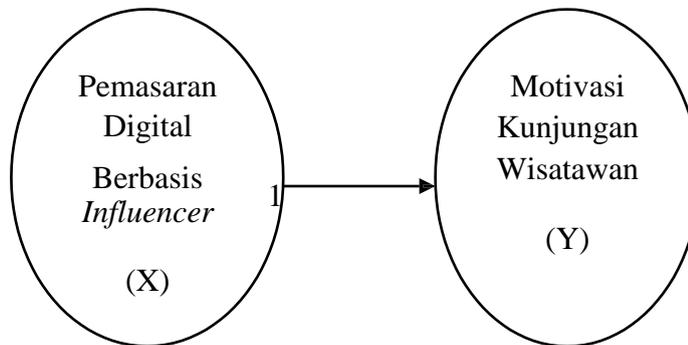
Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penulis hendak meneliti apakah pemasaran digital berbasis *influencer* berpengaruh terhadap motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran digital berbasis *influencer* terhadap motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis yaitu terdapat

pengaruh yang signifikan pada motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida setelah adanya pemasaran digital berbasis *Influencer*.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan dalam sebuah bagan seperti berikut ini



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

*Influencer marketing* adalah sebuah metode dengan menunjuk orang atau figur yang dianggap memiliki pengaruh di antara masyarakat atau segmen target konsumen yang akan dituju dan dirasa dapat menjadi sasaran promosi dari merek tersebut (Hariyanti & Alexander, 2018: 137). Menurut Ewers (2017:5), tanggapan konsumen terhadap *influencer marketing* antara lain: *Message Credibility* (Kredibilitas Pesan), *Brand Attitude* (Sikap terhadap Merek), dan *Purchase intention* (Minat Beli).

Motivasi kunjungan wisatawan adalah suatu keadaan dalam diri yang mendorong keinginan seorang individu untuk melakukan kunjungan wisata (Handoko, 2001:225). Menurut Ryan (dalam Pitana, 2005), motivasi kunjungan wisatawan antara lain: *Escape, Relaxation, Play, Prestige, Social Interaction, Romance, Educational Opportunity, Self Fulfilment*, dan *Wish Fulfilment*.

## METODE PENELITIAN

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemasaran digital berbasis *influencer* dan motivasi kunjungan wisatawan. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah calon wisatawan domestik, khususnya yang memiliki motivasi untuk berkunjung ke destinasi wisata di Nusa Penida.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif dalam pengambilannya. Selain itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data langsung yang diperoleh oleh peneliti di lapangan atau dengan kata lain disebut sebagai sumber data primer. Data primer ini didapat langsung oleh peneliti dari responden-responden yang telah mengisi kuesioner online.

Wilayah generalisasi atau populasi dalam penelitian ini adalah calon-calon wisatawan domestik yang berkeinginan untuk mengunjungi destinasi wisata di Nusa Penida. Selanjutnya, pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan pendekatan *simple random*

*sampling*. Penggunaan tehnik *sampling* ini dilakukan agar seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Adapun ukuran sampel yang digunakan mengikuti aturan rumus Hair dkk (2010:176), sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Jadi, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 19 *item* sebagai parameter dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah 19 *item* dikali 7 sehingga didapatkan hasil sebesar 133 atau dibulatkan menjadi 150 responden.

Untuk memperoleh berbagai data dan informasi yang menjadi acuan dan landasan teori dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan studi kepustakaan dengan cara membaca, mempelajari, menelaah, dan mengkaji berbagai literatur yang ada, baik itu yang berupa buku, jurnal, dan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan masalah yang diteliti. Selain itu, kuesioner juga digunakan oleh peneliti sebagai tehnik pengumpulan data, yang mana kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada responden-responden.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan bantuan aplikasi komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* versi 24.0. Adapun definisi dari penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2018:19). Tehnik analisis ini meliputi: uji prasyarat instrumen penelitian (berupa uji validitas dan uji reabilitas). Uji asumsi klasik (berupa uji normalitas, uji linearitas, dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis (*t-test*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan tabulasi data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, selanjutnya peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan aplikasi komputer yaitu IBM SPSS *Statistics* versi 24.0 sehingga diperoleh hasil penelitian beserta pembahasan yang disajikan dalam tabel-tabel sebagai berikut.

Uji validitas

Tabel 1. Uji Validitas Instrumen Pemasaran Digital Berbasis *Influencer*

	Korelasi (r)
X.Q1	0.605
X.Q2	0.640
X.Q3	0.588
X.Q4	0.700
X.Q5	0.765
X.Q6	0.549
X.Q7	0.678
X.Q8	0.713
X.Q9	0.699

Sumber: Data diolah

Pada tabel uji validitas terhadap instrumen pemasaran digital berbasis influencer, didapat nilai korelasi (r) pada masing-masing pertanyaan 1 hingga 9 yang

lebih besar dari 0,30, maka dapat dipastikan bahwa setiap butir pertanyaan tersebut telah memenuhi standar validitas.

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen Motivasi Kunjungan Wisatawan Domestik ke Destinasi Wisata di Nusa Penida

	Korelasi (r)
Y.Q1	0.712
Y.Q2	0.702
Y.Q3	0.762
Y.Q4	0.655
Y.Q5	0.731
Y.Q6	0.637
Y.Q7	0.555
Y.Q8	0.599
Y.Q9	0.630
Y.Q10	0.613

Sumber: Data diolah

Pada tabel uji validitas terhadap instrumen motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida, terdapat 10 butir soal yang mana nilai korelasi dari masing-masing

pertanyaan lebih besar dari 0,30, sehingga dapat dikatakan pertanyaan-pertanyaan tersebut telah memenuhi standar validitas.

Uji reabilitas

Tabel 3. Tabel *Reliability Statistics* Instrumen Pemasaran Digital Berbasis *Influencer*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.838	9

Sumber: Data diolah

Tabel 4. Tabel *Item-Total Statistics* Instrumen Pemasaran Digital Berbasis *Influencer*

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X.Q1	29.4067	26.766	0.492	0.827
X.Q2	29.8733	25.360	0.505	0.827
X.Q3	29.6333	26.475	0.458	0.831
X.Q4	29.7600	25.204	0.594	0.816
X.Q5	30.4800	24.238	0.672	0.806
X.Q6	30.5000	27.326	0.427	0.833
X.Q7	30.1733	25.809	0.575	0.818
X.Q8	30.0067	25.282	0.615	0.814
X.Q9	29.9800	25.698	0.603	0.816

Sumber: Data diolah

Jika dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 3, lalu dibandingkan dengan dengan nilai minimal *Cronbach's Alpha* yaitu 0,6 akan menghasilkan nilai yang lebih besar sehingga dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut bersifat reliabel. Sedangkan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa *Cronbach's*

*Alpha* pada masing-masing pertanyaan instrumen pemasaran digital berbasis *influencer* memiliki nilai yang lebih besar dari  $r_{tabel}$ , yang mana nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,159, sehingga juga dapat dikatakan reliabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pertanyaan tersebut bersifat reliabel.

Tabel 5. Tabel *Reliability Statistics* Instrumen Motivasi Kunjungan Wisatawan

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.852	10

Sumber: Data diolah

Tabel 6. Tabel *Item-Total Statistics* Instrumen Motivasi Kunjungan Wisatawan

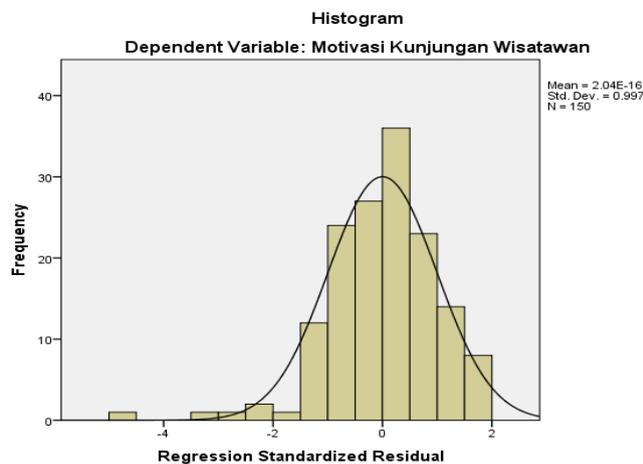
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Y.Q1	33.2667	38.089	0.605	0.834
Y.Q2	32.8267	40.332	0.620	0.833
Y.Q3	33.2533	39.372	0.691	0.827
Y.Q4	32.8067	41.607	0.573	0.838
Y.Q5	33.2667	38.881	0.644	0.830
Y.Q6	33.6867	40.405	0.529	0.841
Y.Q7	34.2933	40.893	0.414	0.853
Y.Q8	33.2933	41.658	0.496	0.843
Y.Q9	33.0733	40.753	0.525	0.841
Y.Q10	33.2333	41.039	0.505	0.843

Sumber: Data diolah

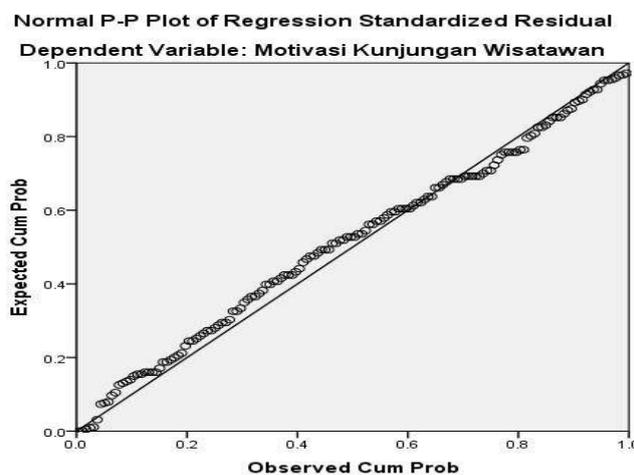
Jika dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 5, lalu dibandingkan dengan dengan nilai minimal *Cronbach's Alpha* yaitu 0,6 akan menghasilkan nilai yang lebih besar sehingga dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut bersifat reliabel. Sedangkan pada Tabel 6

menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* pada masing-masing pertanyaan motivasi kunjungan wisatawan memiliki nilai yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{tabel} = 0,159$ ) sehingga juga dapat dikatakan reliabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tiap butir pertanyaan tersebut bersifat reliabel.

Uji asumsi klasik  
 Hasil uji normalitas



Gambar 2. Histogram Motivasi Kunjungan Wisatawan Domestik ke Destinasi Wisata di Nusa Penida



Gambar 3. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Berdasarkan Gambar 2 dan Gambar 3, dapat dilihat bahwa histogram memberikan pola distribusi yang normal dan pada grafik *Normal Plot* terlihat titik-titik yang

menyebar disekitar garis diagonal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwamodel regresi tidak menyalahi asumsi normalitas.

Uji linearitas

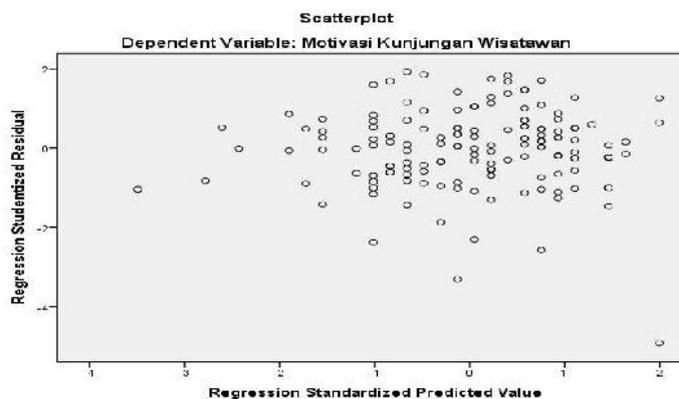
Tabel 7. Anova Table  
ANOVA Table

			<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Motivasi Kunjungan Wisatawan *	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	1700.188	24	70.841	1.583	0.055
		<i>Linearity</i>	875.426	1	875.426	19.562	0.000
		<i>Deviation from Linearity</i>	824.763	23	35.859	0.801	0.724
Influencer Marketing	<i>Within Groups</i>		5593.812	125	44.750		
		<i>Total</i>	7294.000	149			

Sumber: Data diolah

Uji linearitas dapat dilihat pada gambar 4, yang mana dalam gambar tersebut terlihat bahwa sebaran data tidak menunjukkan pola tertentu sehingga dapat dikatakan asumsi linearitas memenuhi syarat. Selain itu, uji linearitas juga dapat dilihat dari tabel anova pada Tabel 7. Dalam a. Uji heterokedastisitas

tabel tersebut, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,724 yang berarti nilainya lebih besar dari 0,05, sehingga antara pemasaran digital berbasis *influencer* dengan motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida mempunyai hubungan yang linear.



Gambar 4. Scatterplot Motivasi Kunjungan Wisatawan Domestik ke Destinasi Wisata di Nusa Penida

Uji Heterokedastisitas terlihat pada Gambar 4 di atas, dimana tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara merata baik itu di atas maupun di bawah

angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis korelasi dan koefisien determinasi

Tabel 8. Tabel *Model Summary*

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.346 <sup>a</sup>	0.120	0.114	6.58550	2.053

a. *Predictors: (Constant), Influencer Marketing*

b. *Dependent Variable: Motivasi Kunjungan Wisatawan*

Sumber: Data diolah

Tabel *model summary* pada Tabel 8 menampilkan nilai korelasi antara variabel pemasaran digital berbasis *influencer* dengan motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida, yang mana dalam tabel tersebut nilai R adalah 0,346 atau 34,6%. Angka tersebut memberikan interpretasi bahwa antar variabel berkorelasi lemah.

Untuk menemukan nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini, kita juga dapat melihat pada Tabel 8 yang mencantumkan nilai *R Square* sebesar 0.120 atau 12,0%. Artinya, pengaruh pemasaran digital berbasis *influencer* terhadap motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida adalah sebesar 12,0%, sedangkan 88,0% motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis (*t-test*)

Tabel 9. Tabel *Unstandardized Coefficients*

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.548	3.261		6.914			
	<i>Influencer Marketing</i>	0.429	0.095	0.346	4.493	0.000	1.000	1.000

a. *Dependent Variable: Motivasi Kunjungan Wisatawan*

Sumber: Data diolah

Jika kita lihat pada Tabel 9 pada kolom *Unstandardized B* terdapat nilai 22,548 dan 0,429 yang merupakan nilai a dan b pada persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini, sehingga persamaannya menjadi:

$$Y = 22,548 + 0,429X$$

Tanda positif (+) pada persamaan tersebut menunjukkan bahwa terjadi angka peningkatan variabel dependen yaitu motivasi kunjungan wisatawan domestik yang didasarkan pada variabel independen yaitu pemasaran digital berbasis *influencer*.

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *coefficients* (Tabel 9). Pada kolom sig baris kedua terlihat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran digital berbasis *influencer* terhadap motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida atau dengan kata lain  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Untuk uji t, kita dapat melihat  $t_{hitung}$  pada Tabel 9. Nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh dari perhitungan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 24.0 adalah 4,493. Nilai  $t_{tabel}$  dapat ditemukan dengan signifikansi 5% tapi regresi menggunakan dua sisi jadi 5% dibagi 2 sehingga menjadi 0,025. Pada tabel nilai t adalah 1,976 sehingga  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,493 > 1,976$ ). Artinya,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida setelah adanya pemasaran digital berbasis *influencer*.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Nilai korelasi (R) variabel bebas yaitu pemasaran digital berbasis *influencer* dengan variabel terikat yaitu motivasi kunjungan wisatawan domestik ke

destinasi wisata di Nusa Penida adalah 0,346 atau 34,6%. Angka tersebut memberikan interpretasi bahwa antar variabel berkorelasi lemah. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 12,0%, sedangkan sebanyak 88,0% variabel motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Pada uji hipotesis (*t-test*), nilai t adalah 1,976 sehingga  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,493 > 1,976$ ), yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada motivasi kunjungan wisatawan domestik ke destinasi wisata di Nusa Penida setelah adanya pemasaran digital berbasis *influencer*.

### Saran

Berdasarkan simpulan, para pengusaha dalam bidang wisata diharapkan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan strategi pemasaran digital berbasis *influencer* karena cukup efektif dalam meningkatkan motivasi kunjungan wisatawan domestik. Penelitian ini memiliki hasil yang kurang optimal, sehingga bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel bebas lain yang dapat memberi pengaruh yang lebih besar pada motivasi kunjungan wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

Ewers, Nora Lisa. 2017. *Influencer Marketing on Instagram – an analysis of the effects of sponsorship disclosure, product placement, type of influencer and their interplay on consumer responses. Master Thesis, University of Twente Netherlands*

- .
- Hair, J. dkk. 2010. *Multivariate Data Analysis*, 7<sup>th</sup> Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Handoko, H. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Personalia*. UGM. Yogyakarta.
- Hariyanti, Novi Tri, dan Alexander Wirapraja. 2018. Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*. 15: 133-146.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

# PENGEMBANGAN BAHAN BAKU KERAMIK BERPORI UNTUK PENAMBAHAN TARIF PELAYANAN PADA BTIKK TAHUN 2019

**I Nyoman Normal<sup>1)</sup>, Ni Nyoman Nurani<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup>Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik - Badan Pengkajian dan Penerapan  
Teknologi, <sup>2</sup>STIMI Handayani Denpasar  
e-mail: [nyomannormal311@gmail.com](mailto:nyomannormal311@gmail.com), [ninyomannurani1964@gmail.com](mailto:ninyomannurani1964@gmail.com)

**Abstract:** *The aims of this research were to: evaluate the recent ceramic raw material tariff, make the porous ceramic raw material alternative, select the porous ceramic raw material alternative, and propose the best porous ceramic raw material tariff with its financial variable as a new tariff. The research results shew that : the ceramic raw material service tariff according to Govermental Regulation Number 51 year 2018 is not enaough, because it followed by two tariff, that is : Rp 4.500,-each kg (white ceramic) and Rp 4.200,- each kg (stoneware ceramic), so the demand about glazur, castle mass, porous ceramic raw material, and others are nothing in the tariff. The development of porous ceramic raw material have been done by BTIKK which produce many compositon, that is : darkam-1 (75% Darmasaba clay : 25% husk), darkam-2 (70% Darmasaba clay : 30% husk), darkam-3 (65% Darmasaba clay : 35% husk), and darkam-4 (60% Darmasaba clay : 40% husk). The porous ceramic raw material with darkam-2 composition have been proposed as service addition to increase non tax revenue for BTIKK, because it closer to the requirements of raw material standard, it has been made water filter pot, it use Bali local raw material, and it result the economies cost of good manufactured. The financial variable of darkam-2 porous ceramic raw material followed by : cost of good manufactured Rp 3.858,73, cost price Rp 4.244,60, and operating profit margin Rp 308,70 each kg.*

**Keywords:** *development, porous ceramics material, tariff, financial variable.*

## **PENDAHULUAN**

Sektor industri memegang peranan penting dalam perkembangan ekonomi karena perusahaan industri (pabrik) ini menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, serta dapat menyerap tenaga kerja yang banyak dan meningkatkan taraf hidup masyarakat (Normal, 2016). Perusahaan industri (pabrik) merupakan perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian barang jadi tersebut dijual kepada masyarakat yang membutuhkan. Perusahaan manufaktur di Indonesia merupakan penopang utama perkembangan

industri (Rolita, 2014). Peningkatan laju pertumbuhan manufaktur dikarenakan adanya konsumsi domestik yang meningkat tajam dalam beberapa tahun terakhir (Maryam, 2013). Oleh karena itu, sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik (Purwanto, dkk, 2012).

Pengolahan bahan baku menjadi barang dalam proses dan akhirnya menjadi produk jadi disebut dengan proses produksi. Proses produksi membutuhkan teknik atau cara berproduksi yang tepat

sehingga menghasilkan keluaran yang baik. Cara atau teknik berproduksi yang tepat inilah yang sering disebut teknologi. Masukan yang baik, proses produksi dan orang yang kompeten, cenderung menghasilkan keluaran yang memenuhi standar (Gumi, dkk, 2016).

Pembentukan bahan baku siap bentuk merupakan salah satu tahap (bagian) proses produksi benda keramik setelah tahap pendesainan (Gumi dan Normal, 2015). Pelayanan bahan baku siap bentuk telah dilakukan sejak dulu dengan menciptakan komposisi yang memenuhi syarat uji laboratorium sebagai bahan baku siap bentuk (*stoneware*) yang disyaratkan oleh ASTM atau SNI. Banyak komposisi yang telah dihasilkan, salah satunya adalah komposisi BL-1 yang menjadi unggulan dari bidang material serta sudah diterapkan untuk UKM keramik di Bali. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan bahan baku siap bentuk BL-1 terdiri dari 7 (tujuh) jenis, yaitu: lempung Kalimantan 40,00%, kuarsa 20,00 %, kaolin 13,50%, feldspar RRT 13,50%, ballclay 10,00%, talk 2,00%, dan bentonite 1,00%.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 tahun 2018 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, point XI (Jasa Teknologi Industri Kreatif Keramik), bagian B.1 (Pelayanan bahan baku keramik putih) ditetapkan tarifnya sebesar Rp 4.500,- per kg dan bagian B.2 (Pelayanan bahan baku keramik stoneware) ditetapkan tarifnya sebesar Rp 4.200,- per kg. Tarif pelayanan bahan baku keramik tersebut sesungguhnya belum mencerminkan kondisi senyatanya saat ini, karena telah terjadinya kenaikan

masukan biaya produksi yang cepat yang belum tercermin pada tarif tersebut. Demikian juga, jenis pelayanan bahan baku yang dibuat masih minim, belum mengakomodasi kebutuhan masyarakat khususnya UMKM keramik yang ada di Bali. Hal ini terbukti belum dibuatnya tarif pelayanan bahan baku keramik gerabah (keramik berpori), massa glasir, massa cor, dan bentuk bahan baku keramik lainnya.

Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK) sebagai salah satu lembaga pemerintah nonkementerian yang tugas pokoknya dibidang penelitian & pengembangan, pengkajian & perekayasaan dan pelayanan jasa teknologi keramik dan porselin, pada tahun 2019 telah melakukan penelitian bahan baku siap bentuk berupa bahan keramik berpori berbahan baku lempung Darmasaba dan sekam. Bahan ini disiapkan sebagai salah satu alternatif pengembangan jasa pelayanan bahan baku keramik siap bentuk untuk IKM keramik di Bali. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan bahan keramik berpori berbahan baku lempung Darmasaba dan sekam dalam beberapa komposisi, yaitu (1) clay Darmasaba : sekam = 60% : 40%; (2) clay Darmasaba : sekam = 65% : 35%; clay Darmasaba : sekam = 70% : 30%; dan clay Darmasaba : sekam = 75% : 25%.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menghitung harga pokok produksi bahan keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan sekam pada empat komposisi; (2) Menetapkan harga jual (tarif) bahan keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan sekam pada empat komposisi; (3) Mengevaluasi efisiensi harga jual (tarif) yang layak diterapkan; dan (4) Mengajukan usulan pengembangan jasa teknologi bahan

keramik siap bentuk untuk meningkatkan PNBP.

## KAJIAN LITERATUR

Bahan adalah barang yang akan diproses atau diolah menjadi produk selesai (Supriyono, 2014). Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang telah digunakan untuk menghasilkan suatu produk jadi tertentu (Rudianto, 2013). Persediaan barang dalam proses adalah bahan baku yang telah diproses untuk diubah menjadi barang jadi, tetapi sampai pada tanggal neraca belum selesai proses produksinya (Rudianto, 2013). Apabila perusahaan menggunakan metode harga pokok proses, terhadap harga pokok produk dalam proses pada akhir periode, didebit rekening Persediaan Produk Dalam Proses, dan dikredit setiap rekening Barang Dalam Proses sesuai dengan biaya yang dinikmati oleh produk dalam proses akhir.

Ada tiga unsur utama di dalam biaya suatu produk, yaitu: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (variabel dan tetap). Fungsi produksi adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual (Supriyono, 2014). Biaya produksi ditambah persediaan barang dalam proses awal dikurangi persediaan barang dalam proses akhir disebut dengan harga pokok produksi.

Cara penetapan harga dan penanganan masalah harga jual yang digunakan oleh perusahaan memiliki

banyak cara. Dalam perusahaan kecil, harga sering ditetapkan oleh manajemen teras, bukan oleh bagian pemasaran atau bagian penjualan. Sementara itu pada perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk (Ahmad, 2013). Pada abad ke-20, tarif diatur oleh Komisi Tarif berdasarkan kerangka acuan yang diperoleh dari pemerintah setempat dan studi *suo motu* struktur industry ([https://id.wikipedia.org/w/index.php?Title= Tarif&oldid=7100190](https://id.wikipedia.org/w/index.php?Title=Tarif&oldid=7100190)). Pengertian tarif sering kali diartikan sebagai daftar harga (sewa, ongkos dan sebagainya) sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tarif sama dengan harga ([www.maribersama-jk.com/index.php?target=about.us](http://www.maribersama-jk.com/index.php?target=about.us)).

*Cost-plus pricing* merupakan pendekatan penentuan harga berdasarkan perilaku biaya, karena penentuan-penentuan harga *cost-plus* merupakan langkah awal, dalam hal ini dapat mengurangi ketidakpastian dan dapat pula memberikan keterangan dari beberapa hal lainnya, misalnya jika perusahaan dihadapkan dengan pesanan (*order*) di bawah harga target yang telah ditentukan, dengan menghubungkan biaya dan *plus* yang digunakan keputusan-keputusan dapat lebih mudah diambil. Pengertian *cost-plus* adalah biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*markup*) yang ditentukan. *Cost* yang dimaksud disini adalah harga pokok dalam akuntansi manajemen maupun akuntansi biaya. Metode pelaporan *cost* dan laba rugi secara garis besar dibagi dalam dua cara, yaitu: *absorption (full) cost* dan *variable costing (direct costing /contribution approach*/pendekatan kontribusi).

*Earthenware* berasal dari bahasa Inggris *Earthenware* atau tembikar merupakan bahan mentah yang digunakan untuk badan keramik dan cocok untuk pembakaran dengan suhu yang rendah, yaitu sekitar 1.000°C – 1.200°C (Alexander, Brian, 2001:40). Suhu rendah digunakan untuk menghindari badan keramik menjadi bengkok atau bahan meleleh. Sifat-sifatnya: kerapatan badannya rendah, peresapan airnya tinggi kira-kira 10%.

Keramik berpori merupakan keramik yang mempunyai pori-pori dengan distribusi ukuran tertentu dan porositas yang relatif tinggi, secara luas keramik berpori insulasi termal dan sebagai bahan bangunan. Material yang biasa digunakan sebagai bahan baku keramik berpori adalah lempung dan senyawa oksida seperti alumina (Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>), silika (SiO<sub>2</sub>), titania (TiO<sub>2</sub>), dan zirkonia (ZrO<sub>2</sub>) (<file:///F:/1.Baru/18.WP%202.2,%20Keramik%20Berpori/2.Kerpor%202.pdf>, diunduh tanggal 27 Maret 2019). Zeolit merupakan batuan atau mineral alam yang secara kimiawi termasuk golongan mineral silika dan dinyatakan sebagai alumina silika terhidrasi berbentuk halus dan merupakan hasil produk sekunder yang stabil pada kondisi permukaan karena berasal dari proses sedimentasi, pelapukan maupun aktivasi hidrotermal. Selain tanah liat dan zeolit yang digunakan untuk membuat keramik berpori adalah tempurung kelapa yang digunakan sebagai zat aditifnya. Tempurung kelapa sebagai bahan baku alternatif ditunjukkan dengan jumlahnya yang banyak didapati di daerah Sumatera Utara. Tempurung kelapa mengandung silikat 21-26%, lignin 35-45%, dan selulosa 23-43%, disamping komponen komponen ini terdapat komponen lain antara lain: CaO, MgO, Al<sub>2</sub>O<sub>3</sub>, dan NaO. Tempurung

kelapa merupakan bahan terbaik yang dapat dibuat menjadi karbon aktif karena karbon aktif yang terbuat dari tempurung kelapa memiliki mikropori yang banyak, kadar abu yang rendah, kelarutan dalam air yang tinggi dan reaktivitas yang tinggi, sehingga dari komposisi tempurung kelapa tersebut dapat digunakan sebagai salah satu bahan baku pembuatan keramik berpori (Pambayun dkk, 2013 dalam <file:///F:/1.Baru/18.WP%202.2,%20Keramik%20Berpori/2.Kerpor%202.pdf> (diunduh tanggal 27 Maret 2019)).

Pada umumnya penggunaan keramik berpori dengan ukuran pori sekitar 10-800 µm sebagai filter, sedangkan keramik dengan ukuran pori hingga 0,1 nm sebagai membran menggunakan material dengan kandungan alumina yang tinggi karena 2 alumina mempunyai keunggulan pada kekuatan, kekerasan dan ketahanan terhadap tekanan, panas, maupun bahan kimia. Penyiapan pembuatan keramik berpori yang sering dilakukan adalah dengan *slip casting*, *dry pressing* dan *extrusion forming*. Kebanyakan industri menggunakan metode ekstrusi dalam pembuatan produknya, sedangkan metode *slip casting* dan *dry pressing* kebanyakan dilakukan di skala laboratorium saja.

Setiap perusahaan pada saat ini sangat memperhatikan hasil laporan keuangan perusahaannya, karena dengan laporan keuangan yang baik dan bisa menghasilkan laba maksimal yang akan dapat menarik investor bergabung untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Agustina, Riska, dkk, 2014:1173). Rasio keuangan adalah petunjuk yang menuntun manajemen sebuah perusahaan menetapkan berbagai *target* serta standar. Rasio keuangan sangat

membantu para manajer keuangan dalam menetapkan strategi jangka panjang yang menguntungkan serta dalam membuat keputusan jangka pendek yang efektif (Wiagustini, 2014:84).

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan (<http://id.Wikipedia.org/w/index.php?title=Profitabilitas&oldid=4882630>). Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri (Astuti, 2015). Rentabilitas rasio sering disebut profitabilitas usaha (Kasmir, 2014:234). Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha dan profitabilitas yang dicapai oleh bank yang bersangkutan. Faktor rentabilitas penting dikaji sebagai indikator efisiensi koperasi (Yasa, 2014:32).

Laba perusahaan akan menjadi acuan dalam pembayaran dividennya (Kherismawati, dkk, 2016:134). Besarnya tingkat laba akan mempengaruhi besarnya tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham (Idawati, dkk, 2014). Beberapa ukuran profitabilitas, yaitu margin laba kotor, margin laba operasi, dan margin laba bersih. Profitabilitas juga dapat dihitung dengan konsep *Return on Assets (ROA)* yaitu perbandingan laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Indrayani, K. C., *et.al*, 2013:97). Penelitian yang dilakukan oleh Mahanavami (2013:27) menghasilkan bahwa variabel *net interest margin (NIM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return on assets (ROA)*, sedangkan variabel

biaya operasi per pendapatan operasi (BOPO) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *return on assets (ROA)*.

Penelitian terdahulu terkait pelayanan bahan baku keramik yang pernah dilakukan adalah: (1) Gumi & Normal (2017), meneliti tentang penyesuaian tarif jasa pelayanan bahan baku keramik BL-1 dan K-5 berbasis elemen biaya tahun 2017 pada Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik, menghasilkan: tarif pelayanan bahan baku keramik putih siap bentuk BL-1 dan K-5 yang seharusnya adalah Rp 5.993,95 per kg untuk BL-1 dan Rp 3.802,28 per kg untuk K-5. Tarif pelayanan bahan baku keramik menurut PP No.6 Tahun 2015 lebih rendah daripada tarif yang seharusnya; (2) Normal & Gumi (2015), meneliti tentang evaluasi tarif jasa pengolahan earthenware bodi warna Darmasaba (BWD) berbasis elemen biaya tahun 2015, menghasilkan: tarif jasa pengolahan bodi warna Darmasaba (BWD) yang seharusnya adalah Rp 1.180,77 per kg. Tarif jasa pengolahan bodi warna Darmasaba (BWD) yang berlaku lebih rendah Rp 480,77 daripada yang seharusnya; dan (3) Normal & Gumi (2017), meneliti tentang: pengembangan jasa pelayanan bahan keramik siap bentuk BPC-1 dalam meningkatkan ekonomisasi biaya produksi, menghasilkan: jumlah bahan baku penyusunnya terdiri dari 5 jenis, harga pokok produksi Rp 3.760,90 per kg, dan harga jualnya adalah Rp 4.889,17 per kg. Harga jual yang berlaku lebih rendah daripada harga jual yang seharusnya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data terdiri dari: (1) data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar. Pada penelitian ini, data kualitatif yang digunakan adalah : sejarah berdirinya BTIKK, aktiva

tetap, struktur organisasi, fungsi pokok BTIKK, uraian tugas, proses pembuatan, dan jenis bahan baku pembuatan massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam (darkam 75:25, 70:30, 65:35, 60:40); 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). Pada penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan adalah : biaya penyusutan aktiva tetap dalam proses produksi, kuantitas bahan, harga bahan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air, biaya tenaga kerja selama proses produksi, komposisi bahan, harga pokok produksi massa bodi keramik berpori “Darkam”, jam mesin, jam tenaga kerja langsung, Upah Minimum Kota Denpasar, beban operasi, dan beban lainnya dalam memproduksi massa bodi keramik berpori “Darkam”.

Sumber data terdiri dari: (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. 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 pemeliharaan, dan jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan bahan dan eathenware darkam 75% : 25%, 70% : 30%, 65% : 35%, 60% : 40%; dan (2) data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti bukan dari hasil pengumpulan dan pengolahan sendiri melainkan dilakukan oleh orang lain atau oleh lembaga tertentu.

Jadi data yang digunakan 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 pembuatan *stoneware* dari Balai Besar Industri Keramik Bandung, 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 obyeknya atau mengganti obyeknya (misalnya : film, video, rekonstruksi, dan lain-lain). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati proses pembentukan dan pencampuran bahan baku; dan (2) wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara lisan antara pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai atau responden (*interviewee*). Pada teknik ini terjadi interaksi yang berhadap-hadapan antara pewawancara dengan responden. Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada bagian pengolahan bahan, bendahara pelayanan teknis, manajer pelayanan teknis, perekayasa, teknisi litkayasa, dan kelompok fungsional tekno-ekonomi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah: (1) identifikasi komposisi bahan baku, harga bahan baku, harga pokok produksi, dan harga jual massa bodi keramik berpori “darkam”; (2) sistem biaya standar dengan metode biaya penuh (*full costing*), yang dikemukakan oleh Mulyadi (2013:50), dengan rumus: Harga pokok produksi = Biaya bahan baku + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya overhead pabrik variabel

+ Biaya overhead pabrik tetap. Harga jual dihitung dengan metode *cost-plus pricing*, dengan rumus : Harga jual = biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*markup*) yang ditentukan. *Cost* yang dimaksud disini adalah biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya tak langsung pabrik (tetap dan variabel); (3) *multiple step*, yang terdiri dari laba kotor, laba operasi, dan laba bersih sebelum pajak. Laba kotor = penjualan – harga pokok penjualan; dan (4) *trend analysis dan laboratory test* digunakan untuk menentukan komposisi massa bodi keramik berpori yang layak diusulkan sebagai tambahan tarif PNB. P.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

#### **1. Massa Bodi Keramik yang sedang Diterapkan**

Massa bodi keramik yang sedang diterapkan dalam menunjang Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) pada BTIKK sampai sekarang adalah yang sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2018 tentang Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, Pasal 1 ayat (1) ponit i bagian IX (Jasa

#### **2. Massa Bodi Keramik Hasil Kajian Tahun 2019**

##### **a) Harga Pokok Produksi**

Massa bodi keramik hasil kajian tahun 2019 adalah massa bodi keramik

Teknologi Industri Kreatif Keramik), Subbagian B (Pelayanan Bahan Baku Keramik Siap Bentuk), komponen 1. (Bahan baku keramik putih) dengan tarif Rp 4.500,- per kg, dan komponen 2. (Bahan baku keramik stoneware) dengan tarif Rp 4.200,- per kg. BTIKK baru mempunyai dua jenis layanan bahan baku siap bentuk, yang terdiri dari : (1) Bahan baku keramik putih yang dijual dengan harga Rp 4.500,- per kg, dan (2) Bahan baku keramik stoneware yang dijual dengan harga Rp 4.200,- per kg. Massa bodi ini diambil dari komposisi BL-1 yang merupakan hasil kajian peneliti bahan di laboratorium BTIKK.

Data ini menunjukkan masih minimnya jenis pelayanan bahan baku keramik yang dimiliki BTIKK dalam memberikan layanan kepada masyarakat yang bergelut dalam perkeramikan. Jenis layanan yang masih memungkinkan diterapkan oleh BTIKK dan seringkali dibuthkan oleh UMKM keramik adalah: massa cor, massa glasir, massa bodi keramik berpori, dan sebagainya.

Berbahan baku clay Darmasaba dan sekam, yang terdiri dari empat komposisi, yaitu : Darkam-1, Darkam-2, Darkam-3 dan Darkam-4 ( Tabel 1)

Tabel 1. Komposisi Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019.

Bahan Baku	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Clay Darma-saba	0,75	0,70	0,65	0,60	
Sekam	0,25	0,30	0,35	0,40	-

Sumber: BTIKK, 2019.

Komposisi Darkam-1 adalah komposisi massa bodi keramik berpori yang menggunakan campuran clay Kalimantan sebesar 75% dan sekam 25%. Komposisi Darkam-2 adalah komposisi massa bodi keramik berpori yang menggunakan campuran clay Kalimantan sebesar 70% dan sekam 30%. Komposisi Darkam-3 adalah komposisi massa bodi keramik berpori yang menggunakan campuran clay Kalimantan sebesar 65% dan sekam 35%. Komposisi Darkam-4

adalah komposisi massa bodi keramik berpori yang menggunakan campuran clay Kalimantan sebesar 60% dan sekam 40%.

Biaya bahan baku dalam memproduksi massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan sistem biaya standar adalah Rp 869,57 untuk Darkam-1, Rp 869,57 untuk Darkam-2, Rp 869,57 untuk Darkam-3, dan Rp 869,57 untuk Darkam-4. Perincian biaya bahan baku tersebut terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Bahan Baku Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Bahan Baku	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Biaya Bahan Baku	760,87	739,13	717,39	695,65	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Biaya tenaga kerja langsung dalam memproduksi massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan sistem biaya standar adalah Rp 1.595,63 untuk Darkam-1, Rp

1.595,63 untuk Darkam-2, Rp 1.595,63 untuk Darkam-3, dan Rp 1.595,63 untuk Darkam-4. Perincian biaya tenaga kerja langsung tersebut terlihat pd Tabel 3.

Tabel 3. Biaya Tenaga Kerja Langsung Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Tenaga Kerja Langsung	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	305,25	305,25	305,25	305,25	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Biaya overhead pabrik variabel dalam memproduksi massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan sistem biaya standar adalah Rp 663,51 untuk Darkam-1, Rp

663,51 untuk Darkam-2, Rp 663,51 untuk Darkam-3, dan Rp 663,51 untuk Darkam-4. Perincian biaya bahan baku tersebut terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Biaya Overhead Pabrik Variabel Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Overhead Pabrik Variabel	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	335,93	335,93	335,93	335,93	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Biaya overhead pabrik tetap dalam memproduksi massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan sistem biaya standar adalah Rp 730,03 untuk Darkam-1, Rp

730,03 untuk Darkam-2, Rp 730,03 untuk Darkam-3, dan Rp 730,03 untuk Darkam-4. Perincian biaya overhead pabrik tetap tersebut terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Biaya Overhead Pabrik Tetap Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Overhead Pabrik Tetap	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Biaya Overhead Pabrik Tetap	2.129,76	2.129,76	2.129,76	2.129,76	

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2019.

Harga pokok produksi massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan sistem biaya standar berbasis biaya penuh (*full-costing*) adalah Rp 3.858,73 per kg untuk Darkam-1, Rp 3.858,73 per kg untuk Darkam-2, Rp 3.858,73 per kg untuk Darkam-3, dan Rp 3.858,73 per kg untuk Darkam-4. Keempat komposisi tersebut menghasilkan harga

pokok produksi yang sama walaupun persentase lempung Darmasaba dan sekam berbeda, karena harga perolehan lempung Darmasaba dan sekam sama, yaitu Rp 1.000,- per kg. Harga pokok produksi akan berbeda kalau harga perolehan bahan bakunya, yaitu lempung Darmasaba dan sekam berbeda. Perincian harga pokok produksi tersebut terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Harga Pokok Produksi Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Harga Pokok Produksi	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Biaya Bahan Baku	760,87	739,13	717,39	695,65	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	305,25	305,25	305,25	305,25	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	335,93	335,93	335,93	335,93	
Biaya Overhead Pabrik Tetap	2.129,76	2.129,76	2.129,76	2.129,76	
<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>3.531,81</b>	<b>3.510,08</b>	<b>3.488,34</b>	<b>3.466,60</b>	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

b).Harga Jual (Tarif)

Penentuan harga jual massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam menggunakan metode *cost-plus pricing* (penetapan harga jual berdasarkan biaya ditambah komponen tertentu). Harga jual (tarif) massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan

menggunakan sistem biaya standar berbasis biaya penuh (*cost-plus pricing*) adalah Rp 4.244,60, per kg untuk Darkam-1, Rp 4.244,60 per kg untuk Darkam-2, Rp 4.244,60 per kg untuk Darkam-3, dan Rp 4.244,60 per kg untuk Darkam-4. Perincian harga jual tersebut terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Harga Jual Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian Harga Jual	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Harga Pokok Produksi	3.531,81	3.510,08	3.488,34	3.466,60	
Marjin Laba	70,64	70,20	69,77	69,33	
Beban Pemasaran	176,59	175,50	174,42	173,33	
Beban Adm. & Umum	105,95	105,30	104,65	104,00	
<b>Harga Jual</b>	<b>3.885,00</b>	<b>3.861,08</b>	<b>3.837,17</b>	<b>3.813,26</b>	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

Harga jual (tarif) massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam adalah Rp 4.244,60 per kg untuk Darkam-1, Darkam-2, Darkam-3, dan Darkam-4, yang terdiri dari harga pokok produksi Rp 3.858,73, marjin laba kotor 77,17, beban pemasaran Rp 192,94, dan beban administrasi & umum Rp, 115,76.

#### c).Profitabilitas

Pengakuan profitabilitas massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam menggunakan

metode *multiple step* (beberapa tahap/istilah laba). Profitabilitas massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam dengan menggunakan *multiple step* (beberapa tahap/istilah laba) adalah (a) laba kotor Rp 385,87 per kg, laba operasi Rp 77,17 per kg, dan laba bersih nihil untuk Darkam-1, Darkam-2, Darkam-3, dan Darkam-4. Perincian profitabilitas tersebut terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Profitabilitas Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Uraian	Komposisi				Ket
	Darkam-1	Darkam-2	Darkam-3	Darkam-4	
Laba					
Harga Jual	3.885,00	3.861,08	3.837,17	3.813,26	
Harga Pokok Produksi	3.531,81	3.510,08	3.488,34	3.466,60	
Laba Kotor	353,18	351,01	348,83	346,66	
Beban Pemasaran	176,59	175,50	174,42	173,33	
Beban Adm. & Umum	105,95	105,30	104,65	104,00	
Laba Operasi	70,64	70,20	60,77	60,33	
Beban Lain-lain	70,64	70,20	60,77	60,33	
<b>Laba Bersih sebelum Pajaaak</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

### 3.Massa Bodi Keramik Berpori Yang Diusulkan untuk Diterapkan

Penentuan massa bodi keramik berpori berbahan baku clay Darmasaba dan Sekam yang diusulkan untuk diterapkan didasarkan

pada beberapa pertimbangan, yaitu : terpenuhinya standar laboratorium bahan sebagai syarat mutlak bahan baku, dapat dibentuk menjadi prototipe keramik penyaring air dengan laju rembes air paling sesuai, ekonomisasi harga pokok produksi

melebihi komposisi yang lain bila harga sekam lebih mahal daripada harga lempung Daramsaba, bahan baku sebagai bahan dasar pembentuknya tersedia secara lokal, dan syarat lain yang berkaitan. Berdasarkan kriteria kelayakan tersebut, maka komposisi Darkam-2 adalah komposisi yang lebih mendekati kriteria dan dapat diusulkan sebagai salah satu alternatif massa bodi keramik pada BTIKK.

Komposisi Darkam-2 dibentuk oleh dua bahan baku dengan perbandingan berat yang berbeda, yaitu clay Darmasaba 70% dan Sekam 30%. Hasil penelitian variabel keuangan massa bodi keramik berpori Darkam-2 pada BTIKK tahun 2019 ditunjukkan pada Tabel 9.

Tabel 9. Variabel Keuangan Massa Bodi Keramik Berpori Berbahan Baku Clay Darmasaba dan Sekam Pada BTIKK Tahun 2019 (Rp)

Komposisi	Variabel Keuangan				Ket
	Harga Jual	Harga Pokok Produksi	Beban Usaha	Laba Bersih sebelum Pajak	
Darkam-2	3.861,08	3.510,08	280,80	0,00	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019.

#### Pembahasan

Bahan baku keramik siap bentuk BL-1 merupakan satu-satunya bahan baku keramik unggulan BTIKK yang didistribusikan untuk membantu IKM keramik di Bali dalam menghadapi permasalahan bahan baku selama ini. Pemasok bahan baku keramik kebanyakan datang dari luar Bali, karena di Bali produsen bahan baku keramik masih sangat langka. Sampai saat ini baru ada beberapa saja pengusaha keramik yang bisa menyediakan kebutuhan bahan baku untuk IKM keramik di Bali, seperti CV

Cemara Keramik. Berdasarkan kebutuhan IKM keramik tersebutlah BTIKK telah mempunyai komposisi yang sudah bisa diterapkan didalam menciptakan produk keramik yang diharapkan memenuhi standar sebagai barang keramik. Komposisi tersebut adalah bahan baku keramik siap pakai BL-1. Komposisi BL-1 ini telah diterapkan hampir puluhan tahun yang lalu, yang tentunya telah mengalami beberapa perubahan, baik dari sisi : kandungan yang terdapat pada bahan baku pembentuknya yang terdapat pada daerah dimana diperolehnya bahan baku tersebut, cara mendapatkannya

sudah semakin sulit, harga bahan yang setiap saat mengalami perubahan, proses analisis fisika dan kimia yang seharusnya lebih intensif, serta perubahan lainnya yang sangat mempengaruhi komposisi bahan baku tersebut.

Namun dari sisi ekonomi khususnya sisi keuangan, komposisi BL-1 menunjukkan kondisi sebagai berikut: (a) Dilihat dari jumlah bahan baku yang digunakan: termasuk komposisi yang heterogen karena ada tujuh jenis bahan baku yang digunakan, jumlah yang melebihi komposisi normal yang berkisar antara 4 s.d 5 jenis bahan baku. Heterogenitas bahan baku penyusunnya memerlukan proses penimbangan dan pencampuran yang lebih intensif untuk menghasilkan kualitas stoneware yang standar atau memenuhi syarat; (b) Dilihat dari harga bahan baku: penggunaan kuarsa Belitung 20,00% dengan harga Rp 7.350,00 per kg, talk 2,00% dengan harga Rp 4.000,00 per kg, dan bentonit 1,00% dengan harga Rp 7.000,00 per kg justru dapat menurunkan tingkat ekonomisasi bahan baku keramik siap pakai yang dihasilkan, atau dengan kata lain meningkatkan biaya bahan baku; (c) Dilihat dari harga pokok produksi : harga pokok produksi bahan baku keramik siap pakai BL-1 masih relatif tinggi, sehingga diperlukan usaha yang keras untuk dapat bersaing di pasar. Apalagi kalau kita ingin menyuplai kebutuhan bahan baku keramik untuk UKM keramik yang ada di Bali, maka masih dibutuhkan proses perbaikan yang terus menerus, baik manajemen maupun teknis produksi, sehingga dapat dihasilkan bahan baku keramik siap pakai yang berkualitas dengan biaya tertentu; (d) Dilihat dari harga jual : harga jual bahan

baku keramik siap pakai BL-1 masih relatif tinggi, sehingga diperlukan usaha agar dapat menurunkan harga jual tersebut melalui penurunan harga pokok produksi dan beban operasi, seperti : perbaikan teknik produksi, supervisi yang lebih melekat, pemanfaatan alat yang lebih optimal, perolehan pemasok bahan baku yang lebih kompetitif; (e) Dilihat dari jenis dan jumlah komposisi yang digunakan sebagai tarif pada PNBPT BTIKK, masih sangat minim yang hanya menerapkan dua tarif, yaitu Rp 4.500,- per kg untuk pelayanan bahan baku keramik putih dan Rp 4.200,- per kg untuk pelayanan bahan baku keramik stoneware, sehingga dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan yang berkaitan dengan glasir, massa cor, dan massa bodi keramik berpori belum ada.

BTIKK telah melakukan beberapa penelitian mengenai pembentukan variasi komposisi bahan baku keramik siap pakai khususnya yang dilakukan oleh para peneliti, perekayasa, dan teknisi litkayasa di bagian laboratorium yang tergabung dalam proyek pengembangan bahan baku keramik. Salah satu bahan baku keramik siap pakai yang memenuhi syarat sebagai bahan baku yang disyaratkan oleh SNI atau ASTM adalah massa bodi keramik berpori komposisi Darkam-2. Dari sisi tekno-ekonomi khususnya akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen, telah dilakukan kajian terhadap komposisi Darkam-2. Kajian dimaksud terdiri dari : kondisi bahan baku yang digunakan, harga pokok produksi yang dihasilkan, dan harga jual yang ditetapkan.

Kajian terhadap bahan baku menunjukkan bahwa jumlah bahan baku yang digunakan termasuk komposisi yang relatif homogen karena ada dua jenis bahan

baku yang digunakan, jumlah yang relatif sedikit dan mudah diterapkan, terlebih-lebih bahan baku tersebut tersedia di Bali, yaitu di Darmasaba-Badung. Homogenitas bahan baku penyusunnya memerlukan proses penimbangan dan pencampuran yang baku atau standar untuk menghasilkan kualitas earthenware yang sesuai atau memenuhi syarat. Penggunaan clay Darmasaba 70% dengan harga Rp 1.000,00 per kg dan Sekam 30% dengan harga Rp 1.000,00 per kg justru dapat menaikkan tingkat ekonomisasi bahan baku keramik siap pakai yang dihasilkan, atau dengan kata lain menurunkan biaya bahan baku. Standar biaya bahan baku produksi bahan baku keramik berpori Darkam-2 adalah Rp 869,57 per kg, yang terdiri dari clay Darmasaba Rp 608,70 dan sekam Rp 260,87.

Harga pokok produksi massa bodi keramik berpori Darkam-2 adalah : Rp 3.858,73 per kg. Harga pokok tersebut terdiri dari : biaya bahan baku Rp 869,57, biaya tenaga kerja langsung Rp 1.595,63, biaya overhead pabrik variabel Rp 663,51, dan biaya overhead pabrik tetap Rp 730,03. Harga pokok produksi tersebut masih relatif tinggi bagi ukuran UKM keramik, sekalipun harga pokok Darkam-2 masih sedikit lebih rendah daripada harga pokok produksi BL-1. Penerapan prinsip ekonomi untuk mendapatkan kualitas bahan baku keramik tertentu atau standar dengan biaya yang rendah masih menjadi acuan IKM keramik dalam mengembangkan bisnis keramik saat ini, sehingga biaya produksi menjadi pertimbangan utama dalam memutuskan sesuatu. Harga pokok produksi mencerminkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh organisasi untuk menyediakan (membentuk) jasa pelayanan bahan baku keramik berwarna siap bentuk.

Konsekuensi yang mungkin terjadi terhadap rendahnya pembebanan biaya produksi adalah harga pokok produksi dan harga pokok penjualan jasa penyediaan bahan baku keramik berwarna siap bentuk semakin rendah, harga jual berbasis biaya yang ditetapkan lebih rendah, nilai persediaan akhir juga semakin rendah. Demikian juga, rendahnya harga pokok produksi seakan menunjukkan organisasi tersebut ekonomis dan efisien, pada hal adanya kekeliruan dalam pembebanan biaya yang seharusnya dibebankan tetapi tidak. Harga pokok produksi seharusnya dihitung secara tepat dan akurat melalui pendekatan akuntansi biaya. Harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik yang laku terjual akan membentuk harga pokok penjualan sebagai pengurang penjualan dalam menghitung laba pada laporan laba-rugi, sedangkan harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik yang belum terjual merupakan persediaan akhir yang menjadi aktiva lancar perusahaan pada neraca. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik akan mempengaruhi persepsi pelanggan (pihak terkait) terhadap informasi keuangan yang disampaikan, terutama laporan laba rugi dan neraca. Persepsi pelanggan (pihak terkait) terhadap kondisi keuangan akan mempengaruhi kepercayaan atau keyakinan mereka untuk bekerja sama dengan BTIKK-BPPT.

Harga jual massa bodi keramik berpori Darkam-2 sebesar Rp 4.244,60 per kg, yang terdiri dari : harga pokok produksi Rp 3.858,73, margin laba yang diharapkan Rp 77,17, beban pemasaran Rp 192,94, dan beban administrasi & umum Rp 115,76. Harga jual (tarif) mencerminkan harga yang harus dibayar oleh pelanggan

(konsumen) atas penggunaan jasa pelayanan bahan baku keramik siap bentuk. Konsekuensi yang mungkin terjadi terhadap tingginya penerapan tarif adalah pelanggan yang berminat lebih sedikit dengan asumsi harga pokok produksi normal. Namun, di sisi lain, tingginya tarif justru akan menimbulkan persepsi pelanggan yang kurang baik terhadap kualitas jasa pelayanan yang kita lakukan dan mencerminkan harga yang berlebih dalam satu periode akuntansi. Persepsi kualitas dan nilai penjualan menjadi hal yang sangat penting bagi keberadaan sebuah institusi yang bergerak dalam bidang penelitian dan pengembangan, pembinaan, dan pelayanan. Setiap organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba akan berusaha meningkatkan penjualan melalui target tahunan yang direncanakan. Persepsi kualitas dan penjualan merupakan salah satu bentuk ukuran kinerja sebuah organisasi. Persepsi kualitas yang baik dan penjualan yang tinggi merupakan cermin semakin baiknya kinerja sebuah organisasi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan : (1) Evaluasi pelayanan bahan baku keramik siap pakai yang berlaku sekarang yang dituangkan dalam bentuk tarif pelayanan PNPB BTIKK hanya terdiri dari dua jenis, sehingga diperlukan pengembangan tarif layanan yang bisa menampung jenis layanan massa bodi, seperti : massa glasir, massa cor, massa bodi keramik berpori, dan layanan lainnya; (2) Kajian pengembangan massa bodi keramik berpori telah dilakukan oleh peneliti, perekayasa, dan teknisi litkayasa BTIKK, khususnya di bagian Laboratorium, yang menghasilkan beberapa komposisi massa bodi keramik berpori dengan

komposisi : Darkam-1 (75% clay Darmasaba : 25% sekam), Darkam-2 (70% clay Darmasaba : 30% sekam), Darkam-3 (65% clay Darmasaba : 35% sekam), dan Darkam-4 (60% clay Darmasaba : 40% sekam); dan (3) Massa bodi keramik berpori Darkam-2 dapat diusulkan sebagai tambahan layanan massa bodi untuk menambah PNPB BTIKK, karena : lebih mendekati persyaratan standar bahan secara laboratorium, dapat dibuat prototipe keramik penyaring air, menggunakan bahan baku lokal, dan harga pokok produksi yang relatif rendah; dan (4) Variabel keuangan massa bodi keramik berpori Darkam-2, terdiri dari : harga pokok produksi, harga jual, dan margin laba usaha. Harga pokok produksi yang diperoleh dengan menggunakan metode full-costing adalah Rp 3.858,73 per kg, terdiri dari : biaya bahan baku Rp 869,57, biaya tenaga kerja langsung Rp 1.595,63, biaya overhead pabrik variabel Rp 663,51, dan biaya overhead pabrik tetap Rp 730,03. Harga jual massa bodi keramik berpori Darkam-2 dengan metode cost-plus pricing adalah Rp 4.244,60 per kg, yang terdiri dari harga pokok produksi Rp 3.858,73, margin laba yang diharapkan Rp 77,17, beban pemasaran Rp 192,94, dan beban administrasi & umum Rp 115,76.

Berdasarkan simpulan, maka dapat disarankan: (1) kepada BTIKK-BPPT, agar segera melakukan pengembangan massa bodi keramik berpori dengan mengajukan komposisi Darkam-2 (dengan tarif Rp 4.250,00) sebagai salah satu bahan baku keramik alternatif atau pendamping BL-1 yang selama ini menjadi unggulan bahan baku BTIKK, karena mempunyai beberapa kelebihan; (2) kepada perajin atau pengusaha keramik, agar segera meningkatkan ekonomisasi, efektivitas, dan

efisiensi proses produksi benda keramik, melalui pemilihan pemasok bahan yang kompeten dengan tetap berpegang pada prinsip ekonomi yaitu memperoleh manfaat tertentu (standar) dari sejumlah input atau biaya yang terendah, dan memproduksi prototipe keramik penyaring air untuk kebutuhan air minum di pedesaan yang banyak sumber airnya; dan (3) kepada peneliti, teknisi litkayasa, perekayasa, dan kalangan akademis lain (lanjutan), agar terus melakukan evaluasi terhadap biaya dan harga jual (tarif) jasa pelayanan berbasis akuntansi biaya tidak hanya pada BL-1 dan Darkam-2, tetapi pada bahan baku keramik lain yang lebih spesifik, sehingga setiap jenis produk keramik dapat ditentukan harga jual (tarifnya) secara lebih akurat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., dkk. 2014. Real Earning Management dengan Pendekatan Biaya Produksi Analisis Berdasarkan Sektor Industri Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (JIAH)*, 3(2):1172-1192.
- Ahmad, K. 2013. *Akuntansi Manajemen (Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Revisi. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Alexander, B. 2001. *Kamus keramik untuk praktisi, perajin dan industri*. Milenia Populer. Jakarta.
- Astiti, N. P. Y. 2015. Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Asset terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Property and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *JUIMA (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 5 (2): 59-73.
- Gumi, W.S., & Normal, I N. 2018. Penyesuaian Tarif Jasa Pelayanan Bahan Baku Keramik BL-1 dan K-5 Berbasis Elemen Biaya Tahun 2017 pada Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik. *Jurnal Ilmiah Forum Manajemen (JIFM)*, 16(1): 09-33.
- Gumi, W.S., Normal, I N., & Mahanavami, G. A. 2016. Penyesuaian Tarif Jasa Teknologi Bahan Keramik BJN-4 sesuai Elemen Biaya Tahun 2016 pada BTIKK-BPPT. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 6(2) : 199-220.
- Gumi, W. S., & Normal, I. N. 2017. Pengembangan Jasa Pelayanan Bahan Keramik Siap Bentuk BPC-1 dalam Meningkatkan Ekonomisasi Biaya Produksi. *JUIMA (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 7(1): 78-88
- Gumi, W.S. & Normal, I N. 2015. Evaluasi Tarif Jasa Pengolahan *Earthenware* Bodi Warna Darmasaba (BWD) Berbasis Elemen Biaya Tahun 2015. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan (JBK)*, 11(3) : 268-280.
- [Http://www.id.wikipedia.org/w/index.php?title=Tarif&oldid=7100190](http://www.id.wikipedia.org/w/index.php?title=Tarif&oldid=7100190)[Http://www.id.wikipedia-indonesia](http://www.id.wikipedia-indonesia). 2014. *Upah Minimum Regional*.
- Idawati, I. A. A., & Sudiartha, G. M. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen Perusahaan Manufaktur di BEI. *E- Journal Universitas Udayana*, 3 (6).

- Indrayani, K. C., dkk. 2013. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Krisna (Kumpulan Riset Akuntansi)*, 2 (1): 97-102.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kherismawati, N. P. E., dkk. 2016. Profitabilitas dan Leverage sebagai Prediktor Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *JUIMA (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 6 (2) : 132-141.
- Mahanavami, G. A.. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Forum Manajemen (JIFM)*, 11(2): 17-29.
- Maryam, S. 2013. Pertumbuhan Industri Manufaktur 2013 Ditarget 7,14%. *Media Industri*, 1.
- Normal, I N. 2016. Penerapan Upah Minimum Regional Tahun 2016 dalam Menentukan Tarif Jasa Teknologi Desain Dulang Keramik. *Jurnal Ilmiah Forum Manajemen (JIFM)*, 14(2) : 15-28.
- Normal, I N., & Gumi, W. S. 2017. Pengembangan Jasa Pelayanan Bahan Keramik Siap Bentuk BPC-1 dalam Meningkatkan Ekonomisasi Biaya Produksi. *JUIMA (Jurnal Ilmu Manajemen)*. 7(7): 78-88.
- Pambayun dkk, 2013 dalam file:///F:/1.Baru/18.WP%202.2,%20Keramik%20Berpori/2. Kerpor % 202. pdf (diunduh tanggal 27 Maret 2019).
- Purwanto, dkk. 2012. Hubungan Asimetri Informasi dengan Tindakan Manajemen Laba sebagai Implikasi dari Hubungan Keagenan. *Tugas Akhir*. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pancasila. Tegal.
- Rolita, R. 2014. Hubungan Struktur Modal dan Keputusan Investasi pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. 18 (3):370-383.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen (Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis)*. Erlangga. Jakarta.
- Supriyono. 2014. *Akuntansi Biaya (Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok)*. Buku I. Edisi revisi, Cetakan 18. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Wiagustini, N. L. P. 2014. *Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Udayana University Press. Denpasar.
- Yasa, I M. S. 2014. Analisis Kinerja Keuangan Pada Koperasi Serba Usaha di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan (JBK)*, 10(1).

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK (KJPP) FIRMANSYAH DAN REKAN CABANG DENPASAR

Ida Ayu Trisna Wijayanthi<sup>1</sup>, Putu Mela Ratini<sup>2</sup>, Argo Dwi Prakoso<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> STIMI HANDAYANI Denpasar

Email: trisnawijayanthi23@gmail.com

**Abstract:** *Improving the quality of service in a company is a very important and inseparable part of a company. Consumers are satisfied if their expectations are met, and feel very happy if their expectations are exceeded. Likewise with the Public Appraisal Service Firmansyah and Partners in Denpasar engaged in services by providing property valuation services. Seeing the increasing number of competitors, where these competitors have a competitive advantage, especially in terms of the quality of their services, the company is experiencing problems in decreasing the number of users of property valuation services. Based on the description, a study was conducted to find out how the influence of service quality on customer satisfaction at the Public Appraisal Service Office (KJPP) Firmansyah And Denpasar Branch Partners. Based on the results of multiple regression tests using SPSS version 20.0, the results of the study show that partially Physical Evidence, Reliability, Assurance and Empathy variables have no significant positive effect on customer satisfaction of KJPP Firmansyah and Denpasar Partners, and the Responsibility variable has a significant positive effect on KJPP customer satisfaction Firmansyah and Denpasar Partners. While simultaneously Variable Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy together have a significant positive effect on customer satisfaction KJPP Firmansyah and Denpasar Partners.*

**Keywords:** *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis jasa penilaian aset properti saat ini sudah semakin tinggi. Beragam cara manajemen perusahaan jasa lakukan untuk menarik pelanggan mereka. Di tengah kondisi persaingan pada sektor jasa seperti jasa penilai yang semakin meningkat, mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan layanan kepada pelanggannya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan tersebut adalah kualitas pelayanan. Secara sederhana kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan yang baik yang diberikan kepada

pelanggan merupakan kunci utama perusahaan untuk meningkatkan pendapatan. Layanan yang baik akan memberi kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan tertarik untuk menggunakan kembali jasa dari perusahaan. Atribut-atribut atau dimensi dari kualitas layanan adalah *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan dan kepastian), *Empathy* (perhatian).

Peningkatan kualitas pelayanan pada suatu perusahaan merupakan bagian yang sangat penting dan tidak terpisahkan pada suatu perusahaan. Semua pihak yang terkait di perusahaan tersebut, mulai dari pimpinan sampai kepada karyawan-

karyawan perlu mengetahui itu. Oleh karena itu mereka menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang akan menghasilkan suatu kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira jika harapan mereka terlampaui. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya, serta informasi dan janji pemasar. Apabila pemasar menaikkan harapan pelanggan terlalu tinggi, pembeli mungkin akan kecewa jika perusahaan gagal memenuhinya. Di lain pihak, jika

perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah, maka perusahaan tidak dapat menarik cukup banyak pembeli, meskipun yang membeli akan puas. Demikian halnya dengan Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan di Denpasar yang bergerak dalam bidang jasa dengan memberikan layanan penilaian properti. Melihat para pesaing yang jumlahnya semakin bertambah, dimana para pesaing tersebut mempunyai keunggulan bersaing terutama dalam hal kualitas layanannya, maka perusahaan ini dalam menjalankan usahanya mengalami masalah penurunan jumlah pengguna jasa penilaian properti.

Data jumlah pengguna Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan pada 3 (tiga) tahun terakhir (per 6 bulan) adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pengguna Kantor Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan Th 2016-2018

Bulan (Tahun)	Jumlah Berkas Masuk	Jumlah Pengguna Jasa
Januari 2016 – Juni 2016	130	20
Juli 2016 – Desember 2016	125	20
Januari 2017 – Juni 2017	115	20
Juli 2017 – Desember 2017	79	20
Januari 2018 – Juni 2018	92	20
Juli 2018 – Desember 2018	97	20

Sumber: Kantor Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan Cabang Denpasar

Dari Tabel 1, maka dapat dilihat bahwa jumlah pengguna Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan yang setiap tahunnya mengalami penurunan. Penurunan tersebut di sebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan memakai jasa perusahaan yang tidak sesuai dengan

keinginan pelanggan. Sehingga menimbulkan komplain dari pengguna jasa, komplain tersebut mengenai Proses penelitian melebihi batas waktu yang telah disepakati dan inspeksi ke lokasi yang lambat. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Jumlah Komplain Pengguna Jasa KJPP Firmansyah dan Rekan

Dimensi	Tanggal	Komplain	Jumlah
Keandalan	Januari 2016 – Juni 2016	Penerbitan report lebih lama dari yang diharapkan pelanggan.	5
	Juli 2016 – Desember 2016	Proses penelitian melebihi batas waktu yang telah disepakati.	5
	Januari 2017 – Juni 2017	Proses penelitian melebihi batas waktu yang telah disepakati.	7
Ketanggapan	Juli 2017 – Desember 2017	Inspeksi ke lokasi lambat.	7
	Januari 2018 – Juni 2018	Inspeksi ke lokasi lambat	9
	Juli 2018 – Desember 2018	Inspeksi ke lokasi lambat.	9

Sumber: Kantor Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan

Penurunan pengguna Jasa Penilai Publik Firmansyah dan Rekan ini disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan menggunakan jasa perusahaan tersebut. Ketidakpuasan pengguna jasa tersebut disebabkan oleh kualitas layanan yang kurang. Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pengguna jasa ini berpengaruh sangat besar yang mana pelanggan menilai seberapa baik pelayanan yang diterima dengan membandingkan apa yang diharapkan atau yang diinginkan dari pengguna jasa tersebut. Keberhasilan dalam memberikan layanan yang prima kepada pelanggan akan menimbulkan pandangan yang baik dari pengguna jasa tersebut terhadap masing-masing perusahaan dalam memberikan pelayanan secara baik. Dari teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan menimbulkan kepuasan untuk para pengguna jasa. Berdasarkan uraian tersebut dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah Dan Rekan Cabang Denpasar.

## KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Kualitas Jasa/Pelayanan

Kotler (2016) mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasi untuk dimensi-dimensi kritis dari tiap bagian yang dihasilkan. Adapun dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan suatu tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen. Definisi kualitas menurut para ahli tersebut pada dasarnya mempunyai beberapa kesamaan, yaitu: kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan serta kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah, yakni apa yang dianggap merupakan sesuatu yang berkualitas saat ini

mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang.

Ada beberapa definisi tentang kualitas layanan jasa. Parasuraman (2001) mendefinisikan kualitas layanan jasa sebagai sebuah keputusan global, atau sikap yang berhubungan dengan superioritas jasa. Mereka menghubungkan konsep kualitas layanan jasa dengan konsep persepsi dan pengharapan sebagai berikut: “kualitas yang dirasakan dipandang sebagai tingkat dan arah ketidaksesuaian antara persepsi dan pengharapan konsumen”. Menurut Dharmesta (2015) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Tiga komponen utama kualitas total suatu jasa atau pelayanan menurut Gronroos dalam Tjiptono (2015), yaitu:

- a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan atau konsumen. Menurut Parasuraman, *et al* (1988) *Technical Quality* dapat diperinci menjadi: (1). *Search Quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga; (2). *Experience Quality*, yaitu kualitas yang hanya di evaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil; (3). *Credence Quality*, yaitu kualitas yang sukar di evaluasi pelanggan meskipun telah mengevaluasi suatu jasa misalnya kualitas operasi jantung.
- b. *Fungsional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

- c. *Corporate Image*, yaitu profit, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Berdasarkan komponen di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa output jasa dan cara penyampaiannya merupakan faktor yang dipergunakan dalam menilai kualitas jasa. Oleh karena pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka sering kali penentuan kualitas jasa menjadi sangat kompleks.

Suatu perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul (*Service excellence*) sehubungan dengan peranan contact personnel yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa. Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono dan Chandra (2015) *Service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuskan. Secara garis besar ada 4 (empat) unsur pokok dalam konsep ini, yaitu: a) Kecepatan, b. Ketepatan, c) Keramahan, d) Kenyamanan

Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang utuh, artinya jika salah satu dari keempat unsur tersebut kurang atau tidak ada maka kualitas pelayanan menjadi tidak unggul. Untuk itu agar tercapai suatu kualitas pelayanan yang unggul, setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu seperti berpenampilan baik dan sopan, bersikap ramah, bergairah kerja dan selalu siap melayani, tenang dalam bekerja, menguasai pekerjaannya, mampu berkomunikasi dengan baik, tidak tinggi hati karena merasa di butuhkan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Dengan demikian baik tidaknya suatu jasa atau pelayanan tergantung dari kualitas total dari suatu jasa yang diberikan.

## **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut pakar pemasaran yaitu Parasuraman, Zeithmal dan Berry mereka berhasil melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi 10 (sepuluh) faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut meliputi:

1) *Reliability*, 2) *Responsiveness*, 3) *Competence*, 4) *Acces*, 5) *Courtesy*, 6) *Communication*, 7) *Credibility*, 8) *Security*, 9) *Understanding*, 10) *Tangibles*.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Parasuraman dkk menentukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkai menjadi 5 (lima) dimensi yang pokok. Kelima dimensi pokok tersebut adalah: (1) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan; (2) *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (3) *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan dan kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf; (4) *Emphaty* yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan; (5) *Tangibles* (berwujud nyata) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2016) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Memuaskan konsumen tidak

hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa, pelayanan ataupun sistem yang digunakan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Makin tinggi kepuasan pelanggan berarti makin besar pula kemungkinan pelanggan tetap setia.

## **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Rachmad (2013) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian serta Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan rekan Cabang Medan. Pada pengujian secara serempak (Uji F) diketahui bahwa Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian serta Empati secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan rekan Cabang Medan. Pada pengujian secara parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel jaminan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan Pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan rekan Cabang Medan. Melalui pengujian koefisien determinasi (*adjusted R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,6268 berarti 62,6 % kepuasan Pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan rekan Cabang Medan sebagai variabel terikat dapat dijelaskan oleh Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati sebagai variabel bebas, sedangkan sisanya 37,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Suhendra memiliki persamaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini. Persamaan

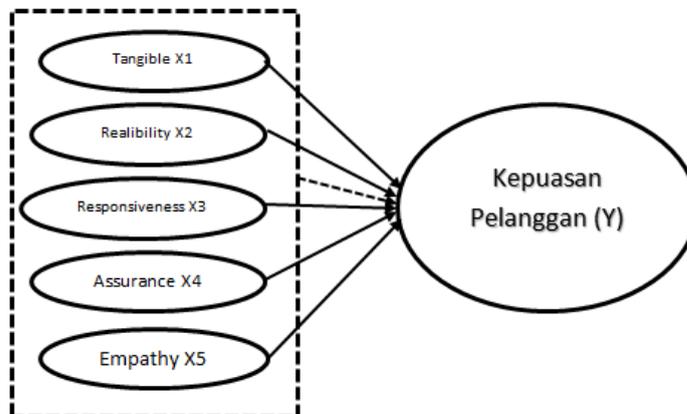
itu terletak pada lima variabel bebas yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian serta Empati. Metodologi penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi dan uji hipotesis melalui uji t dan uji F.

Penelitian Eswika Nilasari & Istiatin (2015) menunjukkan bahwa: berdasar hasil uji t dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 7,386 - 0,341 X_1 + 0,504 X_2 + 0,302 X_3 - 0,322 X_4 + 0,257 X_5 + \epsilon$ . Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *reliability* (keandalan) dengan koefisien 0,504 Uji R<sup>2</sup> (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.944 atau 94.4 % yang berarti bahwa kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* sebesar 94,4%. Dan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. sebesar 5,6%. diharapkan Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo perlu menerapkan dan mengembangkan aspek pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang mencakup *tangible* (wujud fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance*

(jaminan), *empathy* (empati), sehingga dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih baik, Penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari & Istiatin memiliki persamaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini. Persamaan itu terletak pada lima variabel bebas yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian serta Empati. Metodologi penelitian yang digunakan sama- sama menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis determinasi dan uji hipotesis melalui uji t dan uji F.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2017) menunjukkan bahwa: penelitian yang menggunakan lima variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 86 orang yang pernah menggunakan transportasi GO-JEK Indonesia sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. Pada uji hipotesis *tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, uji hipotesis *reliability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan pokok masalah yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> Diduga *Tangible* (Wujud Fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.
- H<sub>2</sub> Diduga *Reliability* (Kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.
- H<sub>3</sub> Diduga *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.
- H<sub>4</sub> Diduga *Assurance* (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.
- H<sub>5</sub> Diduga *Empathy* (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.
- H<sub>6</sub> Diduga *Tangible* (Wujud Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati) berpengaruh secara

simultan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.

### METODE PENELITIAN

Yang menjadi obyek penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangibles*), Kehandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Kepuasan pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan Rekan cabang Denpasar, yang beralamat di jalan Imam Bonjol, Gg Rahayu No. 3, Pemecutan Klod, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna jasa Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan rekan Cabang Denpasar. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian digunakan metode dari Supranto. Menurut Supranto (2013) untuk memperoleh hasil yang baik dalam analisis faktor, maka banyak responden yang diambil untuk mengisi kuesioner adalah

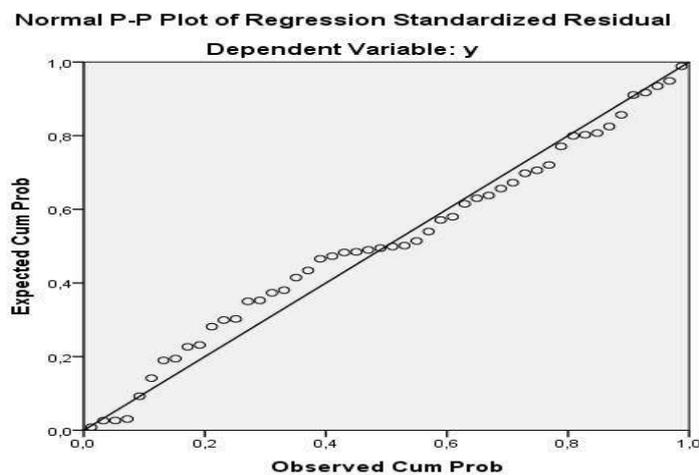
sebanyak 5 kali sampai 10 kali variabel yang dimuat dalam kuesioner. Dalam penelitian ini akan menggunakan 5 variabel, jadi banyaknya responden yang diambil untuk menunjang penelitian ini adalah sebanyak 50 orang. Untuk memperoleh hasil yang signifikan maka dalam penelitian ini menggunakan 50 orang sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih dengan kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbentuk badan usaha yang berkedudukan di Denpasar dan telah menggunakan jasa Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan rekan Cabang Denpasar lebih dari satu kali.

### Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui daftar

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas Data



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan *output chart* Gambar 2, dapat dilihat grafik histogram maupun grafik plot.

pertanyaan (Kuesioner). Pengukuran variabel dilakukan dengan skala linkert yang menggunakan metode scoring yaitu angka 1 sampai dengan 5 dan telah diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS for Windows Versi 24.0

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  (*Corrected Item-Total Correlation*)  $>$   $r_{tabel}$  sebesar 0,278. Oleh karena itu seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk semua variabel diatas 0,70, sehingga instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Dimana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kiri yang artinya

adalah data berdistribusi normal. Selanjutnya, pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya

sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3. VIF dan Tolerance Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,702	6,086		,115	,909		
	x1	,378	,209	,185	1,809	,077	,877	1,140
	x2	,056	,102	,059	,544	,589	,775	1,291
	x3	,682	,155	,600	4,386	,000	,493	2,028
	x4	,181	,185	,103	,981	,332	,843	1,186
	x5	,137	,157	,128	,875	,386	,429	2,329

Berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui nilai VIF variabel x1 (1.140), x2 (1.291), x3 (2.028), x4 (1.186), x5 (2,329),

karena nilai VIF untuk semua variabel tersebut  $< 10$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

## 3. Uji Autokorelasi

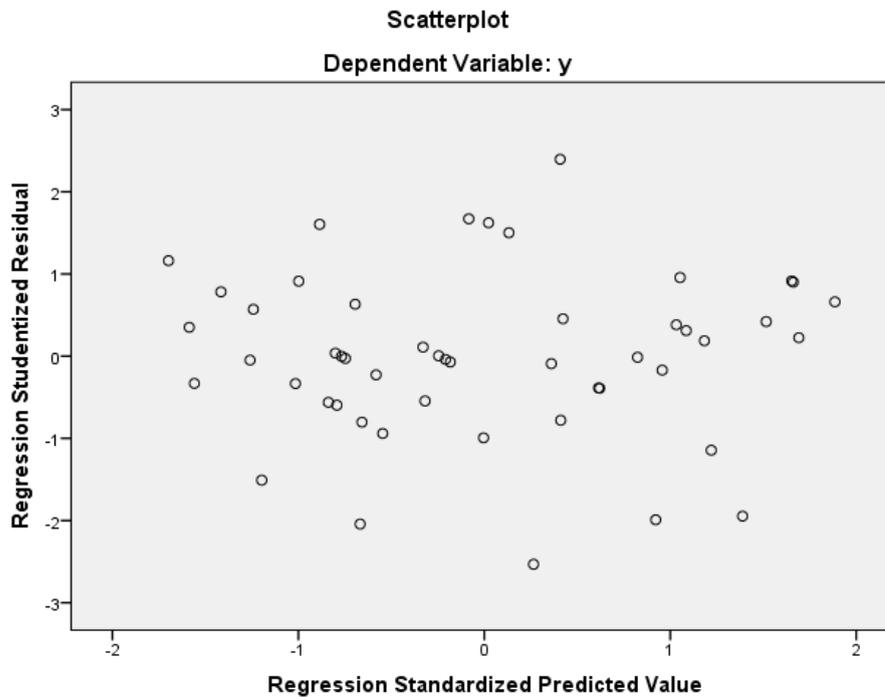
Tabel 4. Summary Durbin Watson

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,771 <sup>a</sup>	,594	,548	1,653	2,007
a. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x2, x3					
b. Dependent Variable: y					

Berdasarkan tabel 4 nilai Durbin Watson sebesar 2.007, pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 50 (n), dan jumlah variabel independen 5 (k=5), maka di tabel DurbinWatson akan didapat nilai du

sebesar 1,77. Karena nilai DW 2,007 lebih besar dari batas atas (du) 1,77 dan kurang dari  $4 - 1.77 = 2,23$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### 4. Uji Heterokedasitas



Gambar 3. Uji Heterokedasitas

Bedasarkan output Scatterplots di atas diketahui bahwa: (1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, (2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, (3). Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar

kemudian menyempit dan melebar kembali, (4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat kita disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

#### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Coefficients Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,702	6,086		-,115	,909
	x1	,378	,209	,185	1,809	,077
	x2	,056	,102	,059	,544	,589
	x3	,682	,155	,600	4,386	,000
	x4	,181	,185	,103	,981	,332
	x5	,137	,157	,128	,875	,386

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 5, persamaan regresi yang digunakan adalah:  

$$Y = -0,702 + 0,378 X_1 + 0,056 X_2 + 0,682 X_3 + 0,181 X_4 + 0,137 X_5$$

Constant memiliki nilai  $-0,702$  artinya bila Bukti Fisik ( $X_1$ ), Kehandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) tidak mengalami perubahan atau konstan, maka Kepuasan Pelanggan akan turun sebesar  $0,702$ .

**e. Analisis T –Test**

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk  $X_1$  (Bukti Fisik) sebesar  $0,077$ ,  $X_2$  (Kehandalan) sebesar  $0,589$ ,  $X_4$  (Jaminan) sebesar  $0,332$  dan  $X_5$  (Empati)  $0,386$  ( $p > 0,05$ ) maka dari itu hipotesis ditolak artinya variabel bukti fisik, kehandalan,

Jaminan dan Empati secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat. Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi dengan menggunakan uji F pada tabel anova

Selanjutnya untuk variabel  $x_3$  (daya tanggap) menunjukkan nilai Sig. sebesar  $0,000$  ( $p < 0,05$ ) maka dari itu hipotesis diterima, artinya variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**f. Analisis F –Test**

Tabel 6. Anova Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176,221	5	35,244	12,901	,000 <sup>b</sup>
	Residual	120,199	44	2,732		
	Total	296,420	49			
a. Dependent Variable: y						
b. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x2, x3						

Berdasarkan Tabel 6, didapatkan nilai Sig. F sebesar  $0,000$  ( $p < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang berarti variabel Bukti Fisik,

Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan.

**g. Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Tabel 7. Summary Uji R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 <sup>a</sup>	,594	,548	1,653
a. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x2, x3				

Berdasarkan tabel 7, diketahui nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  adalah  $0,594$ . Dengan demikian variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$  dan  $X_5$  secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

sebesar  $59,4\%$  sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## **h. Analisis Uji Beta**

Berdasarkan tabel 5 terlihat Standarized Coefficients Beta Daya Tanggap ( $X_3$ ) adalah 0,600. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Daya Tanggap ( $X_3$ ) variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan Rekan Cabang Denpasar karena memiliki nilai Coefficients Beta lebih besar dari variabel lainnya.

## **Pembahasan Penelitian**

### **Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan dan Empati berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar**

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui dari tabel Coefficients bahwa koefisien regresi linier bukti fisik ( $x_1$ ), Kehandalan ( $x_2$ ), Jaminan ( $x_4$ ), Empati ( $x_5$ ) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar. Hal ini disebabkan karena  $Sig. > \alpha$  maka disimpulkan bahwa menolak  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_4$  dan  $H_5$  yang berarti koefisien regresi Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan, Empati adalah tidak teruji signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar. Cara lain untuk membuktikan bahwa Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan, Empati berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar adalah dengan cara membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  atau dengan menggunakan kurva pengujian. Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka disimpulkan menolak  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_4$  dan  $H_5$  yang berarti koefisien regresi Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan, Empati tidak teruji dan hasil

pengujian tersebut membuktikan bahwa Bukti Fisik dan Jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar.

Hal Ini Sejalan dengan beberapa hasil penelitian. Hasil penelitian dari Tri (2017) mengenai „Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)“. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, jaminan dan empathy tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Daya Tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar.**

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui dari tabel Coefficients bahwa koefisien regresi linier Daya Tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi Daya Tanggap ( $x_3$ ) teruji signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar. Cara lain untuk membuktikan bahwa Daya Tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar adalah dengan cara membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  atau dengan menggunakan kurva pengujian. Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka disimpulkan menerima  $H_3$  yang berarti koefisien regresi Daya Tanggap teruji dan hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa Daya Tanggap berpengaruh positif

signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Rachmad (2013) yang diberi judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan Rekan Cabang Medan.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian serta Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan rekan Cabang Medan.

Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap menyebabkan turunya jumlah pengguna jasa Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan Rekan dari tahun ke tahun. Dalam hal ini perusahaan disarankan untuk memperbaiki system pelayanan terutama di bagian ketanggapan staff dalam menangani setiap permasalahan yang di hadapi oleh pemberi tugas.

**Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan Denpasar**

Berdasarkan hasil uji F- test yang terdapat pada tabel ANOVA KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar, dapat diketahui bahwa secara simultan Variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai sig. lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi (dalam

kasus ini menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_1$  teruji, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Variabel  $X_1$  sampai dengan  $X_5$  terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar adalah dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Dari perbandingan tersebut diperoleh hasil bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  teruji, yang berarti semua variabel X berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk bahwa Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati merupakan faktor yang mempengaruhi/berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan KJPP Firmansyah dan Rekan di Denpasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil Penelitian Eswika & Istiatin (2015) yang diberi judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya maka disimpulkan bahwa

1. Secara Parsial hanya Daya Tanggap yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Kantor Jasa

- Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan Rekan Cabang Denpasar.
2. Secara Simultan (bersama-sama) semua variabel (x) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan Rekan Cabang Denpasar.
  3. Berdasarkan analisis diketahui bahwa variabel daya tanggap merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya/dominan dari pada variabel yang lainnya terhadap kepuasan pelanggan, ditandai dengan nilai *standardized coefficients beta* sebesar 0,600.

## SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan, maka saran yang dapat diurai adalah

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati yang diterapkan oleh Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Firmansyah dan rekan Cabang Denpasar hanya 59,4% mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan masih sangat tinggi yaitu 40,6 % . Oleh karena itu disarankan agar program ini tetap di pertahankan dan lebih ditingkatkan kembali agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, perusahaan diharapkan untuk memperhatikan faktor lain tersebut seperti bauran pemasaran, citra perusahaan, pemasaran relasional, dan yang lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini serta berupaya

untuk meningkatkan faktor lain tersebut.

2. Variabel kualitas pelayanan melalui Daya Tanggap merupakan variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, diharapkan perusahaan agar terus meningkatkan variabel lain seperti Bukti Fisik, Kehandalan, Jaminan dan Emphaty ini melalui Penambahan staff Ahli serta pelatihan/ yang diadakan MAPPI (Masyarakat Profesi Penilai Indonesia) untuk menambah kompetensi dari staff yang berhubungan langsung dengan pengguna jasa yang bersifat individual.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmesta, B. S. dan Handoko, T. H. 2015. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku* Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Eswika Nilasari & Istiatin. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13 (01).
- Supranto, J. 2013. *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineke Cipta. Jakarta.
- Kotler, Philip, 2016, *Marketing Management*. Edisi Enam Belas. Prentice Hall Intl Inc. New Jersey.
- Parasuraman, A. Valerie. 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press. New York

- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. 64 (1): 12-37.
- Rachmad, Suhendra. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Klien pada Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) Sukardi, Israr dan Rekan Cabang Medan. *Skripsi Pada Program Studi Manajemen Ekstensi Universitas Sumatera Utara, Medan*.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2015. *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Tri, Ulfa Wardani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi GO-JEK (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Skripsi Pada Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*.

# PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN LPD DI KECAMATAN MENGWI

**Putu Agus Eka Rismawan<sup>1</sup>, I Gede Rihayana<sup>2</sup>, I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: askarismawan@unmas.ac.id igederihayana@unmas.ac.id Gedejodi@unmas.ac.id

**Abstract:** *This study aims to examine and analyze the influence of competency and organizational commitment on employee work effectiveness. This research was conducted at LPD Mengwi with used as a sample of 50 respondents. All data obtained from the distribution of questionnaires are feasible, then analyzed using SPSS 19.0. The results of the study give the meaning that competence has a positive and significant effect on employee work effectiveness and organizational commitment has a positive and significant effect on employee work effectiveness. The results of the beta regression coefficient or independent variable that have the most dominant effect on the dependent variable are organizational commitment variables. The data analysis technique used to answer the hypothesis of this study is multiple linear regression analysis, and the results of this study indicate that for competence shows a positive, it can be concluded that competence has a positive and significant effect on work effectiveness and for commitment organization shows a positive. Then it can be concluded that organizational commitment has a positive and significant effect on work effectiveness.*

**Keywords:** *Competence, Organizational Commitment, Work Effectiveness*

## PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi – segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian (Rivai, 2015). Manajemen sumber daya manusia sebagai kebijakan dan latihan untuk memenuhi kebutuhan karyawan atau aspek – aspek yang terdapat dalam sumber daya manusia seperti posisi manajemen, pengadaan karyawan atau rekrutmen, penyingkapan, pelatihan, kompensasi, dan penilaian prestasi kerja karyawan (Dessler, 2014).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap karyawan mengatakan bahwa dalam penyelesaian target tersebut membutuhkan ketelitian yang tinggi agar dapat mengurangi adanya kredit macet di

kemudian hari, sehingga waktu yang ditentukan dalam pencapaian target terasa kurang, yang berdampak pada rendahnya efektivitas kerja karyawan. Pada penelitian ini penyebab kurangnya waktu dalam penyelesaian target tersebut adalah rendahnya tingkat efektivitas kerja yang dimiliki oleh karyawan LPD di Kecamatan Mengwi

Efektivitas kerja merupakan pencapaian sasaran yg telah disepakati atas usaha bersama dengan konsep yang didasarkan pada pendekatan tujuan, yang bertujuan untuk menentukan dan mengevaluasi efektivitas pada gagasan, bahwa organisasi diciptakan sebagai alat untuk mencapai tujuan (Gibson, 2016).

Jangkauan usaha suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan

dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa memberi tekanan yang tidak wajar terhadap pelaksanaannya (Steers, 2016). Dalam persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan menyadari bahwa pentingnya memiliki karyawan berkompentensi, yang dapat memberikan dorongan bekerja di perusahaan untuk berupaya sekuat tenaga mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan.

Kompentensi dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk melaksanakan satu tugas, peran atau tugas, kemampuan mengintegrasikan pengetahuan, ketrampilan – ketrampilan, sikap – sikap dan nilai – nilai pribadi, dan kemampuan untuk membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman dan pembelajaran yang dilakukan (Robert, 2016).

Memiliki sumber daya manusia yang kompeten adalah keharusan bagi perusahaan. Mengelola sumber daya manusia berdasarkan kompentensi diyakini bisa lebih menjamin keberhasilan mencapai tujuan. Sebagian besar perusahaan memakai kompentensi sebagai dasar dalam memilih orang, pelatihan dan pengembangan serta pemberian kompensasi. Kompentensi sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menghasilkan suatu pekerjaan pada tingkat yang memuaskan di tempat kerja, termasuk di antaranya kemampuan seseorang untuk mentransfer dan mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang baru dan meningkatkan manfaat yang disepakati (Elliot *et al*, 2016).

Kompentensi merupakan karakteristik dasar yang dimiliki seorang individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Kompentensi terletak pada bagian dalam setiap manusia dan selamanya ada pada

kepribadian seseorang dan dapat memprediksikan tingkah laku dan performansi secara luas pada semua situasi dan tugas pekerjaan (*job tasks*) (Spencer, 2014) Kompentensi merupakan sifat dasar yang dimiliki atau bagian kepribadian yang mendalam dan melekat kepada seseorang serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan sebagai dorongan untuk mempunyai prestasi dan keinginan berusaha agar melaksanakan tugas dengan efektif (Robbins, 2015). Dengan kompentensi yang dimiliki karyawan, perlu adanya komitmen organisasi dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja karyawan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

Komitmen organisasi merupakan kekuatan keterlibatan karyawan dalam organisasi. Karyawan yang tinggal dengan organisasi mereka untuk jangka waktu yang panjang cenderung lebih berkomitmen untuk organisasi daripada mereka yang bekerja untuk jangka waktu yang lebih singkat (Hellriegel, 2016). Komitmen karyawan terhadap organisasinya bisa dilihat dari sejauh mana seorang karyawan mengidentifikasi organisasi dan bersedia untuk mengajukan upaya atas namanya.

Karyawan dengan komitmen organisasi yang tinggi akan meregangkan diri mereka untuk membantu organisasi melalui masa – masasulit. Karyawan dengan komitmen organisasi rendah cenderung meninggalkan pada kesempatan pertama untuk pekerjaan yang lebih baik. Mereka memiliki niat kuat untuk pergi, jadi seperti karyawan dengan keterlibatan kerja yang rendah, mereka sulit untuk memotivasi (L. Mathis 2015:169).

Dengan memiliki kompentensi dan komitmen organisasi yang tinggi akan timbul sikap kerja yang efektif, maka

kompetensi dan komitmen organisasi diharapkan bisa membantu meningkatkan efektivitas kerja karyawan dalam upaya mencapai target dan tujuan LPD yang telah ditentukan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kompetensi**

Kompetensi (*Competence*) yang mempunyai arti kemampuan atau kecakapan yang mengandung bagian kepribadian yang mendalam dan melekat pada seseorang dengan perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Prediksi siapa yang bekerja baik dan kurang baik dapat diukur dari kriteria atau standar yang digunakan. Analisis kompetensi disusun sebagian besar untuk pengembangan karier, tetapi penentuan tingkat kompetensi dibutuhkan untuk mengetahui tingkat efektivitas kerja yang diharapkan (Robbins, 2015).

Kompetensi merupakan karakteristik yang mendasari seseorang berkaitan dengan efektivitas kerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu yang memiliki hubungan kausal atau sebagai sebab akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau bekerja prima atau superior di tempat kerja atau pada situasi tertentu. Kompetensi dalam sebuah cakupan yang luas dapat juga dideskripsikan sebagai suatu karakteristik yang mendasari individu yang berkaitan erat dengan efektivitas kerja seseorang dalam melakukan pekerjaannya dimana didalamnya mencakup motivasi, sifat dan sikap, konsep diri, pengetahuan dan perilaku atau keterampilan (Elliot, *et al.* 2016) Kompetensi berdasarkan penjelasan tersebut merupakan sebuah karakteristik dasar seseorang yang mengindikasikan cara berpikir, bersikap, dan bertindak serta menarik kesimpulan yang dapat dilakukan

dan dipertahankan oleh seseorang pada waktu periode tertentu. Dari karakteristik dasar tersebut tampak tujuan penentuan tingkat kompetensi atau standar kompetensi yang dapat mengetahui tingkat kerja yang diharapkan dan mengkategorikan tingkat tinggi atau di bawah rata – rata.

### **Komitmen Organisasi**

Komitmen berasal dari kata latin ”*commiter*” yang berarti menggabungkan, menyatukan, mempercayai dan mengerjakannya. Menurut (Hellriegel, *et al.*, 2016) komitmen organisasi adalah kekuatan keterlibatan karyawan dalam organisasi. Karyawan yang tinggal dengan organisasi mereka untuk jangka waktu yang panjang cenderung lebih berkomitmen untuk organisasi daripada mereka yang bekerja untuk jangka waktu yang lebih singkat.

Komitmen organisasi merupakan tingkatan dimana seseorang mengenali sebuah organisasi dan terikat pada tujuan – tujuannya. Dengan memiliki sikap kerja yang baik, seperti orang – orang yang memiliki komitmen diharapkan bisa menunjukkan kesediaan untuk bekerja lebih keras demi mencapai tujuan organisasi dan memiliki hasrat yang lebih besar untuk tetap bekerja di suatu perusahaan.

### **Efektivitas Kerja**

Efektivitas berasal dari bahasa inggris yaitu ”*effective*” yang berarti berhasil ditaati, mengesahkan, mujarab dan mujur. Dari sederetan arti di atas, maka yang paling tepat adalah berhasil dengan baik. Jika seseorang dapat bekerja dengan baik, maka dapat dikatakan bekerja dengan efektif. Dalam pelaksanaan kerja selalu memakai lima sumber usaha yaitu pikiran, tenaga, waktu, uang, dan benda. Walaupun gabungan yang berbeda untuk masing –

masing jenis pekerjaan pada umumnya orang melakukan kegiatan tertentu ingin memperoleh hasil yang maksimal. Tetapi permasalahan efektivitas itu menyangkut banyak hal, oleh karena itu para ahli memberikan definisi yang beragam untuk menjelaskan apa arti batasan dari pengertian efektivitas itu.

Menurut (Widjaya, 2016) efektivitas kerja merupakan hasil membuat keputusan yang mengarahkan melakukan sesuatu dengan benar, yang membantu memenuhi misi suatu perusahaan atau pencapaian tujuan perusahaan. Efektivitas kerja adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah tercapai. Dimana semakin besar persentase target yang dicapai, maka semakin tinggi efektivitas kerjanya (Idham Yusuf Emri, 2015).

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa efektivitas merupakan suatu pengukuran dalam tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan ukuran – ukuranketepatan efektivitas dimana suatu target atau sasaran dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

## **KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS KERANGKA BERPIKIR**

Sumber daya manusia memiliki peran penting dalam suatu organisasi, karena sumber daya manusia merupakan rancangan sistem – sistem formal dalam sebuah organisasi untuk memastikan penggunaan bakat manusia secara efektif guna mencapai tujuan organisasi (Robert L. Mathis, 2016). Tujuan perusahaan tidak akan tercapai tanpa didukung sumber daya manusia yang handal meskipun didukung dengan sarana dan prasarana serta sumber yang memadai. Memiliki sumber daya manusia yang berkompentensi dan

berkomitmen tinggi adalah keharusan bagi perusahaan. Karena dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja karyawan perusahaan dapat memperhatikan kompetensi dan komitmen organisasi sebagai dasar dalam memilih seorang pegawai agar dapat menyelesaikan target pekerjaan secara efektif yang telah ditentukan dalam mencapai suatu tujuan perusahaan.

Kompetensi merupakan suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut (Widjaya, 2016). Dengan kompetensi yang dimiliki karyawan, perlu adanya komitmen organisasi dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja karyawan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

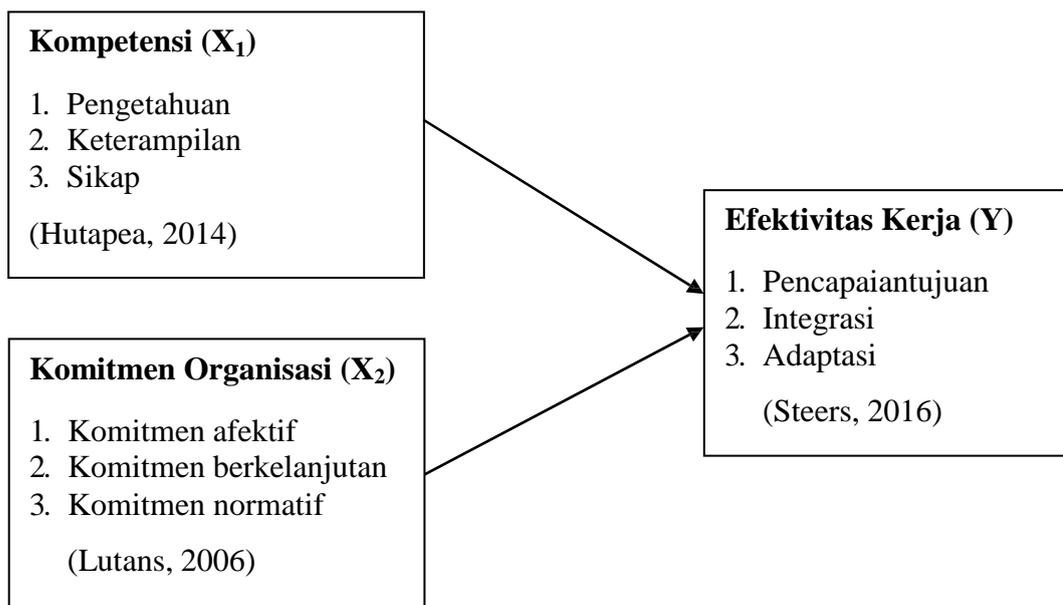
Karyawan yang memiliki komitmen yang kuat cenderung memiliki sikap kerja yang lebih baik dan masa kerja yang lebih lama dari pada karyawan yang kurang memiliki komitmen (L. Mathis and John Jackson, 2015). Komitmen organisasi merupakan kekuatan keterlibatan karyawan dalam organisasi. Karyawan yang tinggal dengan organisasi mereka untuk jangka waktu yang panjang cenderung lebih berkomitmen untuk organisasi daripada mereka yang bekerja untuk jangka waktu yang lebih singkat (Hellriegel, 2016). Jika komitmen karyawan telah diperoleh akan didapatkan karyawan yang setia, dan mampu bekerja sebaik mungkin untuk kepentingan organisasi dan perusahaan.

Keadaan ini sangat baik bagi pencapaian tujuan organisasi, dan peningkatan efektivitas kerja karyawan karena organisasi mendapat dukungan penuh dari anggotanya sehingga bisa berkonsentrasi secara penuh pada tujuan

yang diprioritaskan perusahaan. Komitmen organisasi merupakan tingkatan dimana seseorang mengenali sebuah organisasi dan terikat pada tujuan – tujuan dalam sebuah organisasi tertentu (Mowday *et al*, 2014).

Efektivitas kerja sebagai salah satu kemampuan/keadaan berhasilnya suatu pekerjaan yang dilakukan oleh manusia untuk memberikan kegunaan yang diharapkan perusahaan (Siagian, 2016). Efektivitas kerja merupakan pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama dengan konsep yang didasarkan

pada pendekatan tujuan, yang bertujuan untuk menentukan dan mengevaluasi efektivitas pada gagasan, bahwa organisasi diciptakan sebagai alat untuk mencapai tujuan (Gibson, 2016). Untuk lebih memperjelas arah dari penelitian yang menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kompetensi dan komitmen organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan, maka dapat disusun sebuah model pemikiran sebagai dasar penentu hipotesis seperti gambar berikut :



Gambar 1. Model Pemikiran Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan LPD di Kecamatan Mengwi

**Hipotesis**

Hipotesis satu (H<sub>1</sub>) :Kompetensi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi. Hipotesis dua (H<sub>2</sub>) :Komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Obyek dalam penelitian ini yaitu pengaruh kompetensi

dan komitmen organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

**Populasi dan sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan LPD yang ada di Kecamatan Mengwi, dengan sampel 25% dari populasi sesuai dengan teori yang dinyatakan

Arikunto (2005) yaitu sebanyak 50 orang sampel dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap ketiga variabel yaitu kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ). Dapat diketahui bahwa keseluruhan butir pernyataan kuesioner variabel kompetensi ( $X_1$ ), komitmen organisasi ( $X_2$ ) dan efektivitas kerja ( $Y$ ) adalah *valid* itu berarti keseluruhan butir pernyataan tersebut *valid* untuk mengukur variabel kuesioner pada penelitian ini.

Tingkat reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha-Crobanch*. Di mana masing – masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrument tersebut lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,60). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrument reliabel, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

### Karakteristik Responden

Data penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden penelitian sebanyak 50 orang. Karakteristik responden yang diteliti meliputi :Usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, lama kerja. Secara rinci disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Ringkasan Karakteristik Responden

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>Usia</b>		
20 – 30 tahun	8	16,0%
31 – 40 tahun	16	32,0%
41 – 50 tahun	26	52,0%
Total	50	100%
<b>Jenis kelamin</b>		
Laki – laki	28	56,0%
Perempuan	22	44,0%
Total	50	100%
<b>Pendidikan terakhir</b>		
SMP		
SMA	11	22,0%
S1	29	58,0%
Total	10	20,0%
	50	100%
<b>Lama kerja</b>		
3 – 5 tahun	15	30,0%
>5 tahun	35	70,0%
Total	50	100%

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan mengenai pengaruh kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ). Adapun hasil dari analisis regresi linear berganda yang disajikan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardised Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,264	3,303		-0,080	0,937
Kompetensi	0,315	0,115	0,284	2,751	0,008
Komitmen organisasi	0,760	0,129	0,608	5,893	0,000
R = 0,723					
Adjusted R <sup>2</sup> = 0,503					
Uji F = 25,753					
Sig F = 0,000					

### Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi yaitu untuk mengetahui derajat kuat lemahnya hubungan antara variabel bebas kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat efektivitas kerja ( $Y$ ) yang artinya apabila variabel kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) meningkat maka variabel terikat efektivitas kerja ( $Y$ ) akan meningkat pula. Hasil perhitungan koefisien korelasi yang diperoleh sebesar  $R = 0,723$ . Apabila ditinjau dari kriteria kuat lemahnya hubungan antara variabel, hasil koefisien korelasi sebesar 0,723 pada besarnya nilai korelasi terletak antara 0,60 - 0,779 dengan kategori kuat, yang berarti bahwa pengaruh antara variabel kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ) pada LPD di Kecamatan Mengwi masuk dalam kategori kuat.

### Koefisien Determinasi

Model fit dengan menggunakan hasil *Adjusted R<sup>2</sup>*, uji F yaitu Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 5.15 di atas, menunjukkan bahwa koefisien determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* diperoleh sebesar 0,503. Angka ini mengindikasikan bahwa 50,3% variasi atau perubahan dalam efektivitas kerja ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh variasi dari kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ), sedangkan sisanya adalah sebesar 49,7% dijelaskan oleh sebab – sebab lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Kemudian ditetapkan model persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -0,264 + 0,315X_1 + 0,760X_2$$

Interpretasi dari hasil persamaan analisis regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan pola pengaruh kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ) sebagai berikut :

Nilai koefisien  $Y$  bernilai negative sebesar  $-0,264$  menunjukkan bahwa rendahnya efektivitas karyawan maka, kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) tidak mengalami perubahan atau tetap sama dengan nol, maka besarnya efektivitas kerja ( $Y$ ) pada LPD di Kecamatan Mengwi akan mengalami peningkatan sebesar  $-0,264$ .

Nilai koefisien  $b_1$  bernilai positive sebesar  $0,315$  menunjukkan bahwa semakin tinggi kompetensi yang dimiliki karyawan maka, akan mampu meningkatkan efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi atau bisa berarti apabila variabel bebas kompetensi ( $X_1$ ) meningkat dan variabel bebas komitmen organisasi ( $X_2$ ) tidak berubah, maka efektivitas kerja ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar  $0,315$ .

Nilai koefisien  $b_2$  bernilai positive sebesar  $0,760$  menunjukkan bahwa semakin tinggi komitmen organisasi yang dimiliki karyawan maka, akan mampu meningkatkan efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi atau bisa berarti apabila variabel bebas komitmen organisasi ( $X_2$ ) meningkat dan variabel kompetensi ( $X_1$ ) tidak berubah, maka efektivitas kerja ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar  $0,760$ . Dari hasil persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa, pola pengaruh kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif (nyata) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ). Artinya apabila semakin tinggi tingkat perubahan dari variabel bebas kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) maka semakin tinggi pula tingkat

efektivitas kerja ( $Y$ ) karyawan LPD di Kecamatan Mengwi.

#### **Uji F (f-test)**

Berdasarkan hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi F-hitung diperoleh sebesar  $0,000$  yang lebih kecil dari  $0,05$ .

Dari hal tersebut, berdasarkan criteria pengujian diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara statistic antara kompetensi ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ) pada LPD di Kecamatan Mengwi. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis terbukti bahwa kompetensi dan komitmen organisasi mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi.

#### **Uji t (t-test)**

Berdasarkan hasil perhitungan uji t, dapat dijelaskan bahwa variabel kompetensi ( $X_1$ ) dengan t-hitung sebesar  $2,751$  (positif) dan nilai signifikansi sebesar  $0,008$  yang lebih kecil dari  $0,05$  sehingga kompetensi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ). Sedangkan untuk variabel komitmen organisasi ( $X_2$ ) dengan t-hitung sebesar  $5,893$  (positif) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000$  yang lebih kecil dari  $0,05$  sehingga komitmen organisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja ( $Y$ ). Maka dapat disimpulkan dari hasil uji t tersebut kompetensi dan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Berdasarkan hasil koefisien regresi beta dapat dijelaskan bahwa pada variabel kompetensi ( $X_1$ )

sebesar 0,284 dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) sebesar 0,608 dari hasil ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi ( $X_2$ ) lebih dominan mempengaruhi efektivitas kerja (Y) dibandingkan dengan kompetensi ( $X_1$ ) terhadap efektivitas kerja (Y). maka dari itu untuk meningkatkan efektivitas kerja karyawan harus diperhatikan tingkat kompetensi yang dimiliki karyawan dengan baik dan mempertahankan komitmen organisasi karena dengan memiliki karyawan yang berkompetensi dan berkomitmen tinggi maka perusahaan dapat diyakini bisa lebih menjamin keberhasilan mencapai tujuan suatu perusahaan.

### **Pembahasan Penelitian**

Hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS untuk mengetahui pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan LPD di Kecamatan Mengwi memperoleh hasil sebagai berikut:

#### **Pengaruh kompetensi terhadap efektivitas kerja karyawan**

Hipotesis satu ( $H_1$ ) menguraikan bahwa kompetensi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kompetensi ( $X_1$ ) berdasarkan analisis data diperoleh arah koefisien regresi positif dan nilai signifikansi sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Sesuai dengan hasil uraian diatas bahwa Hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima.

#### **Pengaruh komitmen organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan**

Hipotesis dua ( $H_2$ ) menguraikan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel komitmen organisasi ( $X_2$ ) berdasarkan analisis data diperoleh arah koefisien regresi positif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Sesuai dengan hasil uraian diatas bahwa Hipotesis dua ( $H_2$ ) diterima.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan pada penulisan skripsi ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi.

Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Hasil ini memberikan makna bahwa kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menghasilkan suatu pekerjaan pada tingkat yang memuaskan, termasuk di antaranya kemampuan seseorang untuk mentransfer dan mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang baru dan meningkatkan manfaat yang disepakati.

Memiliki sumber daya manusia yang kompeten adalah keharusan bagi perusahaan karena mengelola sumber daya manusia berdasarkan kompetensi diyakini bisa lebih menjamin keberhasilan mencapai tujuan. Hal ini menggambarkan bahwa

semakin tinggi tingkat kompetensi yang dimiliki karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas kerja yang dihasilkan karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi.

Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja karyawan pada LPD di Kecamatan Mengwi. Hasil ini memberikan makna bahwa komitmen organisasi merupakan tingkatan dimana seseorang mengenali sebuah organisasi dan terikat pada tujuan – tujuan dalam sebuah organisasi tertentu. Karyawan dengan komitmen organisasi yang tinggi akan meregangkan diri mereka untuk membantu organisasi melalui masa – masasulit. Karyawan dengan komitmen organisasi rendah cenderung meninggalkan pada kesempatan pertama untuk pekerjaan yang lebih baik. Mereka memiliki niat kuat untuk pergi, jadi seperti karyawan dengan keterlibatan kerja yang rendah, mereka sulit untuk memotivasi.

Komitmen tersebut dapat terwujud apabila individu dalam organisasi, menjalankan hak dan kewajiban mereka sesuai dengan tugas dan fungsinya masing – masing dalam organisasi, karena orang – orang yang memiliki komitmen diharapkan bisa menunjukkan kesediaan untuk bekerja lebih keras demi mencapai tujuan organisasi dan memiliki hasrat yang lebih besar untuk tetap bekerja di suatu perusahaan. Jika komitmen karyawan telah diperoleh akan didapat karyawan yang setia, dan mampu bekerja sebaik mungkin untuk kepentingan organisasi dan perusahaan. Keadaan ini sangat baik bagi pencapaian tujuan organisasi, dan peningkatan efektivitas kerja karyawan karena organisasi mendapat dukungan penuh dari anggotanya sehingga bisa berkonsentrasi secara penuh pada tujuan yang diprioritaskan perusahaan.

## Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis dapat menyampaikan saran – saran yang sekiranya berguna bagi LPD di Kecamatan Mengwi sebagai berikut:

1) Kepada pihak LPD di Kecamatan Mengwi

Saran ini disampaikan berdasarkan hasil koefisien regresi beta yang menunjukkan bahwa variabel kompetensi ( $X_1$ ) mendapatkan hasil lebih rendah dari variabel komitmen organisasi ( $X_2$ ) maka dapat disampaikan :

- a) Pihak LPD di Kecamatan Mengwi diharapkan untuk lebih memperhatikan kompetensi yang dimiliki karyawan seperti, pengetahuan dan sikap maka dari itu kedepannya diharapkan untuk memberikan waktu pelatihan rutin setiap bulannya untuk peningkatan pengetahuan dan sikap dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja agar terciptanya pencapaian target realisasi 100% optimal guna mencapai tujuan perusahaan.
- b) Pihak LPD di Kecamatan Mengwi diharapkan untuk lebih mempertahankan tingkat komitmen organisasi yang dimiliki karyawan dalam upaya peningkatan efektivitas kerja dengan tetap memperhitungkan tambahan jam kerja karyawan, dan tetap mengawasi upaya mencapai target penyelesaian tepat waktu karena, komitmen organisasi yang dimiliki karyawan itu penting dan berpengaruh dominan dalam upaya meningkatkan efektivitas kerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan.
- c) Pihak LPD di Kecamatan Mengwi diharapkan dalam penerimaan tenaga

kerja baru agar memilih para calon tenaga kerja yang lebih muda dan mempunyai kemampuan sesuai dengan rencana kebutuhan suatu organisasi.

2) Kepada peneliti selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya yang nantiya berkeinginan untuk meneliti kembali efektivitas kerja diharapkan untuk dapat lebih mengembangkan variabel – variabel bebas baru selain kompetensi dan komitmen organisasi, menambah lebih banyak sampel dan memilih tempat penelitian yang berbeda agar dapat memperoleh suatu karya yang baru dan bermanfaat untuk perusahaan tentunya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2005. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Dessler, Gary. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prehalindo. Jakarta.
- Elliot, Andrew J., Taylor, Michael, dan Dweck, Carol S. 2016. *Handbook of Competence and Motivation*. The Guilford Press. New York.
- Gibson, J.I, John M I, dan James, H.D. Jr. 2016. *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*, Edisi ke 8 Terjemahan: Djarkasih. Arcan. Jakarta.
- Hutapea, Parulian dan Nurianna Thoha. 2014. *Kompetensi Plus*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hellriegel, D dan Slocum, J. W. 2016. *Organizational Behavior*. South-Western, Cengage Learning.
- Mason.Husein Umar. 2011. *Metode riset bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Idham Yusuf Emri, Hidayat, Makmur. 2015. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai (Studi pada. PT. Jasa Raharja (Persero) Kota Sobolga, Sumatera Utara, *Jurnal EMBA*.
- L. Mathis and John Jackson, 2015. *Organizational Commitment is the degree to which employess believe in and accept organizational goals and desire to remain with the organization*.
- Mowday, R. T., R. M. Steers and I. W. Porter. 2014. “The Measurement of Organizational Commitment”. *Journal of Applied Psychology*. 84: 408-414.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi, Edisi kesepuluh*. Andi Offset. Jakarta.
- Rivai, Veithzal. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan : dari Teori Ke Praktik*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Robbins. 2014. Indikator komitmen organisasi. Theory manajemen dan organisasi. [blogspot.com/2014/komitmen-organisasi.html](http://blogspot.com/2014/komitmen-organisasi.html).
- Robbins, Stephen P, Byars, Boulter, Blanchard dan Timothy A. Judge. 2015. *Competence and Organizational Behaviour*. Twelfth Edition, Pearson International Edition. Pearson Education. New Jersey

- Robert L. Mathis – John H. Jackson. 2016. *Human Resource Management*. Salemba Empat. Jakarta.
- Roe, Robert A, Streers. 2013. Trust Implications for Performance and Effectiveness. *European Journal*. 12 (5).
- Siagian, P. 2016. *Organisasi dan Prilaku Administrasi*. Gunung Agung. Jakarta.
- Spencer, Lyle & Signe M. Spencer. 2014. *Competence at Work, Models For Superior Performance*. John Wiley & Sons, Inc. Canada.
- Steers. 2016. *Efektifitas Organisasi* (terjemahan). Erlangga. Jakarta.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. UNS. Surakarta.
- Van, Dyne, L, graham J.W. 2015. Organizational Citizenship Behavior, ConstructRedefinition Measurement and Validation. *Academic Management Journal*.
- Widjaya, David, Parulian dan Robert. 2016. *Kompetensi Plus: Teori, Desain, Kasus dan Penerapan untuk HR dan Organisasi yang Dinamis*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

# KEBIJAKAN BANK INDONESIA DALAM MEWUJUDKAN STABILITAS PEREKONOMIAN MELALUI PENGENDALIAN INFLASI DI KOTA DENPASAR

Ni Made Sumerti Asih<sup>1)</sup>, Putu Diah Putri Idawati<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> STIA Denpasar

Email: diahputri62@yahoo.com

**Abstract:** *Bank Indonesia as the central Bank has an important role in the development of the country's economy in order to realize community Kesejahteraan. Otherwise if the state does not have a good economy then one of the inevitable impacts is inflation. Inflation is an economic illness that can be ignored because it can cause economic dissociation as well as slow economic growth and generate high unemployment, the purpose of this research is to know how Bank Indonesia's policy in realizing economic stability through inflation control the Dilaksanakan Bank Indonesia policy is the 7-Day Repo Rate (BI-7DRR) which is a policy of interest rate by using 7-day time lag and Its multiplication. Other monetary policies: market opration policy, discount policy, cash reserve of selective credit policy, sanering, pulling and destroying old money as well as limiting the printing of new money. The results of the research show that Bank Indonesia has succeeded in realizing the economic stability in Denpasar through inflation control with the light inflation category below 10% per year.*

**Keywords:** *Inflation enforcement policies and economic stability.*

## PENDAHULUAN

Dewasa ini kondisi ekonomi global tengah mengalami siklus yang tidak menentu. Siklus yang tidak menentu ini dimulai dengan perang dagang antara Amerika Serikat dengan Tiongkok, serta tidak menentunya harga minyak dunia, sengketa Laut Cina Selatan, gejolak pasar saham, sedangkan satu sisi konsumsi masyarakat akan pemenuhan kebutuhan hidup terus bertambah sehingga harga barang cenderung meningkat. Masalah-masalah ekonomi ini berdampak kepada Negara- Negara dunia, tidak terkecuali berdampak pada Negara Indonesia. Setiap Negara yang terdampak harus segera melakukan sinergi, koordinasi dan

mengambil suatu kebijakan untuk menghindari krisis ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi yang baik pada suatu Negara tercermin dari beberapa indikator, yaitu sistem keuangan negaranya baik, iklim investasi yang bagus, kemajuan industri dalam negeri, pengangguran menurun dan tingkat inflasi yang rendah. Dalam menjaga pertumbuhan ekonomi yang baik dan stabil tentunya selalu ada masalah- masalah yang akan dialami setiap Negara, dengan katalain selalu ada indikator penghambatnya. Indikator penghambat yang sering terjadi di Indonesia pada khususnya adalah inflasi. Dalam sejarahnya, Indonesia pernah mengalami masa kelim di sektor perekonomian, pada tahun 1998 indonesia

pernah mengalami krisis ekonomi dengan tingkat inflasi diatas 75% secara nasional, hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan swasta pada zaman itu mengalami kebangkrutan dan terjadi pemberhentian tenaga kerja secara besar-besaran.

Dengan kata lain Inflasi timbul karena adanya tekanan dari sisi penawaran (*cost push inflation*), dari sisi permintaan (*demand pull inflation*), dan dari ekspektasi inflasi. *Cost push inflation* biasanya ditandai dengan kenaikan harga serta turunnya produksi. Dapat dikatakan bahwa inflasi yang dibarengi dengan resesi. Keadaan ini timbul dengan adanya penurunan dalam penawaran total sebagai akibat kenaikan biaya produksi. Kenaikan biaya produksi ini dapat timbul karena beberapa faktor, seperti kenaikan upah buruh, kenaikan bahan bakar minyak yang dapat memicu kenaikan tarif transportasi, suatu industri yang sifatnya monopolistik, kenaikan harga bahan baku industri.

Sementara itu, faktor ekspektasi inflasi dipengaruhi oleh perilaku masyarakat dan pelaku ekonomi dalam menggunakan ekspektasi angka inflasi dalam keputusan kegiatan ekonominya. Ekspektasi inflasi sangat berpengaruh terhadap pembentukan harga dan upah tenaga kerja. Hal ini tercermin dari perilaku pembentukan harga di pasar pada tingkat produsen dan pedagang terutama pada saat menjelang hari-hari besar keagamaan (Lebaran, Natal, Galungan- Kuningan dan Tahun Baru) dan penentuan Upah Minimum Regional.

Secara umum inflasi yang terjadi di Indonesia, dapat disebabkan oleh kombinasi dari berbagai faktor, baik dari sisi permintaan, penawaran maupun

ekspektasi. Tekanan dari gejolak ekonomi yang datang dari luar negeri juga dapat menjadi sebab dari timbulnya inflasi di dalam negeri.

Pada umumnya dampak positif dari inflasi berhubungan pada pendapatan masyarakat dalam berkerja. Inflasi yang terkontrol akan mendorong pengusaha dalam meningkatkan jumlah produksinya ini disebabkan karena pengusaha mendapatkan keuntungan lebih dari kenaikan harga- harga, walaupun tidak naik secara signifikan.

Sedangkan dampak negatif inflasi memiliki kecenderungan yang lebih merugikan bagi masyarakat dan Negara. Pertama, inflasi yang tinggi menyebabkan pendapatan riil masyarakat akan terus turun sehingga standar hidup dari masyarakat turun dan akhirnya menjadikan semua orang, terutama orang miskin akan bertambah miskin.

Melihat dampak negatif inflasi kepada kondisi sosial ekonomi masyarakat maka diperlukanlah suatu mekanisme dari pemerintah dan pihak terkait dalam mengendalikan inflasi. Dalam konteks ini Bank Indonesia yang berstatus sebagai bank sentral di Indonesia merupakan kunci dalam menstabilkan perekonomian. Bank Indonesia memiliki peranan dalam mengendalikan jumlah uang beredar dan suku bunga dengan maksud untuk menjaga kestabilan nilai rupiah. Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah (Pasal 7 ayat (1) UU No.3 Tahun 2004). Kestabilan nilai rupiah ini terlihat dari dua aspek yaitu aspek kestabilan mata uang rupiah terhadap barang dan jasa, yang ke dua adalah aspek kestabilan nilai mata uang rupiah terhadap mata uang Negara

lain. Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek ke dua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Jadi dapat disimpulkan bahwa Bank Indonesia menganut kebijakan moneter yang bersasaran tunggal.

Kebijakan pengendalian inflasi oleh Bank Indonesia dilakukan melalui pengendalian jumlah uang beredar dengan menetapkan tingkat suku bunga, dimana dua komponen ini adalah penentu dari pengendalian inflasi. Misalnya, Bank Indonesia ingin menurunkan permintaan agregat, hal ini dilakukan dengan menaikkan tingkat suku bunga, ketika tingkat suku bunga tinggi maka masyarakat akan lebih cenderung menyimpan uang di bank daripada menggunakannya untuk berbelanja dan memperluas bisnis.

Selain menggunakan kebijakanyang telah disebut di atas, Bank Indonesia dan pemerintah juga dapat menggunakan indikator lainnya berupa Indeks Harga Konsumen (IHK) sebagai sasaran akhir dan laju inflasi inti (*core inflation*) yang dapat dikendalikan oleh kebijakan moneter sebagai sasaran operasional. Namun cara pengukuran dari *core inflation* ini cukup sulit dipahami oleh masyarakat lembaga resmi lainnya yang menghitung, biasanya dihitung oleh Badan Pusat Statistik.

Untuk mewujudkan inflasi yang rendah dan stabil perlu adanya koordinasi dan kerjasama lintas instansi. Koordinasi antara pemerintah dengan Bank Indonesia telah diwujudkan dengan membentuk Tim Pemantauan dan Pengendalian Inflasi (TPI) sejak tahun 2005, berlanjut pada tahun 2008, TPI berkembang hingga ke daerah. Koordinasi Pengendalian Inflasi tersebut terus berkembang dan diperkuat dari sisi

dasar hukum, dengan diterbitkannya keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2017 tentang Tim Pengendalian Inflasi Nasional (TPIN). Keputusan Presiden tersebut menaungi mekanisme Tim Pengendalian Inflasi Pusat, Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) Provinsi dan Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) kabupaten/ kota.

Dalam pelaksanaannya, Bank Indonesia memiliki kewenangan menjaga stabilitas perekonomian dari tingkat nasional hingga tingkat daerah, ini disempurnakan dengan hadirnya 46 Kantor Perwakilan Bank Indonesia diseluruh Indonesia termasuk yang berada di kota Denpasar. Kantor perwakilan Bank Indonesia ini berfungsi sebagai mitra strategis pemerintah daerah dalam menjaga stabilitas perekonomian di daerah yang diantaranya adalah menjaga inflasi selalu dalam level yang rendah dan stabil.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah kebijakan Bank Indonesia dalam mewujudkan *stabilitas perekonomian melalui pengendalian inflasi di kota Denpasar*

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Inflasi**

Terdapat beberapa pengertian mengenai inflasi dalam beberapa literatur dari para ahli ekonomi, antara lain: Menurut Boediono (2001), Inflasi merupakan suatu kecenderungan mengenai harga-harga agar naik pada umumnya dan juga secara terus-menerus. Keadaan ketika harga dari satu atau beberapa barang naik, maka itu bukanlah dapat dikatakan sebagai inflasi. Namun, jika harga barang yang naik

tersebut meluas dan menyebabkan naiknya sebagian besar dari barang-barang lainnya itulah yang dinamakan dengan inflasi.” Menurut M. Natsir (2014), Inflasi adalah kecenderungan meningkatnya harga barang dan jasa secara umum dan terus menerus. Dalam pengertian lain, inflasi merupakan persentase kenaikan harga sejumlah barang dan jasa yang secara umum dikonsumsi oleh rumah tangga. Menurut Nopirin (2000), mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan Inflasi adalah proses kenaikan harga- harga umum barang-barang secara terus menerus. Ini tidak berarti bahwa harga- harga berbagai macam barang itu naik dengan persentase yang sama, mungkin dapat terjadi kenaikan tersebut tidaklah bersamaan, yang terpenting terdapat kenaikan harga umum barang secara terus- menerus selama suatu periode tertentu.

Dari penjelasan diatas, dapat dikemukakan bahwa inflasi adalah kecenderungan dari harga-harga untuk naik secara umum dan terus-menerus. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak dapat disebut sebagai inflasi, kecuali bila kenaikan tersebut meluas kepada (mengakibatkan kenaikan) sebagian besar dari harga-harga lain.

### **Jenis- Jenis Inflasi**

Berdasarkan sumbernya, inflasi dapat dibagi menjadi 3 jenis. Menurut M. Natsir (2014) tiga jenis inflasi berdasarkan sumbernya adalah sebagai berikut: (1) Inflasi karena Tarikan Permintaan (*Demand Pull Inflation*), merupakan kenaikan harga-harga karena tingginya permintaan, sementara barang tidak tersedia dengan cukup. Inflasi ini biasanya terjadi ketika perekonomian mencapai tingkat penggunaan tenaga kerja penuh dan

pertumbuhan ekonomi berjalan pesat. Selain itu, inflasi ini juga berlaku pada masa pertumbuhan yang pesat dan tingkat kegiatan ekonomi yang tinggi, masa perang atau ketidakstabilan politik. Dalam masa ini, biasanya pemerintah membelanjakan jauh melebihi pendapatannya; (2) Inflasi Dorongan Biaya (*Cost Push Inflation*), yaitu inflasi karena biaya atau harga faktor produksi meningkat. Akibatnya, produsen harus menaikkan harga supaya mendapatkan laba dan produksi bias berlangsung terus. Biasanya, cost push inflation berlaku ketika perekonomian hamper atau telah mencapai tingkat penggunaan tenaga kerja penuh. Kenaikan harga-harga tersebut bersumber dari salah satu kombinasi dari tiga faktor berikut: para pekerja dalam perusahaan menuntut kenaikan upah, harga bahan baku atau bahan penolong yang digunakan perusahaan bertambah tinggi, serta dalam perekonomian yang sedang mengalami perkembangan pesat; (3) Ekspektasi Inflasi, Selain faktor permintaan dan penawaran, inflasi juga dapat disebabkan oleh ekspektasi yang sering dinamakan ekspektasi inflasi. Ekspektasi inflasi sangat berperan dalam pembentukan harga dan upah tenaga kerja. Jika para pelaku ekonomi, baik individu, dunia usaha berpikir bahwa laju inflasi pada periode lalu masih akan terjadi di masa yang akan datang, maka para pelaku ekonomi akan melakukan antisipasi untuk meminimalkan kerugian yang mungkin timbul.

### **Faktor- faktor Penyebab Inflasi**

Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya inflasi, diantara faktor tersebut ada yang bersifat ekonomi namun bisa juga disebabkan kebijakan pemerintah. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi inflasi

antara lain: (1) Meningkatnya kegiatan ekonomi sehingga mendorong peningkatan permintaan agregat namun tidak diimbangi dengan meningkatnya penawaran agregat karena adanya kendala struktural perekonomian; (2) Kebijakan pemerintah dibidang harga dan pendapatan seperti kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak), listrik, air minum, menaikkan upah minimum tenaga kerja swasta dan gaji pegawai negeri diperkirakan memberikan tambahan terhadap inflasi; (3) Pelemahan nilai tukar rupiah sehingga harga cenderung naik dan sulit untuk turun apabila nilai tukar menguat; (4) Tingginya ekspektasi inflasi masyarakat, artinya ada kecenderungan masyarakat yang sangat tinggi terhadap konsumsi sehingga memicu kenaikan harga barang

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu cara pengolahan data yang dilakukan dengan cara menyusun secara sistematis sehingga diperoleh suatu kesimpulan umum. Sumber data adalah data primer yang diperoleh langsung dari obyek penelitian dan data sekunder yang diperoleh dari sumber buku-buku teks, jurnal, majalah dan artikel serta hasil penelitian sebelumnya.

#### **PEMBAHASAN**

##### **Tingkat Inflasi Kota Denpasar**

Inflasi merupakan salah satu fenomena ekonomi yang sering dialami oleh suatu negara, khususnya Indonesia. Inflasi yang terjadi di tanah air dapat disebabkan karena fenomena ekonomi di

dalam negeri atau bisa juga terjadi karena tekanan dari gejolak ekonomi yang datang dari luar negeri. Peristiwa terjadinya inflasi, tidak hanya melanda secara nasional namun adapula yang kapasitasnya sempit atau hanya terjadi di suatu daerah tertentu. Inflasi yang terjadi di suatu daerah (di Indonesia) dapat secara berkala meluas ke daerah lain, adapula yang sama sekali tidak berpengaruh ke daerah lainnya, ini tergantung dari seberapa besar tingkat inflasi yang terjadi pada suatu daerah tersebut. Apabila tingkat inflasi berada di angka 10% ke bawah setiap tahunnya, maka inflasi tersebut dikatakan inflasi merayap atau inflasi dengan kategori ringan dan cenderung hanya mempengaruhi perekonomian setempat. Namun apabila tingkat inflasi melebihi batas 10% per tahun atau angka tersebut terjadi setiap bulannya, maka dampak negatifnya akan terasa secara nasional.

Dalam hal pengukuran tingkat inflasi, Bank Indonesia bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) dengan tujuan bersama untuk mencapai tingkat inflasi yang rendah dan stabil. Jaringan kerjasama ini terhubung dari tingkat pusat sampai ke daerah provinsi hingga kabupaten/ kota. Seperti halnya kantor perwakilan Bank Indonesia di Provinsi Bali (berdomisili di kota Denpasar) yang bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) di kota Denpasar.

Berikut ini adalah data mengenai tingkat inflasi di kota Denpasar selama tiga periode berjalan penuh dari bulan Januari tahun 2016 hingga pada bulan Desember 2018.

Tabel 1. Persentase Tingkat Inflasi Kota Denpasar  
Januari- Desember 2016

Bulan	Tahun	Tingkat Inflasi
Januari	2016	0,49%
Februari	2016	0,07%
Maret	2016	0,06%
April	2016	-0,20%
Mei	2016	0,11%
Juni	2016	0,39%
Juli	2016	0,51%
Agustus	2016	0,45%
September	2016	0,26%
Oktober	2016	-0,19%
November	2016	0,28%
Desember	2016	0,69%
Tahunan	2016	2,94%

Sumber: BPS Kota Denpasar 2018

Dilihat dari tabel 1, tingkat inflasi di kota Denpasar akhir tahun 2016 berfluktuasi angkanya mengalami penurunan dan juga adanya kenaikan. Walaupun demikian angka inflasi tahunan di kota Denpasar masih masuk kategori yang wajar dengan angka inflasi tahunan sebesar 2,94%, ini artinya tingkat inflasi kota Denpasar masih tergolong kategori inflasi rendah atau ringan karena berada di bawah angka 10%.

Tabel 2. Persentase Tingkat Inflasi Kota Denpasar  
Januari- Desember 2017

Bulan	Tahun	Tingkat Inflasi
Januari	2017	1,39%
Februari	2017	0,42%
Maret	2017	0,02%
April	2017	0,07%
Mei	2017	0,11%
Juni	2017	-0,01%
Juli	2017	0,12%
Agustus	2017	0,26%
September	2017	-0,33%
Oktober	2017	-0,05%
November	2017	0,19%
Desember	2017	1,07%
Tahunan	2017	3,31%

Sumber: BPS kota Denpasar, 2018

Pada bulan Januari 2017, tingkat inflasi di kota Denpasar tingkat inflasi yang paling tinggi dan angka inflasi tahunan 2017 yaitu sebesar 3,31%. Ini berarti di tahun 2017, kota Denpasar terjadi inflasi dengan kategori inflasi ringan, karena berada pada angka di bawah 10%.

Tabel 3. Persentase Tingkat Inflasi Kota Denpasar  
Januari- Desember 2018

Bulan	Tahun	Tingkat Inflasi
Januari	2018	0,94%
Februari	2018	0,65%
Maret	2018	0,15%
April	2018	0,07%
Mei	2018	-0,03%
Juni	2018	0,38%
Juli	2018	0,48%
Agustus	2018	0,23%
September	2018	-0,52%
Oktober	2018	-0,10%
November	2018	0,34%
Desember	2018	0,77%
Tahunan	2018	3,40%

Sumber: BPS kota Denpasar, 2018

Dari Tabel 3, angka tingkat inflasi tahunan 2018 sebesar 3,40 dan angka ini menunjukkan tingkat inflasi di kota Denpasar tahun 2018 masih masuk kategori inflasi ringan karena berada dibawah angka 10%.

Sedangkan dari tiga tahun periode berjalan, tepatnya dari tahun 2016- 2018,

tingkat inflasi tahunan yang paling rendah di kota Denpasar terjadi pada tahun 2016 (2,94%) dan yang paling tinggi terjadi pada tahun 2018 (3,40%). Tingkat inflasi tahunan dari tiga tahun berjalan tersebut masih tergolong kategori tingkat inflasi ringan karena berada di bawah angka 10%, yaitu ambang batas dari kategori inflasi ringan.

## **Kebijakan Bank Indonesia Dalam Melakukan Stabilitas Perekonomian**

Kerangka strategis kebijakan moneter pada dasarnya menyangkut penetapan tujuan akhir kebijakan moneter dan strategi untuk mencapainya, dan proses yang dimaksud dikenal dengan sebutan Transmisi kebijakan moneter.

Untuk mencapai tujuan itu, Bank Indonesia menetapkan kebijakan:

1. Kebijakan BI 7-Day Repo Rate (7DRR) sebagai instrument kebijakan utama untuk mempengaruhi aktivitas kegiatan ekonomi agar inflasi terkendali. Kebijakan BI 7-Day Repo Rate adalah kebijakan nilai suku bunga yang ditetapkan oleh Bank Indonesia menggunakan time lag selama 7 hari dan kelipatannya (14, 21 hari dan seterusnya). Dimana bank sudah bisa menarik uang beserta bunga terbaru saat penarikan walaupun suku bunganya kecil namun hasilnya bisa cukup besar karena akan berpengaruh terhadap kelancaran pemberian kredit macet karena perubahan suku bunga.
2. Selain kebijakan BI 7 Day Repo Rate yang dilakukan untuk pengendalian inflasi, Bank Indonesia juga dapat melakukan mekanisme kebijakan moneter lainnya dalam pengendalian inflasi, antara lain adalah:
  - a. Kebijakan Operasi Pasar Terbuka  
Operasi Pasar Terbuka merupakan salah satu instrument kebijakan dari Bank Indonesia yang sangat penting dalam mempengaruhi penawaran uang. Dengan operasi pasar terbuka bank sentral dapat mempengaruhi sasaran operasionalnya, yaitu suku bunga dan jumlah uang beredar secara lebih efektif karena pelaksanaan negara sudah mengalami hiperinflasi (inflasi diatas 100%), dengan

instrument ini dilakukan secara terbuka dan pembentukan suku bunganya ditentukan berdasarkan mekanisme pasar. Kebijakan ini dilakukan dengan cara menjual atau membeli surat-surat berharga (sertifikat Bank Indonesia dan surat berharga Pasar Uang) oleh bank sentral di pasar primer maupun pasar sekunder melalui mekanisme lelang atau non lelang.

- b. Kebijakan Diskonto  
Kebijakan Bank Sentral untuk mengurangi jumlah uang yang beredar dengan cara menaikkan suku bunga. Dengan menaikkan suku bunga, diharapkan masyarakat akan menabung di bank lebih banyak. Dengan demikian, jumlah uang yang beredar dapat dikurangi.
- c. Kebijakan Cadangan Kas  
Kebijakan cadangan kas adalah kebijakan bank sentral untuk menambah atau mengurangi jumlah uang beredar dengan cara menaikkan atau menurunkan cadangan kas minimum yang dimiliki bank-bank umum.
- d. Kebijakan Kredit Selektif  
Kebijakan Bank Sentral untuk mengurangi jumlah uang beredar dengan cara memperketat syarat-syarat pemberian kredit. Syarat pemberian yang ketat akan mengurangi jumlah pengusaha yang bisa memperoleh kredit, dengan demikian jumlah uang yang beredar dapat dikurangi.
- e. Sanering  
Kebijakan Bank Sentral memotong nilai mata uang dalam negeri jika memotong nilai mata uang maka nilai uang yang beredar dapat

- dikurangi.
- f. Menarik Atau Memusnahkan Uang Lama Kebijakan menarik atau memusnahkan uang lama dilakukan bank sentral dalam rangka mengurangi jumlah uang beredar. Dulu kita masih menggunakan uang logam Rp5,- ; Rp10,- dan uang kertas Rp100,- merah.
  - g. Membatasi Pencetakan Uang Baru Dalam ilmu ekonomi, harga barang akan tergantung pada perbandingan jumlah uang dan jumlah persediaan barang. Jika barang lebih banyak dari jumlah uang yang beredar, maka harga akan cenderung turun. Sebaliknya, jika jumlah barang lebih sedikit dibanding jumlah uang yang beredar, maka harga - harga akan cenderung naik. Karena itulah, pencetakan uang secara tak langsung juga ditentukan oleh hal tersebut, agar tidak terjadi inflasi.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari uraian sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali telah berhasil mengendalikan dan menjaga tingkat inflasi di kota Denpasar dengan cukup baik, dimana rata- rata angka persentase inflasi tahunan yang terjadi dari tahun 2016- 2018 selalu berada dibawah angka 3,50%.Ini menunjukkan bahwa inflasi yang terjadi di kota Denpasar selama periode tahun 2016- 2018 berada dalam kategori inflasi ringan karena berada dibawah angka 10% per tahun, yang merupakan ambang batas dari tingkat inflasi ringan.
2. Hubungan inflasi dengan stabilitas perekonomian tercermin dari bagaimana dampak positif dan negatif

inflasi itu sendiri dalam mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Dampak positif dari inflasi terhadap perekonomian atau ketika inflasi terkontrol dapat menyebabkan tercukupinya produksi di dalam negeri karena produsen terus berproduksi dari keuntungan meningkatnya harga-harga dan dapat membuka kesempatan kerja baru. Sedangkan dilihat dari dampak negatifnya, inflasi yang tidak terkontrol cenderung membuat ketidakstabilan perekonomian. Inflasi yang tinggi menyebabkan pendapatan masyarakat terus turun sehingga standar hidup menurun dan terjadi kemiskinan.

3. Dalam menjaga stabilitas perekonomian melalui pengendalian inflasi di kota Denpasar, Bank Indonesia melakukan transmisi kebijakan moneter dengan menerapkan sistem BI-7 Day Repo Rate (BI- 7DRR). Kebijakan ini menggambarkan tindakan Bank Indonesia melalui perubahan-perubahan instrumen moneter dan target operasionalnya. Selain menjalankan transmisi kebijakan moneter melalui kebijakan BI 7- Day Repo Rate. Bank Indonesia juga menjalankan kebijakan moneter lainnya seperti menjaga instrumen suku bunga dalam operasi pasar terbuka, melaksanakan penurunan tingkat diskonto, pengawasan kredit yang berkaitan dengan cash ratio, mengurangi jumlah peredaran uang melalui pembatasan pencetakan uang baru, menarik atau memusnahkan uang lama, menurunkan nilai uang atau sanering, dan menjaga kelancaran sistem pembayaran.

## Saran

1. Mengingat pentingnya kontrol terhadap tingkat harga barang dan jasa konsumsi masyarakat, maka perlu adanya tindakan operasi pasar secara bertahap oleh pemerintah dan pihak terkait, terutama pada saat hari besar keagamaan di pusat-pusat perbelanjaan seperti pasar tradisional dan pasar modern agar tidak terjadi kecurangan dan harga-harga dapat terkendali.
2. Perlu adanya sosialisasi dari Pemerintah dan Bank Indonesia mengenai bahaya inflasi kepada masyarakat, dengan cara memberikan informasi-informasi dan edukasi yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi, seperti mengajak masyarakat untuk menyimpan kelebihan uang di Bank, tidak melakukan konsumsi barang dan jasa secara berlebihan dan himbauan untuk lebih memilih produk dalam negeri ketimbang produk-produk yang datang dari luar negeri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Sritua. 1996. *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro Lanjutan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Biz, Ardra. Indikator Pertumbuhan Ekonomi Suatu Negara, diakses dari <https://ardra.biz/ekonomi-makro/indikator-pertumbuhan-ekonomi-suatu-negara>.
- Boediono, 2001. *Ekonomi Makro Edisi 4*. BPFE. Yogyakarta.
- Dian, Ahmad. Instrumen Kebijakan Moneter Dalam Ekonomi, diakses dari <https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/moneter/instrumen-kebijakan-moneter>.
- Indonesia, Bank. Disagregasi Inflasi, diakses dari <https://www.bi.go.id/moneter/inflasi/pengenalan/content/disagregasi>.
- Indonesia, Bank. Kajian Ekonomi Regional, diakses dari <http://www.bi.go.id/publikasi/kajian-ekonomi-regional/bali>.
- Indonesia, Bank. "Koordinasi Pengendalian Inflasi", diakses dari <http://www.bi.go.id/koordinasi-pengendalian-inflasi>.
- Indonesia, Bank. "Pengenalan Inflasi", diakses dari <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/pengenalan/content.default.asp>.
- Kasmir, 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir, 2014. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir, 2014. *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Mankiw, Gregory N. 2001. *Pengantar Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Natsir, M. 2014. *Ekonomi Moneter dan Kebanksentralan*. Penerbit Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Nopirin. 2000. *Ekonomi Moneter Edisi 1*. BPFE. Yogyakarta.
- Nuryadin, Asli. 2012. *Manajemen Perusahaan*. Penerbit LaksBang PRESSindo. Yogyakarta.
- Putong, Iskandar. 2002. *Pengantar Ekonomi Mikro Dan Makro*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Sudirman, I Wayan. 2011. *Kebijakan Fiskal dan Moneter*. Penerbit Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi 3*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2007. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan*. Kencana. Jakarta.
- Suseno dan Astiyah. 2009. *Inflasi. Seri Kebanksentralan No. 22*. Bank Indonesia. Jakarta.

# **.PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA SMK NEGERI 3 BANGLI**

**I Wayan Juniartawan<sup>1</sup>, I Wayan Sujana<sup>2</sup>, Ni Nyoman Ari Novarini<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Mahasaraswati Denpasar

Email: Juni1301020040@gmail.com, Novarini0511@gmail.com

**Abstract:** *The progress of an institution is very much determined by the quality of the human resources in it. Humans are the most important resource in an organization in achieving success. All procedures and systems that are owned by an organization will be able to run if the HR is competent. The phenomenon that often occurs is the delay of employees in carrying out their duties. The purpose of this study was to obtain empirical evidence of the Effect of Democratic Leadership and Communication Style on Employee Performance at SMK Negeri 3 Bangli. The population in this study were 31 employees which is a total sampling. Research data collection was carried out by observation and questionnaire distribution. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the analysis and hypothesis testing Democratic Leadership Style has a positive and significant effect on Employee Performance in State Vocational School 3 Bangli, Communication has a positive and significant effect on Employee Performance in State Vocational School 3 Bangli.*

**Keywords:** *Democratic Leadership Style, Communication, and Employee Performance*

## **PENDAHULUAN**

Kemajuan suatu lembaga sangat ditentukan oleh kualitas Sumber Daya Manusia yang ada didalamnya. Manusia merupakan sumber daya yang paling penting pada suatu organisasi dalam mencapai keberhasilan. Segala prosedur dan sistem yang dimiliki oleh suatu organisasi akan mampu dijalankan dengan baik jika Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki kompeten. Menurut Samsudin (2010:1) SDM atau sumber daya manusia adalah orang-orang yang merancang dan menghasilkan barang atau jasa, mengawasi mutu, memasarkan produk, mengalokasikan sumber daya finansial, serta merumuskan seluruh strategi dan tujuan organisasi. Sehingga dapat diartikan bahwa, SDM adalah aset yang dimiliki perusahaan atau organisasi

untuk melakukan segala aktivitas operasional.

Menurut Moehariono (2010: 11) menyimpulkan pengertian kinerja karyawan atau definisi kinerja atau *performance* sebagai hasil kinerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif, sesuai dengan kewenangan, tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika. Kinerja yang baik dan tinggi yang dimiliki seorang tutor misalnya, sangat dapat membantu mengembangkan sebuah lembaga pendidikan dengan banyaknya prestasi anak didik yang terampil dan mampu bersaing di era globalisasi saat ini. Seperti halnya dari tahun ke tahun

perkembangan pendidikan sangat berkembang pesat. Jika kinerja yang dimiliki oleh seorang tutor lembaga pendidikan turun, maka dapat merugikan dan berdampak *negative* pada lembaga pendidikan itu sendiri. Oleh karena itu, kinerja seorang tutor lembaga pendidikan tersebut perlu mendapatkan perhatian yang baik dari pihak manajemen dengan kajian berkaitan dengan kepemimpinan demokratis dan komunikasi.

Kepala SMK Negeri 3 Bangli menerapkan gaya demokratis dalam kepemimpinannya guna menyelaraskan kebutuhan perusahaan serta kebutuhan karyawan sehingga aspirasi-aspirasi karyawan turut digunakan dalam penerapan beberapa sistem di ruang lingkup perusahaan. Salah satunya dalam penyusunan jadwal karyawan. SMK Negeri 3 Bangli memiliki fleksibilitas dalam penyusunan jadwal piket karyawan karena karyawan dapat menentukan program kerjanya sendiri selama satu semester dengan catatan tanggung jawab mereka.

Thoha (2013:49) mengemukakan gaya kepemimpinan demokratis adalah gaya kepemimpinan yang dikaitkan dengan kekuatan personal dan keikutsertaan para pengikut dalam proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. Hasil penelitian terdahulu diantaranya yaitu penelitian Mardiana (2014) yang memberikan kesimpulan bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, gaya kepemimpinan demokratis dan kinerja pegawai di Kantor Sekretariat Daerah Kota Samarinda termasuk dalam kategori sedang. Oleh karena itu gaya kepemimpinan yang ada harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar kinerja pegawai yang telah baik dapat dipertahankan dan menjadi lebih baik lagi.

Menurut Robbins (2013) menyebutkan bahwa komunikasi membantu perkembangan motivasi dengan menjelaskan kepada para karyawan apa yang harus dilakukan, seberapa baik mereka bekerja, dan apa yang dapat dikerjakan untuk memperbaiki kinerja yang di bawah standar. Penelitian Ardiansyah (2016) hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi terhadap kepuasan kerja, komunikasi terhadap kinerja, kepuasan kerja terhadap kinerja, dan Peran mediasi kepuasan kerja terhadap komunikasi dan kinerja karyawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Purwanto (2013) diketahui bahwa komunikasi mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap kinerja melalui motivasi. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Prabasari (2013) dapat diketahui ada variabel motivasi, disiplin kerja, dan komunikasi berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kinerja karyawan pada. Motivasi menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja karyawan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Gaya Kepemimpinan Demokratis**

Thoha (2010:50) mengatakan gaya kepemimpinan demokratis dikaitkan dengan kekuatan personal dan keikutsertaan para pengikut dalam proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan. Menurut Denim (2004: 75) kepemimpinan demokratis adalah kepemimpinan yang hanya dengan kekuatan kelompok, tujuan-tujuan yang bermutu tercapai. Kepemimpinan demokratis berpusat pada kinerja kelompok yang saling bekerjasama dan bertukar aspirasi untuk mewujudkan

keberhasilan perusahaan. Adapun indikator gaya kepemimpinan demokratis yang telah disesuaikan dengan ciri-cirinya menurut Ariani (2015: 10) diantaranya adalah:

- a) Keputusan dibuat Bersama
- b) Menghargai potensi setiap bawahannya
- c) Mendengar kritik, saran/pendapat dari bawahan
- d) Melakukan kerjasama dengan bawahannya

**Komunikasi**

Komunikasi adalah tindakan atau proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya yang menggunakan symbol-simbol, kata-kata, gambar, grafik, dan sebagainya (Berelson *et al.* dalam Mulyana, 2013:68). Dalam sebuah organisasi, segala informasi dilanjutkan dari satu individu ke individu lainnya dalam menjalankan sebuah visi dan misi organisasi tersebut sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien. Adapun Indikator komunikasi menurut Suranto AW (2010:105) ada beberapa indikator komunikasi efektif adalah:

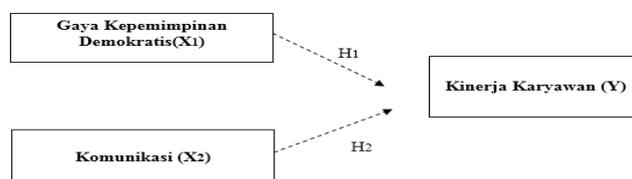
- a) Pemahaman
- b) Kesenangan
- c) Pengaruh pada sikap
- d) Hubungan antar rekan kerja
- e) Tindakan

**Kinerja Karyawan**

Kinerja Karyawan menurut Benardin dan Russel dalam Priansa (2014:270), kinerja adalah hasil yang diproduksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan-kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu. Hasil kerja tersebut merupakan hasil dari kemampuan, keahlian, dan keinginan yang dicapai. Setiap individu dalam sebuah lingkungan kerja pastinya memiliki kemampuan maupun keahlian yang berbeda-beda namu pada dasarnya mereka memiliki tujuan dan keinginan yang sama untuk dicapai. Dengan kata lain, kinerja adalah hasil kerja pegawai dalam mengemban tugas yang termasuk ke dalam lingkup tanggung jawabnya. Adapun Indikator Menurut Mangkunegara (2009), hal yang perlu diperhatikan oleh manajer sumber daya manusia sebagai indikator kinerja karyawan antara lain :

- a) Kualitas kerja
- b) Kuantitas kerja
- c) Kerjasamanya
- d) Tanggung jawab

**KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**



Gambar 1. Kerangka Berpikir

H1: Gaya kepemimpinan demokratis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan SMK Negeri 3 Bangli.

H2: Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan SMK Negeri 3 Bangli

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana meliputi jumlah karyawan dan data absensi serta penelitian kualitatif yang meliputi gambaran perusahaan, sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan lain-lain.

### **Tempat dan Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 3 Bangli yang beralamat di Jalan DR. Ir. Soekarno, Tamanbali Bangli. Obyek penelitian adalah karyawan SMK Negeri 3 Bangli. Saat ini SMK Negeri 3 Bangli memiliki 31 orang karyawan terkait dengan gaya kepemimpinan demokratis dan komunikasi terhadap kinerja karyawan.

### **Populasi dan Sampel**

Sugiyono (2007), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada SMK Negeri 3 Bangli yang berjumlah 31 orang.

### **Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan studi pendahuluan untuk

menemukan permasalahan yang harus diteliti.

2. Observasi yaitu teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data yang akurat.
3. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif ( $r > 0,3$ ), maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan *valid*. Instrumen yang *valid* adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur. Berdasarkan uji instrument dengan penyebaran kuesioner pada 31 responden, dapat dijelaskan bahwa seluruh korelasi dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,30 ( $r > 0,3$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini terbukti *valid*.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu variabel pada penelitian. Instrumen dikatakan reliabel untuk mengukur variabel bila memiliki nilai (*Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ ). Berdasarkan hasil Uji Reliabilitas dapat dijelaskan bahwa masing - masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

## Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,762. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal

### b. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian tidak memiliki masalah multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas.

### c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai *absolut residual*-nya (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi dari variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis (X1) dan Komunikasi (X2) sehingga model regresi ini layak untuk digunakan.

## Analisis Infrensial

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan dapat diketahui secara nyata dengan menggunakan analisis regresi, dalam hal ini digunakan analisis regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan aplikasi *SPSS Versi 22 For Windows*.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.593	.301		1.968	.059
Gaya Kepemimpinan Demokratis	.578	.143	.621	4.041	.000
Komunikasi	.279	.135	.317	2.061	.049

Sumber : Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 1, maka persamaan regresi linier berganda akan menjadi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,593 + 0,578 X_1 + 0,279 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa:

$a = 0,593$ , artinya apabila tidak ada perhatian terhadap Gaya Kepemimpinan Demokratis (X1) dan Komunikasi (X2) atau nilainya tetap,

maka besarnya Kinerja Karyawan (Y) adalah 0,593.

b1 = 0,578, artinya jika Gaya Kepemimpinan Demokratis (X1) meningkat, maka Kinerja Karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,578, dengan asumsi Komunikasi dianggap konstan.

b2 = 0,279, artinya jika Komunikasi (X2) meningkat, maka Kinerja Karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,279, dengan asumsi Gaya Kepemimpinan Demokratis dianggap konstan.

### **Analisis Korelasi Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan secara simultan antara Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan. Berdasarkan hasil koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,908. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2016) bahwa koefisien korelasi berganda sebesar 0,908 berada antara 0,800 – 1,000 yang berarti korelasi adalah Sangat Kuat.

### **Analisis Determinasi**

Analisis ini pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2016:97). Analisis Determinasi dapat diukur dengan melihat nilai *R Square*, namun karena variabel dalam penelitian ini lebih dari satu, maka digunakanlah nilai *Adjusted R Square*.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,811.

Ini berarti besarnya variasi pengaruh antara Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan adalah 81,1% sedangkan sisanya 19,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

### **Uji T (t-test)**

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh antara Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan secara parsial adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan.

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Penarikan Kesimpulan untuk Variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis

Berdasarkan hasil analisis SPSS pada Tabel 5.14 diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis adalah 4,041 dan signifikansi t sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti bahwa secara statistik Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada SMK Negeri 3 Bangli” dapat diterima.

b. Penarikan Kesimpulan untuk variabel Komunikasi

Berdasarkan hasil analisis SPSS diperoleh nilai t-hitung untuk variabel Komunikasi adalah 2,061 dan signifikansi t sebesar  $0,049 < 0,05$ . Ini berarti bahwa secara statistik Komunikasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa

hipotesis yang menyatakan “Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada SMK Negeri 3 Bangli” dapat diterima.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan “SMK Negeri 3 Bangli”. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi untuk Variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis. Ini berarti bahwa secara parsial Gaya Kepemimpinan Demokratis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada SMK Negeri 3 Bangli.
- 2) Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi kerja karyawan “SMK Negeri 3 Bangli”. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi untuk Variabel Komunikasi. Ini berarti bahwa secara parsial Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada SMK Negeri 3 Bangli.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka saran-saran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil terhadap item pernyataan “Kepala

Sekolah terlibat bersama-sama dengan karyawan untuk membuat keputusan” dan “Kepala Sekolah mendengar kritikan, saran dan pendapat dari karyawan”. Maka disarankan kepada Kepala Sekolah agar lebih sering melibatkan Karyawan dalam membuat suatu kebijakan atau keputusan dan mendengar kritik, saran atau pendapat Karyawan.

- 2) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel Komunikasi dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil terhadap item pernyataan “Kepala Sekolah selalu memberikan arahan yang jelas pada setiap pekerjaan yang saya lakukan” dan “Saya merasa nyaman ketika berkomunikasi bertukar pikiran dengan rekan kerja tentang masalah pekerjaan di sekolah”. Maka disarankan Kepala Sekolah agar memberikan arahan yang jelas pada setiap karyawan dan menjaga komunikasi antar sesama karyawan agar semua pekerjaan dapat diselesaikan.
- 3) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel Kinerja Karyawan dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil terhadap item pernyataan “Saya berpartisipasi dengan karyawan lain dalam menyelesaikan pekerjaan dan Saya bertanggung jawab untuk hasil kerja dan sarana, juga prasarana”. Maka disarankan kepada seluruh Karyawan agar mampu berpartisipasi dalam menyelesaikan pekerjaan dan mampu bertanggung jawab atas pekerjaan yang telah dikerjakan dan juga sarana dan prasarana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Dimas Okta. 2016. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Ariani, Novi. 2015. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. PP.London Sumatera Indonesia, Tbk. Wilayah Bulukumba. Makassar. *Skripsi Administrasi Perkantoran FIS UNM*.
- Denim, Sudarwan. 2004. *Motivasi Kepemimpinan & Efektifitas Kelompok*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mangkunegara. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama. Bandung.
- Mardiana. 2014. Pengaruh Kepemimpinan Demokratis Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Sekretariat Daerah Kota Samarinda. Samarinda: *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman*.
- Moehariono. 2010. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Ghalia Indonesia. Surabaya.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Prabasari, I Gusti Agung Ayu Maya. I Gusti Salit Ketut Netra. 2013. Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pln (Persero) Distribusi Bali. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (UNUD), Bali, Indonesia
- Priansa, D.J. 2014. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Alfabeta. Bandung.
- Purwanto, Sony Bagus. 2013. Pengaruh Komunikasi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Proyek Pondasi Tower Di Timor Leste PT. Cahaya Inspirasi Indonesia). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Robbins S.P. dan T.A. Judge. 2013. *Organizational Behavior*. Pearson Education Inc. *United State*.
- Samsudin, Sadili. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia. Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suranto, AW. 2010. *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Thoha, Miftah. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Thoha, Miftah. 2013. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Implikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

# GAYA KEPEMIMPINAN, PROFESIONALITAS, DAN ETOS KERJA PENGARUHNYA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA THE TRANS HOTEL KUTA

Tettie Setiyarti<sup>1)</sup>, I Gusti Ayu Putu Andayani<sup>2)</sup>, Ida Bagus Radendra<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>STIMI “Handayani” Denpasar

Email: <sup>1)</sup>tettie.setiyarti84@gmail.com, <sup>2)</sup>ayuputu2014@gmail.com,

<sup>3)</sup>idabagusradendra@gmail.com

**Abstract:** *Managerial and leadership skills possessed by a leader are needed in processing human resources in optimizing employee performance, because employees are one of the important assets to realize the organization's vision and mission. In this paper, the writer tries to find a gap or mismatch between expectations and reality (Das Solen Das Sein) between leadership style and facts on the ground, using The Trans Resort Hotel, Kuta, as the locus of the whole discussion. This paper will discuss descriptively the hotel's leadership style, its employees' professionalism and work ethics, and their effects on productivity of the hotel. Data collection methods were done through observation, interviews, and documentation, while the analysis technique used include the classic assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing. The results of this study indicate that leadership, professionalism, and work ethic have a positive and significant effect in influencing the level of work productivity of employees who work in The Trans Hotel Kuta, Bali.*

**Keywords:** *Leadership style, professionalism, work ethos, productivity*

## PENDAHULUAN

Peranan pemimpin sangat strategis dalam memenangkan persaingan global. Peran serta seluruh pemangku kepentingan diperlukan untuk meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia sebuah hotel guna meningkatkan produktivitas, serta kinerja organisasi yang efektif dan efisien sehingga mampu bersaing dengan para pesaingnya. Manajemen Hotel yang ideal perlu memiliki sumber daya manusia (pimpinan dan karyawan) yang profesional dan bermutu, sanggup membangun kepercayaan pasar, melengkapi sarana-prasarana yang memadai, memiliki organisasi yang berjalan efektif dan dinamis, serta selalu meningkatkan kualitas produktivitas kerjanya.

Kemampuan managerial dan kepemimpinan yang dimiliki oleh seorang pemimpin sangat diperlukan dalam mengolah sumber daya manusia tadi dalam mengoptimalkan kinerja karyawan, karena karyawan merupakan salah satu aset penting mewujudkan visi dan misi organisasi. Persoalan yang kemudian muncul adalah bagaimana mendorong kesadaran akan pentingnya kemampuan leadership karyawan agar maksimal, untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi. Hanya saja, menurut Robbin dalam Coulter (2014:47), ekspektasi tersebut pada kenyataannya sering menyimpang jauh dari apa yang diharapkan.

Oleh sebab itu, Dalam tulisan ini, penulis berusaha menemukan kesenjangan atau ketidaksesuaian antara harapan dan

kenyataan (*Das Solen Das Sein*) antara gaya kepemimpinan dan fakta di lapangan, dengan menggunakan The Trans Hotel, Kuta, sebagai lokus dari keseluruhan pembahasan. Tulisan ini akan membahas secara deskriptif gaya kepemimpinan, profesionalitas kerja karyawan, dan etos kerja karyawan, serta pengaruhnya terhadap produktivitas kerja mereka hotel tersebut.

Pada akhirnya, tulisan ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pariwisata dalam mengkaji gaya kepemimpinan, profesionalitas, dan etos Kerja serta Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. Selain itu, tulisan ini juga dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen The Trans Hotel Kuta dalam membenahi pola gaya kepemimpinan, profesionalitas, dan etos kerja karyawan mereka guna meningkatkan produktivitas kerja.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Gaya Kepemimpinan**

House dalam Yukl, (2009:47) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan individu untuk mempengaruhi, memotivasi, dan membuat orang lain mampu memberikan kontribusinya demi efektivitas dan keberhasilan organisasi. Sedangkan, Dubin dalam Wahjosumidjo, (2011:21), mengatakan bahwa, "*Leadership is the exercises of authority and the making of decisions*". Dengan kalimat lain, gaya kepemimpinan adalah kemampuan seseorang pemimpin dalam mempengaruhi, menggerakkan, mendorong, mengendalikan orang lain atau bawahannya untuk melakukan sesuatu pekerjaan atas kesadarannya dan

berkontribusi dalam mencapai suatu tujuan.

Sementara itu, menurut indikatornya, penelitian ini akan menggunakan kategorisasi menurut Toha (2001:34) yang membagi gaya kepemimpinan kedalam empat kategorisasi: 1) kepemimpinan yang suportif, 2) kepemimpinan yang direktif; 3) kepemimpinan yang partisipatif; dan 4) kepemimpinan yang berorientasi prestasi.

### **Profesionalitas Kerja**

Menurut pendapat Kusnandar (2007:211), profesional adalah suatu kumpulan atau set pekerjaan yang membangun suatu set norma yang sangat khusus yang berasal dari perannya yang khusus di masyarakat. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi profesionalitas kerja menurut Mulyasa (2006:40) adalah sebagai berikut: 1) keterampilan, berdasarkan pengetahuan teoritis; 2) pendidikan yang ekstensif; 3) pelatihan institusional selain ujian; 4) otonomi kerja professional; 5) kode etik organisasi. Prinsip dalam profesionalitas kerja itu sendiri, menurut pendapat Moenir dalam Mulyasa (2006:40) adalah sebagai berikut: 1) mengatur diri sendiri; 2) layanan public; 3) status dan imbalan; 4) tanggung jawab; 5) keadilan; dan 6) Otonomi.

Empat indikator profesionalisme antara lain: 1) equality, yaitu Perlakuan yang sama atas pelayanan yang diberikan; 2) equity, yaitu perlakuan yang sama kepada masyarakat dan adil secara merata; 3) loyalty, yaitu kesetiaan yang diberikan kepada konstitusi hukum, pimpinan, bawahan, dan rekan kerja; 4) accountability, setiap layanan atau tindakannya harus dapat dipertanggungjawabkan.

### **Etos Kerja**

Menurut Bertens (1994), secara etimologis istilah etos berasal dari bahasa Yunani yang berarti tempat hidup, mula-mula tempat hidup dimaknai sebagai adat istiadat atau kebiasaan. Sejalan dengan waktu, kata etos berevolusi dan berubah makna menjadi semakin kompleks. Dari kata yang sama muncul pula istilah *ethikos* yang berarti teori kehidupan, yang kemudian menjadi etika. Dalam bahasa Inggris, etos dapat diterjemahkan menjadi beberapa pengertian antara lain *starting point, to appear, disposition*, hingga disimpulkan sebagai *character*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), etos diterjemahkan sebagai sifat dasar atau disposisi (watak).

Menurut pendapat Anoraga (2009), etos kerja merupakan suatu pandangan dan sikap suatu bangsa atau umat terhadap kerja, jika individu-individu dalam komunitas memandang kerja sebagai suatu hal yang luhur bagi eksistensi manusia, maka etos kerjanya akan cenderung tinggi. Sejalan dengan ini, Sinamo (2005) juga memandang bahwa etos kerja merupakan pondasi dari sukses yang sejati dan otentik. Sinamo (2005) percaya jika setiap manusia memiliki *spirit* (roh) keberhasilan, yaitu motivasi murni untuk meraih dan menikmati keberhasilan. Roh inilah yang menjelma menjadi perilaku yang khas seperti kerja keras, disiplin, teliti, tekun, integritas, rasional, bertanggung jawab dan sebagainya. Lalu perilaku yang khas ini berproses menjadi kerja yang positif, kreatif dan produktif.

Delapan indikator etos kerja menurut Sinamo (2005:237) antara lain: 1) prinsip yang mengatakan bahwa kerja adalah rahmat; 2) kerja adalah amanah; 3) kerja adalah panggilan; 4) kerja adalah aktualisasi; 5) kerja adalah ibadah; 6) kerja

adalah seni; 7) kerja adalah kehormatan; dan 8) kerja adalah pelayanan.

### **Produktivitas Kerja**

Menurut pendapat Riyanto dalam Hasibuan (2014:22) secara teknis produktivitas adalah suatu perbandingan antara hasil yang dicapai (*output*) dengan keseluruhan sumber daya yang diperlukan (*input*). Produktivitas mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan peran tenaga kerja persatuan waktu. Faktor-faktor yang dapat digunakan dalam mengukur produktivitas kerja sebuah perusahaan menurut Henry Simamora (2014:612) antara lain: 1) kuantitas kerja adalah merupakan suatu hasil yang dicapai oleh karyawan dalam jumlah tertentu dengan perbandingan standar ada atau ditetapkan oleh perusahaan; 2) kualitas kerja yang ditetapkan oleh perusahaan; dan 3) ketepatan waktu.

### **Penelitian Terdahulu**

Nia Lestarianawati (2014) dalam penelitiannya yang berjudul, “Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Pegawai Non Medis Badan Rumah Sakit Umum Daerah Kuningan”, menggunakan metode regresi berganda empat variabel kepemimpinan (*exploitative authoritative, benevolent authoritative, consultative, dan participative group*) atas 91 sampel. Ia menemukan bahwa *participative group* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap prestasi kerja, sedangkan koefisien determinasi sebesar 0,741 yang menunjukkan bahwa sebesar 74,1% prestasi kerja dapat dijelaskan oleh variabel gaya kepemimpinan *exploitative authoritative, benevolent authoritative, consultative, dan participative group*

sedangkan sisanya sebesar 25,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model pada taraf signifikansi 5%.

Kemudian Iwan Garniwa (2015) dalam penelitiannya yang berjudul, “Pengaruh Profesionalitas dan Stres Kerja terhadap Motivasi serta dampaknya terhadap Prestasi Kerja Dosen Tetap Universitas Widyatama”, menemukan bahwa variabel profesionalitas dan stress kerja yang terdiri dari konflik kerja, beban kerja, waktu kerja, karakteristik tugas, dukungan kelompok dan pengaruh kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja. Sedangkan motivasi kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja dosen.

Terakhir, Budi Wiyono (2016) dalam penelitiannya yang berjudul, “Pengaruh Etos Kerja, Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Kerja Kerja Pegawai *CPP Network* di Magelang”, menemukan bahwa secara simultan variabel etos kerja, motivasi, dan disiplin berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas Kerja, namun secara parsial hanya disiplin kerja yang berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Sementara itu motivasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai *CPP Network* di Magelang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dijadikan sebagai basis data pada tulisan ini mengambil tempat di The Trans Hotel Kuta, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Sedangkan yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah pengaruh Gaya Kepemimpinan (X.1), Profesionalitas (X.2), Etos Kerja (X.3), terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Y) The Trans Hotel

Kuta, melalui pendekatan analisis korelasi regresi linier dan regresi berganda. Gaya Kepemimpinan (X.1), Profesionalitas (X.2), Etos Kerja (X.3) diperlakukan sebagai variabel independen, sedangkan Produktivitas Kerja Karyawan (Y) diperlakukan sebagai variabel dependen, lihat Gambar 1. Oleh sebab itu, Hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

H1 : Ada pengaruh positif antara Gaya Kepemimpinan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan The Trans Hotel Kuta.

H2 : Ada pengaruh positif antara Profesionalitas terhadap Produktivitas Kerja Karyawan The Trans Hotel Kuta.

H3 : Ada pengaruh positif antara Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan The Trans Hotel Kuta.

H4 : Ada pengaruh simultan antara Gaya Kepemimpinan, Profesionalitas, dan Etos Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan The Trans Hotel Kuta.

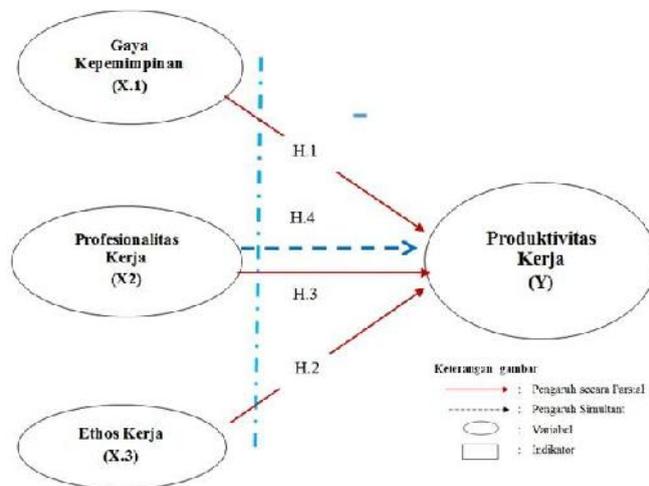
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Karyawan The Trans Hotel Kuta, yaitu sebanyak 135 responden yang kemudian, dengan menggunakan metode Slovin dan *Startified Proporsional Random Sampling*, dikerucutkan menjadi 90 responden berdasarkan departemen tempat mereka bekerja untuk dijadikan sebagai sampel penelitian untuk di teliti.

Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui: 1) observasi langsung di lapangan mengenai keadaan ruang kelas, suasana belajar mengajar, suasana kerja di ruang, kamar hotel, restaurant, kitchen, dan pool are, parkir area, dll; 2) wawancara dengan mengadakan dialog tanya jawab secara langsung dengan pihak Manajemen, Departemen Head,

Assitent Manager, Level Supervisor serta perwakilan dari staff setiap unit kerja, bagaian Adminsitration, Tata Usaha, para karyawan di The Trans Hotel Kuta; dan 3) kuesioner dengan menggunakan Skala Likert terhadap seluruh sampel atas populasi penelitian yang telah dibahas sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi berbagai data tentang gambaran umum, sejarah berdirinya hotel, struktur organisasi serta perkembangan jumlah karyawan sementara, *daily worker*, *training staff*, karyawan baru, dan karyawan Senior yang bekerja di The Trans Hotel.

Keseluruhan data kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi

linear berganda yang diolah dengan menggunakan sistem IBM SPSS Statistics 20.0 untuk Windows, dan diuji mengikuti kaidah-kaidah statistika yang diwajibkan jika seorang peneliti menggunakan model regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Di mana sebelum membangun model tersebut, penulis telah melakukan uji asumsi klasik (Gujarati, 2012; Ghozali, 2013) serta analisis korelasi (Algifari, 2013:263) terhadap keseluruhan data, yang lalu diikuti oleh serangkaian uji pada model yang telah dibangun, seperti: uji parsial (Gozhali, 2013), uji simultan (Algifari, 2013:263), uji hipotesis (Algifari, 2013:263), serta menjalankan analisis determinasi (Algifari, 2013:240).



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas variabel Kepemimpinan (X1), Profesionalitas (X2), Etos Kerja (X3), dan Produktivitas Kerja Karyawan (Y) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepemimpinan (X1), Profesionalitas (X2), Etos Kerja (X3) dan Produktivitas Kerja (Y)

Item Pertanyaan	r-hitung ( <i>Corrected Item-Total Correlation</i> )	r-tabel	Keterangan
<b>Kepemimpinan (X<sub>1</sub>)</b>			
X.1.1	0,495	0,361	Valid
X.1.2	0,506	0,361	Valid
X.1.3	0,579	0,361	Valid
X.1.4	0,579	0,361	Valid
<b>Profesionalitas (X<sub>2</sub>)</b>			
X.2.1	0,495	0,361	Valid
X.2.2	0,506	0,361	Valid
X.2.3	0,579	0,361	Valid
X.2.4	0,489	0,361	Valid
X.1.5	0,579	0,361	Valid
<b>Ethos Kerja (X<sub>3</sub>)</b>			
X.3.1	0,547	0,361	Valid
X.3.2	0,560	0,361	Valid
X.3.3	0,634	0,361	Valid
X.3.4	0,587	0,361	Valid
X.3.5	0,587	0,361	Valid
X.3.6	0,547	0,361	Valid
X.3.7	0,560	0,361	Valid
X.3.8	0,634	0,361	Valid
<b>Produktivitas Kerja (Y)</b>			
Y.1	0,628	0,361	Valid
Y.2	0,735	0,361	Valid
Y.3	0,646	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepemimpinan (X1) yang terdiri dari 4 item pertanyaan, variabel Profesionalitas (X2) yang terdiri dari 5 item pertanyaan, variabel Etos Kerja (X3)

yang terdiri dari 8 item pertanyaan, dan variabel Produktivitas Kerja (Y) yang terdiri dari 3 item pertanyaan dinyatakan valid karena memiliki r-hitung yang lebih besar dari r-tabel ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ).

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha Bades (Standardized)</i>	Keterangan
Kepemimpinan, (X.1)	0,792	Reliabel
Profesionalitas, (X.2)	0,794	Reliabel
Ethos Kerja,(X.3)	0,791	Reliabel
Produktivitas Kerja, (Y)	0,854	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 2. terlihat bahwa nilai Alpha Cronbach dari variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0,40 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut cukup reliabel dan lebih besar dari 0,60 yang

berarti reliabel. Kemudian pada Gambar 2. juga dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi penelitian ini memenuhi asumsi uji normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		1.893
Kepemimpinan	.568	1.607
Profesionalitas	.570	1.646
Etos Kerja	.408	1.953

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Sementara itu, dari Tabel 3. terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih kecil dari 10%, yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas

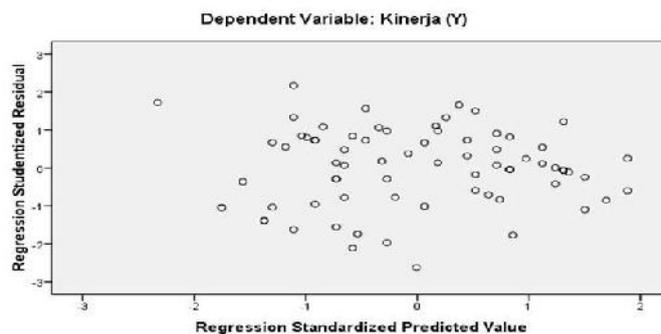
yang lebih besar dari 95%. Maka dari itu dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779a	.607	.445	2.404	1.717

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4. juga diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,717 yang berarti bahwa model regresi tersebut tidak ada autokorelasi.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Gambar 2. dapat dilihat pula bahwa tidak terdapat pola yang jelas antara sebaran data, di mana setiap titik sebaran data berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga menunjukkan tidak terjadinya permasalahan heteroskedastisitas.

Tabel 5. Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi Variabel-Variabel Penelitian

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Karyawan	t	Sig.
1	(Constant)	11.725	3.708	.	2.138	.041
	Kepemimpinan (X.1)	.568	.118	.484	4.915	.000
	Profesionalitas (X.2)	.570	.120	.486	4.917	.000
	Ethos Kerja (X.3)	.408	.138	.298	3.030	.003

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 5. maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,725 + 0,568 X_1 + 0,570 X_2 + 0,408 X_3$$

Dan berdasarkan Tabel 5 juga dapat diuraikan bahwasanya: variabel bebas Kepemimpinan (X1), Profesionalitas (X2), Etos Kerja (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Produktivitas kerja karyawan (Y) yang bekerja di lingkungan The Trans Hotel Kuta, Bali. Hal ini dapat dilihat dari uji F dimana nilai F-hitung yaitu sebesar 2.138 lebih besar dari F-tabel yaitu 1,993

Kemudian berdasarkan Tabel 5. dapat juga kita cermati bahwa hasil analisis regresi parsial yang dilakukan dengan uji t (t-test), terbukti bahwa variabel bebas variabel bebas

Profesionalitas (X2), variabel bebas Etos Kerja (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Produktivitas kerja karyawan (Y) yang bekerja di lingkungan The Trans Hotel Kuta, Bali, dimana variabel bebas Kepemimpinan (X1), berpengaruh sebesar 4,915 dan variabel bebas Profesionalitas (X2) berpengaruh sebesar 4,917 dan variabel bebas Etos Kerja (X3) sebesar 3,030 lebih kecil dari nilai t-tabel yaitu sebesar 1,993.

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779a	.607	.445	2.404	1.717

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 6. Yang menggambarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa pengaruh terhadap variabel bebas Kepemimpinan (X1), Profesionalitas (X2), Etos Kerja (X3), berpengaruh positif dan signifikan terhadap

variabel terikat Produktivitas kerja karyawan (Y) yang bekerja di lingkungan The Trans Hotel Kuta, Bali, sebesar 60 % sedangkan sisanya 100% - 60 % = 40 %.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel Kepemimpinan (X1), Profesionalitas (X2), Ethos Kerja (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produktivitas kerja karyawan (Y) yang bekerja di lingkungan The Trans Hotel Kuta, Bali. Sehingga, saran-saran yang dapat disampaikan oleh penulis terkait adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta adanya hubungan positif dan signifikan dari ketiga variabel tersebut, yaitu sebagai berikut: 1) dikarenakan aspek kepemimpinan merupakan factor yang paling dominan (berdasarkan hasil uji determinasi, lihat Tabel 6.), maka perlu diciptakan pola kepemimpinan yang lebih tepat guna agar dapat memberikan dampak secara positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja para karyawan; 2) meskipun aspek profesionalitas dan etos kerja dinilai kurang signifikan dalam mempengaruhi produktivitas, namun kedua aspek tersebut perlu dijaga bahkan ditingkatkan di lingkungan hotel agar juga dapat lebih berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja para karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2013. *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Sekolah tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Anoraga. 2009. *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga. Jakarta.
- Aranda, D. A. 2003. Service operations strategy, flexibility and performance in engineering consulting firms. *Int J Oper Prod Manag.* 23(11): 1401-1421.
- Coutler, M. 2014. *Profesionalitas dan Aspek Perilaku Manusia dalam Dunia Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Dharmmesta, B. Swastha, Handoko, dan T. Hani. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. BPFE. Yogyakarta.
- Garniwa, I. 2015. *Pengaruh Motivasi, Kinerja, dan Profesionalitas Kerja kerja pegawai CPP network di Magelang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Sumber Daya Manusia, Universitas Muhamdiyah. Magelang.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, D. N. dan D. C Porter. 2012. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Salemba Empat. Jakarta.
- Hasibuan, M. S. P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. PT.Bumi Aksara. Jakarta.
- Kusnandar. 2007. *Profesionalitas dalam Model Kepemimpinan Modern dan Dasar-Dasar Organisasi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Lestarianawati, N. 2014. *Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Pegawai Non Medis Badan Rumah Sakit*

- Umum Daerah 45 Kuningan.*  
Skripsi Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah. Jakarta.
- Mulyasa, E. 2006. *Aspek Profesionalitas dan Perilaku Manusia dalam Dunia Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ilmu Akuntansi (Akuntansi Keperilakuan)*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Simamora, H. 2014. *Produktivitas Kerja dan Model Kepemimpinan dan Dasar-Dasar Organisasi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sinamo, J. 2005. *Delapan Etos Kerja Profesional: Navigator Anda Menuju Sukses*. Grafika Mardi Yuana. Bogor.
- Toha, M. 2001. *Dasar-Dasar Organisasi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Wahjosumidjo. 2011. *Gaya Kepemimpinan Moderen dan Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Wiyono, B. 2016. *Pengaruh Ethos Kerja, Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Kerja pegawai CPP network di Magelang*. Skripsi Fakultas Ekonomi Sumber Daya Manusia, Universitas Muhamadiyah. Magelang.
- Yukl, G. 2009. *Kepemimpinan dan Dasar-Dasar Organisasi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

# PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGI, DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAYA PADA BUTIK LESTARI DI DENPASAR

Putri Anggreni<sup>1)</sup>, Putu Wahyu Pratiwi<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Mahendradatta

Email: [gekcy@gmail.com](mailto:gekcy@gmail.com)

**Abstract:** *The purpose of this study was to obtain explanative findings that tested the influence of social factors on purchasing decisions, cultural factors on purchasing decisions, personal factors on purchasing decisions, psychological factors on purchasing decisions, and the marketing mix of purchasing decisions. The research design used in this research is a causal quantitative research design. Methods of data collection using questionnaires, which then analyzed by using multiple regression with the classical assumption test. The result of research indicate that there is significant influence from social factor to purchasing decision with contribution of 76.9%, cultural factor to purchasing decision with contribution of influence equal to 93.8% and personal factor to purchasing decision with contribution of 61.4%, psychological factor to purchase decision of influence contribution equal to 51.4%, and marketing mix to purchasing of influence contribution equal to 52.9%.*

**Key Words:** *Cultural, Social, Personal, Psychological, Marketing Mix*

## PENDAHULUAN

Era Globalisasi menuntut adanya perubahan paradigma dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Tingkat persaingan yang sangat tinggi dalam bisnis lokal maupun global setara dengan prekonomian yang saat ini tidak stabil memaksa pengusaha untuk mencapai ke unggulan kompetitifnya hanya pengusaha yang mampu menghasilkan produk berkualitas yang dapat bersaing. Pengusaha di tuntun untuk membuat produk bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan secara fungsional bagi konsumen tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan dari segi emosional konsumen.

Wilayah Bali sangat diminati oleh pengusaha untuk memasarkan produknya, dengan adanya globalisasi maka para pengusaha diharapkan dapat mempersiapkan diri untuk bersaing dengan pesaing yang lebih tangguh. Suatu usaha

apabila mempunyai prospek yang bagus akan muncul usaha-usaha baru, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat di dalam usaha tersebut karena semakin banyak pengusaha yang memperebutkan konsumen dalam pasar yang sama. Hal ini menyebabkan pengusaha-pengusaha yang bersaing melakukan berbagai strategi dalam memasarkan produknya .

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apalagi jika mengingat perilaku setiap individu dan proses pembelian berbeda-beda dan semakin maraknya perkembangan butik kebaya di Bali. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan atau pemasaran khususnya yang ingin mendirikan atau sedang mengelola bisnis butik kebaya untuk dapat lebih memahami perilaku konsumen dan untuk mencapai tujuan usaha, salah satunya dengan menerapkan strategi

bauran pemasaran, agar bisnis butik kebaya tersebut mampu bersaing dengan butik kebaya sejenisnya.

Menurut Kotler (2008:179), tahap-tahap yang dilewati pembelian untuk mencapai keputusan pembelian melewati lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian. Konsumen memerlukan suatu strategi tersendiri untuk mencapai sasaran tersebut dan terdapat beberapa faktor yang turut mempengaruhi, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada di luar jangkauan perusahaan, seperti: teknologi, keadaan ekonomi, peraturan pemerintah, dan lingkungan sosial budaya. Menurut Hurriyanti dalam Zeithaml dan Bitner (2005:49), faktor internal terdiri dari 7P yaitu: produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

Pakaian adat Bali (kebaya) tidak lagi menjadi kebutuhan masyarakat Bali untuk ke pura tetapi saat ini kebaya sudah menjadi *fashion*, bukan hanya masyarakat Bali yang menggunakannya masyarakat luar Bali juga sudah banyak yang menggunakan, seperti dipakai saat undangan pernikahan dan acara-acara resmi lainnya. Menjamurnya butik kebaya di Bali menimbulkan persaingan yang semakin ketat dalam mendapatkan konsumen,

Butik Lesatri adalah salah satu butik kebaya yang ada di Denpasar, seiring dengan pesatnya perkembangan kebaya saat ini membuat Butik Lestari semakin melebarkan usahanya dengan membuka cabang baru dan membuat strategi baru untuk lebih memikat konsumen. Dulu masyarakat Bali tidak semua

menggunakan kebaya pada saat ke pura atau acara-acara adat lainnya, karena pada saat itu kain kebaya mahal dan jumlahnya masih terbatas, berbeda dengan saat ini semua masyarakat Bali yang masuk ke pura atau menghadiri upacara adat harus menggunakan kebaya, sehingga menimbulkan rasa nyaman dan percaya diri saat melakukan persembahyangan atau kegiatan adat lainnya.

Kebaya yang dijual di Butik Lestari juga cukup beragam dari harga menengah ke atas, harga yang diberikan tergantung permintaan konsumen dan dari tingkat kesulitan serta dari bahan yang di gunakan. Kebaya di Butik Lestari juga memiliki kualitas tinggi dari bahan yang digunakan dan dari kerapian pada jahitan kebaya. Butik Lestari tidak hanya melakukan penjualan di toko saja, Butik Lestari juga mempromosikan dan menjual produknya melalui media sosial yang saat ini sangat populer di semua kalangan masyarakat, seperti Instagram dan Facebook.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut: (1) Apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar? (2) Apakah faktor kebudayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar? (3) Apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar? (4) Apakah faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar? (5) Apakah faktor Bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar?

## **KAJIAN LITERATUR DAN**

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Swasta dan Irawan (2001:10).

Sedangkan menurut Supranto (2007:4) perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan, (memakai, mengkonsumsi), dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses mendahului dan mengikuti tindakan ini. Dan hal yang berkaitan dengan perilaku konsumen akan berkaitan dengan proses pengambilan keputusan .

Perilaku konsumen adalah bidang ilmu yang mempelajari cara individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Kotler & Keller, 2009:201).

Dalam Setiadi (2003:3) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Studi tentang perilaku konsumen akan menjadi dasar yang amat penting dalam manajemen pemasaran. Hasil dari kajiannya akan membantu para pemasar untuk merancang bauran pemasaran, menetapkan segmentasi, merumuskan *positioning*, dan pembedaan produk, memformulasikan analisis lingkungan

bisnisnya, dan mengembangkan riset pemasarannya. Selain itu analisis perilaku konsumen juga memainkan peranan penting dalam merancang kebijakan publik. Bagi penguasa bidang ekonomi suatu negara memerlukan kajian ini untuk merumuskan kebijakannya dalam kerangka perlindungan konsumen. Dengan mengetahui perilaku konsumen mungkin dapat dimanfaatkan untuk kepentingan kemampuan pengembangan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Demikian pula bagi kalangan akademis, kajian ini akan dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang perilaku manusia. Studi tentang perilaku konsumen ini akan menghasilkan 3 (tiga) informasi penting, yaitu orientasi atau cara pandang konsumen, berbagai fakta tentang perilaku berbelanja, konsep atau teori yang memberi acuan pada proses berfikirnya manusia dalam berkeputusan.

Menurut Hasan (2002:9), keputusan adalah hasil dari suatu masalah yang di hadapinya dengan tegas. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan dengan hubungannya dengan perencanaannya.

Astuti (2007 :19), mendefinisikan keputusan pembelian sebagai rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang meyakini bahwa keputusan pembelian atas suatu produk yang di ambil adalah benar.

Sweeney (2008 ), menyatakan bahwa indikator keputusan pembelian adalah *buy or not buy* berhubungan dengan keyakinan dalam membeli dan *would not expect any problem* yaitu harapan untuk tidak mendapatkan masalah atau resiko.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pilihan terbaik yang di pilih oleh konsumen untuk

melakukan keputusan pembelian barang atau jasa dan indikator yang di gunakan dalam penelitian ini adalah keputusan membeli dan keputusan tidak membeli.

Menurut Lupiyoadi (2013:92), bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Menurut William (1999:12), bahwa bauran pemasaran yaitu menginformasikan bahwa untuk meningkatkan nilai saing yang tinggi dari suatu perusahaan, maka penguasaan terhadap strategi pemasaran menjadi target utama. Bauran pemasaran tersebut terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*distribution*), dan promosi (*promotion*). Dimana kaitan tersebut apabila dikaji secara spesifik maka prinsip-prinsip strategi pemasaran tidak terlepas satu sama lain. Konsekuensi dari penerapan bauran pemasaran adalah meningkatkan jumlah kuantitas, jumlah pelayanan, dan jumlah pelanggan dari penerapan strategi pemasaran.

Kotler (2002:18), bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasarannya.

Para pemasar pada umumnya menggunakan bauran pemasaran ini sebagai alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan dari pasaran mereka atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau untuk menciptakan pembelian atas produk perusahaan. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian

konsumen.

Menurut Kotler (2010:251), tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli melewati lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, tingkah laku pasca pembelian. Dalam mencapai sasaran tersebut, konsumen memerlukan suatu strategi tersendiri dan terdapat beberapa faktor yang turut mempengaruhi, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada diluar jangkauan perusahaan, seperti: teknologi, keadaan ekonomi, peraturan pemerintah, dan lingkungan sosial budaya. Sedangkan faktor internal tersebut terdiri dari 7P yaitu produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan, lingkungan fisik, dan proses.

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Hubungan dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut: (1) Faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) Faktor bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, orang/SDM, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## METODE PENELITIAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Apabila pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Validitas ini mempunyai tujuan yaitu mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur. Pengukuran validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Nilai *Corelated Item-Total* atau nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung lebih dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut valid (Ghozali, 2011) atau dengan melihat *Corrected Item Total Correlation* setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan atau indikator dianggap sudah valid.

Sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut, terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas terhadap data sampel kecil dengan kuesioner yang pernyataannya sama dengan sampel besar. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada suatu angket ini dapat digunakan untuk mencari data sampel besar. Dari 10 kuesioner sampel kecil yang tersebar, hasil kuesioner diuji validitasnya.

Data diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono, 2017). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian

reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan atau dianalisis dengan teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,70 (Ghozali, 2011).

Sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data sampel kecil dengan kuesioner yang pernyataannya sama dengan sampel besar. Uji reliabilitas menunjukkan hasil relatif sama jika dilakukan pengujian ulang dari 10 kuesioner sampel kecil yang tersebar, hasil kuesioner diuji reliabilitasnya

Populasi menunjukkan keadaan jumlah objek dalam penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu (Sakaran, 2006:125). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Butik Lestari di Denpasar.

Sampel adalah sebagian dari populasi (Uma Sakaran, 2006:125) Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:122). Pertimbangan pengambilan sampel pada penelitian ini adalah: (1) Konsumen berusia minimal 17 tahun karena diasumsikan usia tersebut responden mampu menjawab pertanyaan, (2) Dipilih konsumen yang berada di seputaran butik lestari karena di karenakan lebih cepat mendapatkan informasi-informasi baru. Misalnya tentang informasi perkembangan model kebaya.

Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah: (1) kuisioner adallah pengumpulan data yang diperoleh dengan mengajukan daftar pertanyaan yang telah disusun oleh penelitian tentang variabel-variabel yang

diteliti. Data yang diperoleh adalah berupa jawaban dari responden untuk mendukung penelitian; (2) Studi pustaka yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca mempelajari literatur, dan hasil penelitian terdahulu, yang berhubungan dan dapat menunjang penelitian. Data yang diperoleh adalah hasil dari penelitian terdahulu yang dapat menunjang penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menguji dan menjelaskan hubungan dan arah pengaruh variabel bebas yang diteliti yaitu faktor Budaya, sosial, pribadi, psikologi, dan Bauran pemasaran. Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Teknik analisis data dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda dimana pengolahan data menggunakan program SPSS 22.0 for windows. Data dianalisis regresi berganda karena berdasarkan paradigma yang dibangun tidak ada keterkaitan atau korelasi antar variabel bebas. Sebelum data diolah keanalisis regresi berganda, terlebih dahulu diuji dengan pengujian asumsi klasik, karena syarat untuk analisis berganda adalah bebas dari asumsi-asumsi klasik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan penelitian lebih lanjut, terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas terhadap data sampel. *Item Total Correlation* setiap pertanyaan lebih besar dari 0,30 maka butir pertanyaan atau

indikator dianggap sudah valid.

Berdasarkan uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$ .

Berdasarkan hasil pengujian, grafik histogram *p-plot* menunjukkan bahwa titik-titik yang ada berada disekitar atau tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti model regresi tersebut berdistribusi normal.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, hal ini berarti model regresi dikatakan bebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan pengujian dapat diketahui bahwa titik-titik yang ada menyebar secara acak di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti model regresi tidak terdapat masalah heterokedastisitas. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan penelitian

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan bantuan program SPSS 22. Hasil pengolahan data pada penelitian ini seperti nampak pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.015	.761		-1.334	.189
1 JUMLAH_FB_X1	.051	.091	.039	.561	.577
JUMLH_FP_X3	-.010	.043	-.012	-.242	.810
JUMLH_FP_S_X4	-.341	.098	-.262	-3.472	.001
JUMLH_BP_X5	.854	.090	1.132	9.450	.000

a. Dependent Variable: JUMLH\_Y

Excluded Variables<sup>a</sup>

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
					Tolerance
1 JUMLAH_FP_S_X2	.b	.	.	.	.000

a. Dependent Variable: JUMLH\_Y

b. Predictors in the Model: (Constant), JUMLH\_BP\_X5, JUMLH\_FP\_X3, JUMLAH\_FB\_X1, JUMLH\_FP\_S\_X4

Interpretasi Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda, diperoleh persamaan Regresi  $Y = -1,015 + 0,051(X_1) - 0,010(X_3) - 0,341(X_4) + 0,854(X_5)$ .

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh bahwa secara simultan variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 76,9% variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di

Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Kotler dan Keller, 2009:217). Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan atau referensi, keluarga serta peran dan status sosial.

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh bahwa secara simultan variabel

faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 93,8% variabel faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Nugroho, 2003:331). Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang paling mendasar. Dengan kata lain merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.

Hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh bahwa secara simultan variabel faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 61,4% variabel faktor pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Nugroho, 2003:43). Keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

Hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh bahwa secara simultan variabel faktor psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 51,4% variabel faktor psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat (Lamb, 2001:224). Faktor Psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis

informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan.

Hasil pengujian hipotesis kelima diperoleh bahwa secara simultan variabel faktor bauran pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 52,9% variabel faktor bauran pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor budaya secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.
2. Faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.
3. Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.
4. Faktor Psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.
5. Bauran Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya di Butik Lestari Denpasar.

Berdasarkan pemaparan simpulan di atas, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk industri tekstil khususnya Butik Kebaya dengan berfokus pada faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi dan bauran pemasaran harus berusaha lebih keras lagi agar produknya dapat di terima, oleh karena itu sangat penting

bagi pengusaha untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk melalui tanggapan atau respon konsumen sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan melalui kepuasan konsumen yang melebihi harapan.

2. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan jumlah sampelnya lebih diperbanyak agar keragaman data yang mewakili populasi lebih baik dan agar menambah variabel yang akan diteliti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E. 2007. Pengaruh Karakteristik Internal Perusahaan Terhadap Penyiapan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Perusahaan Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kudus. *Tesis. Ilmu Akuntansi, UNDIP.*
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* UNDIP. Semarang.
- Hasan, M.I. 2002. *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan.* Ghalia. Jakarta.
- Huriyanti, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Alfabeta. Bandung.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Millenium. Jilid 2, PT. Prenhallindo. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Jilid Kedua. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Tiga Belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta.
- Lamb, C.W. 2001. *Pemasaran.* Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.* Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Nugroho, J.S. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk strategi dan Penelitian Pemasaran.* Kencana. Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Salemba. Jakarta.
- Setiadi, J. N. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D).* Alfabeta. Bandung.
- Swasta, B & Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern.* Liberty. Yogyakarta.
- Supranto. J. 2007. *Statistik Pemimpin Berwawasan Global.* Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Sweeney, J.C. 2008. Cognitive Dissonance After Purchase and Multi Dimensional Scale. *Journal of Psychology and Marketing.*
- William, C. A. 1999. *Risk Management and Insurance.* MC. Graw Hill. New York.

## PEDOMAN BAGI PENULIS

Beberapa hal yang perlu diperhatikan bagi penulis dalam penulisan adalah sebagai berikut:

### Maksud dan Tujuan

Forum Manajemen diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Handayani Denpasar dengan nomor ISSN (CETAK) 0854 – 0616 dan ISSN (*ONLINE*) 2599-1299 adalah media untuk menyebarkan karya intelektual oleh para dosen di lingkungan STIMI “Handayani” Denpasar maupun dari pakar dan akademis di bidang Manajemen. Artikel yang dipublikasi dalam Forum Manajemen dapat berupa artikel penelitian maupun artikel konseptual (non-penelitian).

### Ruang Lingkup

Jurnal ini memuat karya intelektual dari bidang ilmu Ekonomi pada umumnya dan Manajemen pada khususnya, yang menunjang pengembangan ilmu pengetahuan serta Pembangunan Nasional.

### Bahasa

Tulisan yang dimuat dalam Forum Manajemen, menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan baku. Penggunaan istilah asing ditulis dengan huruf miring.

### Bentuk Naskah

Naskah diketik pada kertas A4 dengan jarak 1,5 spasi, lebar batas-batas tepi (*margin*) adalah 3,5 cm untuk batas atas, bawah dan kiri, sedangkan kanan adalah 2,0 cm. Panjang naskah 15 – 20 halaman termasuk gambar dan tabel disertai *softcopy*.

### Isi Naskah

**Bagian awal:** judul, nama penulis, abstrak (bahasa Indonesia dan bahasa Inggris).

**Bagian utama** berisi:

1. **PENDAHULUAN** - mencakup latar belakang suatu permasalahan, tujuan penelitian dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini.
2. **KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)** - Bagian ini berisi kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep penelitian. Kajian literatur tidak terbatas pada teori saja, tetapi juga bukti-bukti empiris. Hipotesis penelitian (jika ada) harus dibangun dari konsep teori dan didukung oleh kajian empiris.
3. **METODE PENELITIAN** - Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau obyek, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis.
4. **HASIL DAN PEMBAHASAN** - Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan.
5. **SIMPULAN dan SARAN** - Simpulan berisi rangkuman singkat atas hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran.

**Bagian akhir:** keterangan simbol (jika ada) dan **DAFTAR PUSTAKA**.

### **Judul dan Nama Penulis**

Judul dicetak dengan huruf besar/kapital, dicetak tebal (*bold*) dengan jenis huruf *Times New Roman font* 12, spasi tunggal dengan jumlah kata maksimum 15. Nama penulis ditulis di bawah judul tanpa gelar, tidak boleh disingkat, diawali dengan huruf kapital, tanpa diawali dengan kata "oleh", urutan penulis adalah penulis pertama diikuti oleh penulis kedua, ketiga dan seterusnya. Nama perguruan tinggi dan alamat surel (*email*) semua penulis ditulis di bawah nama penulis dengan huruf *Times New Roman font* 10.

### **Abstrak**

Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang berisikan isu-isu pokok, tujuan penelitian, metode/pendekatan dan hasil penelitian. Abstrak ditulis dalam satu alenia, tidak lebih dari 200 kata. (*Times New Roman* 11, spasi tunggal, dan cetak miring). Kata kunci/**Keywords**: Maksimum 5 kata kunci dipisahkan dengan tanda koma [*Font Times New Roman* 11, spasi tunggal dan cetak miring].

### **Tabel dan Gambar**

Tabel dan gambar diberi judul yang singkat dan jelas. Judul tabel berada di atas sedangkan judul 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 pustaka disusun menurut abjad nama penulis dan diketik satu spasi untuk setiap pustaka dan berjarak satu setengah spasi untuk pustaka yang satu dengan yang lainnya. Semua yang tertera dalam naskah harus dirujuk dalam daftar pustaka. **Kemutakhiran referensi sangat diutamakan.**

### **Penyerahan Naskah**

Naskah dikirim rangkap dua, satu dilengkapi nama, alamat *email*, dan nama institusi, sedangkan satu ekslembar lainnya tanpa nama, *email*, dan alamat institusi untuk dikirim kepada mitra bebestari untuk dilakukan *blind review*. *Hardcopy* dan *softcopy* dikirim ke Redaksi Forum Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Handayani Denpasar, Jalan Tukad Banyusari No. 17B Denpasar, 80225. Telp. 0361 222291, Fax. 222291. *Website*: <http://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/FM>. *Email*: mahanavami09@yahoo.co.id.

### **Metode Review**

Artikel yang dinyatakan lolos dari penilaian awal akan dikirim kepada mitra bebestari untuk ditelaah kelayakan terbit melalui proses *blind review*. *Reviewer* tidak akan mengetahui nama penulis atau sebaliknya. Hasil *blind review* akan menyatakan:

1. Artikel dapat dipublikasi tanpa revisi.
2. Artikel dapat dipublikasi dengan perbaikan format dan bahasa yang dilakukan oleh penyunting. Perbaikan cukup dilakukan pada proses penyuntingan.
3. Artikel dapat dipublikasi, tetapi penulis harus memperbaiki terlebih dahulu sesuai dengan saran penyunting.
4. Artikel tidak dapat dipublikasi.

JUDUL DITULIS DENGAN  
*FONT TIMES NEW ROMAN 12 CETAK TEBAL*  
(MAKSIMUM 15 KATA)

**Penulis<sup>1)</sup>, Penulis<sup>2)</sup> dst.** [Font Times New Roman 10 Cetak Tebal dan Nama Tidak Boleh Disingkat]

<sup>1</sup>NamaFakultas, namaPerguruanTinggi (penulis 1)  
email: penulis\_1@abc.ac.id

<sup>2</sup>NamaFakultas, namaPerguruanTinggi(penulis 2)  
email: penulis\_2@cde.ac.id

***Abstract [Times New Roman 11 Cetak Tebal dan Miring]***

*Abstract ditulis dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang berisikan isu-isu pokok, tujuan penelitian, metode penelitian dan hasil penelitian. Abstract ditulis dalam satu alenia, tidak lebih dari 200 kata. (Times New Roman 11, spasi tunggal, dan cetak miring).*

**Keywords:** *Maksimum 5 kata kunci dipisahkan dengan tanda koma. [Font Times New Roman 11 spasi tunggal, dan cetak miring]*

**1. PENDAHULUAN [Times New Roman 12 bold]**

Pendahuluan mencakup latar belakang suatu permasalahan, tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. [Times New Roman, 12, normal].

**2. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS (JIKA ADA)**

Bagian ini berisi kajian literatur yang dijadikan sebagai penunjang konsep penelitian. Kajian literatur tidak terbatas pada teori saja, tetapi juga bukti-bukti empiris. Hipotesis penelitian (jika ada) harus dibangun dari konsep teori dan didukung oleh kajian empiris (penelitian sebelumnya). [Times New Roman, 12, normal].

**3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menjelaskan rancangan kegiatan, ruang lingkup atau objek, tempat, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan

teknik analisis [Times New Roman, 12, normal].

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan [Times New Roman, 12, normal].

**5. SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan berisi rangkuman singkat atas hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran [Times New Roman, 12, normal].

**6. DAFTAR PUSTAKA**

Semua yang dirujuk dalam naskah harus tertera dalam daftar pustaka. **Kemutakhiran referensi sangat diutamakan** [Times New Roman, 12, normal].

## **Tata cara penulisan daftar pustaka, sebagai berikut:**

### **A. Buku**

Penulis 1, Penulis 2 dst. (Nama belakang, nama depan disingkat). Tahun publikasi. *Judul Buku cetak miring*. Edisi. Penerbit. Tempat Publikasi.

Contoh:

O'Brien, J.A. dan J.M. Marakas. 2011. *Management Information Systems*. Edisi 10. McGraw-Hill. New York-USA.

### **B. Artikel Jurnal**

Penulis 1, Penulis 2 dan seterusnya, (Nama belakang, nama depan disingkat). Tahun publikasi. Judul artikel. *Nama Jurnal Cetak Miring*. Vol. Nomor. Rentang Halaman.

Contoh:

Cartlidge, J. 2012. Crossing boundaries: Using fact and fiction in adult learning. *The Journal of Artistic and Creative Education*. 6 (1): 94-111.

### **C. Prosiding Seminar/Konferensi**

Penulis 1, Penulis 2 dst, (Nama belakang, nama depan disingkat). Tahun publikasi. Judul artikel. *Nama Konferensi*. Tanggal, bulan dan tahun, kota, Negara. Halaman.

Contoh:

Michael, R. 2011. Integrating innovation into enterprise architecture management. *Proceeding on Tenth International Conference on Wirt-schafts Informatik*. 16-18 February 2011, Zurich, Swis. Hal. 776-786.

### **D. Tesis atau Disertasi**

Penulis (Nama belakang, nama depan disingkat). Tahun publikasi. Judul. *Tesis, atau Disertasi*. Universitas.

Contoh:

Soegandhi. 2009. Aplikasi Model Kebangkrutan pada Perusahaan Daerah di Jawa Timur. *Tesis*. Fakultas Ekonomi Universitas Joyonegoro, Surabaya.

### **E. Sumber Rujukan dari Website**

Penulis. Tahun. Judul. Alamat *Uniform Resources Locator* (URL). Tanggal diakses.

Contoh:

Ahmed, S. dan A. Zlate. Capital flows to emerging market economies: A brave new world? <http://www.federalreserve.gov/pubs/ifdp/2013/1081/ifdp1081.pdf>. Diakses tanggal 18 Juni 2013.