http://ojs.stimihandayani.ac.id/index.php/FM

ISSN (CETAK) 0854 - 0616
ISSN (ONLINE) 2599 - 1299

FORUM MANAJEMEN

VOLUME 19 NOMOR 1 TAHUN 2021

JANUARI - JUNI 2021

BEBAN KERJA PENGARUHNYA TERHADAP BURNOUT DI PT. BANK MANDIRI (PERSERO), TBK KANTOR CABANG DENPASAR GAJAH MADA DENGAN WORK FAMILY CONFLICT SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(WAYAN ARYA PARAMARTA AYU ASIH RISKA DEWI)

PERHITUNGAN HARGA JUAL MASSA COR CN-17A SEBAGAI DASAR USULAN TARIF BAHAN BAKU KERAMIK PADA BTIKK
(I NYOMAN NORMAL, ARIFIN SIAGIAN)

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KC BAYUWANGI
(MIKO ANDI WARDANA)

PENGARUH KEPUTUSAN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA LPD DESA PAKRAMAN DUKUH, KARANGASEM
(PUTRI ANGGRENI, I KADEK SUGIANTARA)

HARGA, DESIGN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI APV DI DEALER TOP MOTOR BATU BULAN
(WIRYAWAN SUPUTRA GUMI, GALUH NANDA APRIYANTO)

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID - 19 DI KOTA DENPASAR
(PUTU ARI MULYANI, NI LUH INDIANI)

URGENSI HUKUM BISNIS INDONESIA YANG BERBASIS NILAI - NILAI SOSIAL BUDAYA
(IDA BAGUS RADENDRA SUASTAMA)

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UNKM) DI KELURAHAN RENON KECAMATAN DENPASAR SELATAN, BALI
(NI PUTU ANDINI DESIYANTI LAKSMI)

PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK, DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BALI ADVENTURE TOURS
(IDA AYU KOMANG JUNIASIH, NI LUH ARI ARTINI)

DAMPAK PERKEMBANGAN VILLA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT KELURAHAN SEMINYAK KECAMATAN KUTA, KABUPATEN BADUNG
I NYOMAN GEDE PARIYASA, I WAYAN SONDER, FATRISIA YULIANIE

Diterbitkan Oleh :

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN INDONESIA
DENPASAR

DAFTAR ISI

Hal

1. Beban Kerja Pengaruhnya Terhadap Burnout Di Pt. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada Dengan Work Family Conflict Sebagai Variabel Moderasi
(Wayan Arya Paramarta, Ayu Asih Riska Dewi) 1

2. Perhitungan Harga Jual Massa Cor Cn-17A Sebagai Dasar Usulan Tarif Bahan Baku Keramik Pada Btikk
(I Nyoman Normal, Arifin Siagian) 13

3. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Banyuwangi
(Miko Andi Wardana) 29

4. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lpd Desa Pakraman Dukuh, Karangasem
(Putri Anggreni, I Kadek Sugiantara) 35

5. Harga, Design, Kualitas Produk Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Apv Di Dealer Top Motor Batu Bulan
(Wiryawan Suputra Gumi, Galuh Nanda Apriyanto) 51

6. Analisis Strategi Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid – 19 Di Kota Denpasar
(Putu Ari Mulyani, Ni Luh Indiani) 62

7. Urgensi Hukum Bisnis Indonesia Yang Berbasis Nilai-Nilai Sosial Budaya
(Ida Bagus Radendra Suastama) 70

8. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Kelurahan Renon Kecamatan Denpasar Selatan, Bali
(Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi) 79

9. Pengaruh Motivasi Intrinsik, Disilpin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bali Adventure Tours
(Ida Ayu Komang Juniasih, Ni Luh Ari Artini) 93

10. Dampak Perkembangan Villa Terhadap Kehidupan Sosial Dan Ekonomi Masyarakat Kelurahan Seminyak Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung
(I Nyoman Gede Pariyasa, I Wayan Sonder, Fatrisia Yulianie) 110

BEBAN KERJA PENGARUHNYA TERHADAP *BURNOUT* DI PT. BANK MANDIRI (PERSERO), TBK KANTOR CABANG DENPASAR GAJAH MADA DENGAN *WORK FAMILY CONFLICT* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Wayan Arya Paramarta[1], Ayu Asih Riska Dewi [2]
[1,2] STIMI Handayani Denpasar
Email: [1]aryaajus@gmail.com, [2]ayuasihriskadewi12@gmail.com

Abstract: *This research was conducted based on the gap in the results of previous research (research gap) and the difference in focus of discussion on workload and work family conflict on burnout. In addition, there are also research problems regarding the high employee absenteeism at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Denpasar Gajah Mada Branch Office. This study aims to examine and analyze the effect of workload on burnout with work family conflict as a moderating variable. This research was conducted at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Denpasar Gajah Mada Branch Office with a population of 62 and the sample of this study amounted to 58 respondents. All data obtained from the questionnaire distribution were suitable for use, then analyzed using Smart PLS 3.0. The results showed that (1) workload had a positive and significant effect on burnout, (2) work family conflict had a positive and significant effect on burnout and (3) work family conflict was able to positively moderate the effect of workload on burnout. The implication of this research is that the workload can be increased by paying attention to the indicators of effort, where PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Denpasar Gajah Mada Branch is expected to be able to overcome or provide solutions in reducing the sense of physical and mental fatigue of employees which can result in unstable employee performance.*

Keywords*: workload, work family conflict and burnout*

PENDAHULUAN

Manusia merupakan aset utama dalam organisasi, sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) harus dikelola dan dimanfaatkan secara seimbang dan manusiawi. (Talachi and Gorji, 2013) menyatakan bahwa sudah merupakan hal yang umum SDM merupakan aset terbesar bagi organisasi. Sedangkan (Mantra, 2008) mendefinisikan SDM mengacu pada kemampuan pekerja yang mempromosikan pembangunan ekonomi dan sosial secara keseluruhan, termasuk kemampuan kerja intelektual dan kerja fisik. SDM bukan berarti hanya merujuk kepada manusianya saja tetapi kemampuan si karyawan tersebut (Abedallah, 2015) memberi pendapat bahwa bakat, kompetensi, ide, energi dari karyawan, produktivitas, dan kinerja dari organisasi secara kolektif diidentifikasikan sebagai SDM dari sebuah perusahaan.

PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada merupakan salah satu bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada selalu melakukan eskpansi bisnis bersamaan dengan peningkatan pelayanan kepada nasabah dalam berbagai bidang layanan perbankan, baik berupa layanan operasional maupun *e-banking*. Sebagai wujud ekspansi bisnis dari PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada, maka setiap tahunnya PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diberikan target yang lebih tinggi melampaui pencapaian kinerja ditahun sebelumnya. Untuk mencapai

target tersebut, diperlukan penerapan strategi Sumber Daya Manusia (SDM) yang tepat.

Adapun fenomena yang terjadi mengenai *burnout* dimana adanya pekerjaan yang terbagi atas tuntutan tugas, tekanan waktu karena *deadline* pekerjaan dan harus melakukan pengambilan keputusan yang terlalu banyak sehingga menimbulkan kejenuhan dan ketidak seimbangan antara *resource* dan *demand* (sumber daya dan tuntutan) sehingga menimbulkan kejenuhan bekerja *(burnout).* Akibat adanya kejenuhan kerja dari karyawan berpengaruh terhadap tingginya tingkat absensi karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada, dimana tingginya tingkat absensi karyawan pada tahun 2019 mencapai 4,41% melebihi kebijakan manajemen pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada maksimal 3%. Masalah ini sering terjadi dimana karyawan mengalami kelelahan emosional yang berupa kelelahan fisik, emosi, dan mental yang disebabkan oleh tuntutan pekerjaan.

Masalah beban kerja memiliki hubungan yang luas dengan *work family conflict* pada karyawan. Hasil wawancara yang dilakukan berdasarkan uraian tugas khususnya mengalami kesibukan yang padat hingga larut malam dalam pelaksanaan seleksi terhadap calon karyawan baru sesuai kebutuhan perusahaan, mengatur jadwal yang padat dalam usaha mengembangkan, meningkatkan kemampuan serta keterampilan tenaga kerja sesuai peraturan dan kebijakan perusahaan. Bertanggung jawab atas kegiatan operasional perusahaan kepada pimpinan cabang yang harus dilaporkan setiap bulan demi keberlangsungan perusahaan sedangkan pekerjaan lainnya belum selesai sepenuhnya.

Berdasarkan pemaparan masalah di atas dan beberapa dukungan jurnal penelitian tentu saja menjadi penyebab terjadinya *burnout* pada diri karyawan dikarenakan harapan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Work Family Conflict* Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Beban Kerja terhadap *Burnout* di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Tujuan yang hendak disampaikan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh beban kerja terhadap *burnout* pada karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada. Untuk menjelasakan pengaruh *work family conflict* terhadap *burnout* pada karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada. Untuk menjelaskan kemanpuan *work family conflict* memoderasi pengaruh beban kerja terhadap *burnout* pada karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh beban kerja terhadap *burnout*

(Luthans, 2011) menyatakan beban kerja artinya setiap karyawan melaksanakan tugas pekerjaan yang dipercayakan untuk dikerjakan dan dipertanggung jawabkan oleh satuan organisasi atau seorang karyawan tertentu sesuai dengan kemampuan dan kesanggupan sehingga efektivitas kerja akan berhasil dengan baik, tekanan beban kerja yang berlebihan dapat

meningkatkan atau mengarah ke peningkatan terjadinya *burnout*.

Penelitian (Purbaningrat, 2015) menyatakan beban kerja memiliki pengaruh positif signifikan akan terjadinya *burnout* pada karyawan. Hal yang sama dibuktikan oleh (Fajriani & Septiari, 2015) tinggi rendahnya beban kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kejenuhan kerjapada karyawan. (Selvarajan dan Singh, 2016) membuktikan hal yang sama beban kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kejenuhan kerja. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut.

H_1 : Beban kerja berpengaruh positif terhadap *burnout* karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Pengaruh *work family conflict* terhadap *burnout*

Kejenuhan kerja *(burnout)* adalah suatu kondisi fisik, emosi dan mental yang sangat drop oleh situasi kerja yang sangat menentukan karyawan pada perusahaan (Laeeque, 2014). (Indrawan dan Artha, 2017) menyatakan *work-family conflict* memiliki pengaruh positif terhadap *burnout*, artinya semakin tinggi konflik yang dialami maka semakin tinggi *burnout* yang dialami karyawan.

Penelitian (Qaiser dan Gulzar, 2015) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel konflik pekerjaan keluarga dengan kejenuhan kerja yang tinggi pada karyawan. Hal ini sama dengan penelitian (Laeeque, 2014) konflik pekerjaan keluarga dengan kejenuhan kerja memiliki pengaruh saling berhubungan positif signifikan. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H_2 : *Work family conflict* berpengaruh positif terhadap *burnout* karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Pengaruh *work family conflict* sebagai pemoderasi hubungan beban kerja terhadap *burnout*

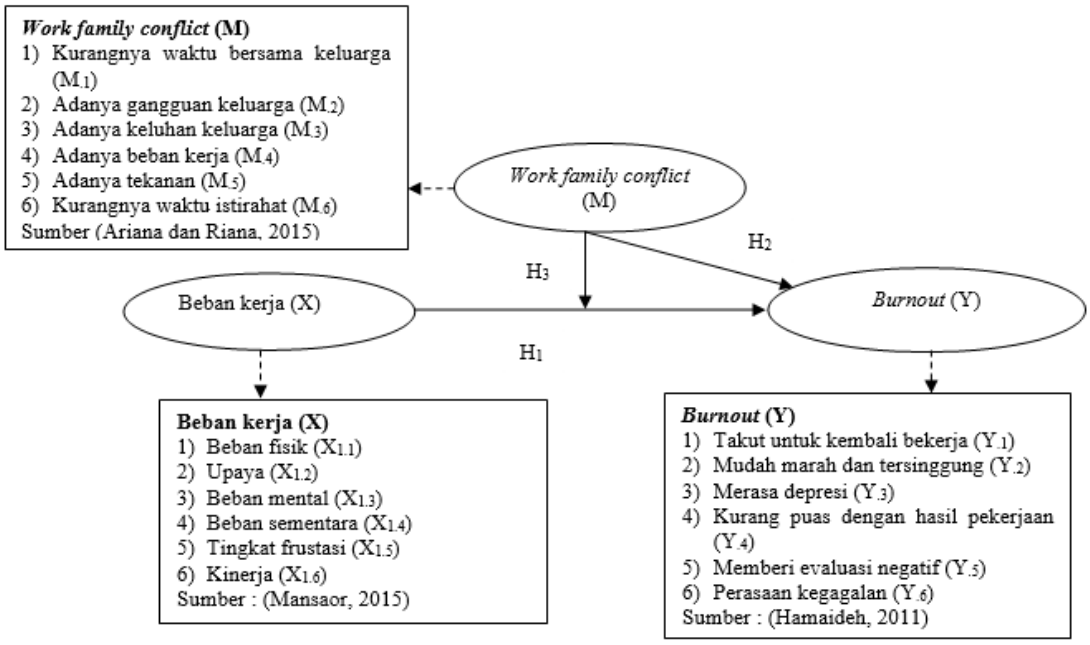
Kejenuhan kerja *(burnout)* adalah suatu kondisi fisik, emosi dan mental yang sangat drop oleh situasi kerja yang sangat menentukan karyawan pada perusahaan (Weiten, 2010). (Indrawan dan Artha, 2017) menyatakan masalah *burnout* adalah masalah yang sering dialami oleh setiap orang, pertama disebabkan oleh beban kerja yang berlebihan menimbulkan stress, *work family conflict* dalam keluarga sehingga timbulnya permasalahan-permasalahan yang dapat meningkatkan keinginan karyawan untuk keluar dari perusahaan.

Penelitian (Aristiani, 2015) membuktikan bahwa terdapat pengaruh beban kerja dengan kejenuhan kerja pada karyawan yang dimoderasi oleh *work family conflict*. Hal ini sama dengan penelitian (Harnida, 2015) beban kerja dengan kejenuhan kerja memiliki pengaruh saling berhubungan positif signifikan dengan moderasi *work family conflict*. Dipertegas oleh (Lubis dan Mulatsih, 2016) beban kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kejenuhan kerja pada diri karyawan melalui peran *work family conflict* sebagai variabel moderasi. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut.

H_3 : *Work family conflict* memperkuat pengaruh beban kerja terhadap *burnout* karyawan di PT. Bank Mandiri

(Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah suatu hal atau apa saja yang menjadi perhatian dan apa saja yang diteliti (Sugiyono, 2017). Sebagai obyek dalam penelitian adalah bidang perilaku organisasi yaitu variabel beban kerja (X), work family conflict (M) dan burnout (Y).

Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka penelitian sebagai sasaran (Sugiyono, 2017). Sebagai Subyek dalam penelitian adalah tempat penelitian PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada yang beralamat di Jalan Gajah Mada No. 5-7 Dauh Puri Kangin Denpasar dan karyawan yang bekerja pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk dapat lebih memperjelas variabel-variabel yang ada dalam penelitian adalah

1) Beban kerja merupakan perbedaan antara kemampuan karyawan dengan tuntutan tugas yang dilakukan selama bertugas di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada yang diukur dengan indikator (Mansaor, 2015): beban fisik, upaya, beban mental, beban sementara, tingkat frustasi dan kinerja.

2) *Work Family Coonflict*/Konflik pekerjaan keluarga merupakan bentuk konflik dimana tuntutan peran dari pekerjaan dan keluarga secara mutual tidak dapat disejajarkan dalam beberapa haldi bidang pekerjaan dan lingkungan di

PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada. Adapun indikator-indikatornya dikutip dari (Ariana dan Riana, 2015) sebagai berikut: kurangnya waktu bersama keluarga, adanya gangguan keluarga sehingga menggangu produktivitas pekerjaan, adanya keluhan keluarga yang menggangu pekerjaan, adanya beban kerja yang melebihi kapasitas tanggung jawab, adanya tekanan dari peran kerja dan kurangnya waktu istirahat dalam bekerja.

3) *Burnout/*Kejenuhan kerja sebagai kelelahan fisik, mental, dan emosional yang terjadi karena stres yang diderita dalam jangka waktu yang lama, dengan emosional yang tinggi oleh karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada. Kejenuhan kerja dapat diukur dengan indikator (Hamaideh, 2011): takut untuk kembali bekerja, mudah marah dan tersinggung, merasa depresi dan terjebak dalam pekerjaan, kurang puas dengan hasil pekerjaan, memberi evaluasi negatif pada diri sendiri, perasaan kegagalan dalam bekerja.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada sebanyak 58 orang di luar pimpinan cabang, manajer pemasaran, manajer operasional, dan manajer bisnis mikro.

Dalam penelitian ini tidak akan melakukan pengambilan sampel, dalam hal ini peneliti akan menggunakan metode sensus.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data

Data kuantitatif, adalah data yang dapat dihitung dan berupa angka-angka seperti data jumlah karyawan, jawaban responden terhadap kuesioner.

Data kualitatif, adalah data yang tidak berupa angka-angka dan tidak dapat dihitung, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan.

Sumber data

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh peneliti, data ini didapatkan dengan observasi dan pemberian kuesioner kepada responden yaitu karyawan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Data Sekunder adalah data yang dalam bentuk sudah jadi, yang diperoleh dari pihak lain yang telah mengumpulkan data tersebut. Data sekunder bukan diusahakan oleh peneliti, melainkan didapat dari perusahaan dalam bentuk sudah jadi, seperti sejarah berdirinya perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode sebagai berikut: Observasi adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung ke perusahaan terhadap obyek yang diteliti, seperti *burnout*. Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan karyawan perusahaan PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada yang berkompeten yang berhubungan dengan penelitian dalam hal ini beban kerja, *work family conflict* dan *burnout*, sejarah singkat berdirinya perusahaan, deskripsi jabatan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk

Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada. Kuisioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan yang disebarkan kepada responden (karyawan) berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *burnout*. Data yang di peroleh melalui pengukuran dengan skala semantik diferensial adalah data interval. Berikut merupakan contoh penggunaan skala semantik diferensial:

Sangat Setuju	5	4	3	2	1	Sangat Tidak Setuju

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data sekunder yang bersumber pada sumber langsung, kejadian langsung yang terjadi pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada terkait dengan beban kerja, *work family conflict* dan *burnout*.

Teknik Analisis Data

Metode analisis inferensial digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Smart* PLS adalah untuk menguji model pengukuran dan model struktural secara sekaligus dengan data analisis yang tersedia sebanyak 100 dari distribusi kuesioner. Menurut (Ghozali, 2018) Untuk menguji hipotesis dan menghasilkan suatu model yang layak (*fit*), penelitian ini menggunakan *Struktural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan *variance based* atau *component based* dengan *Partial Least Square (PLS)*. Bilamana model struktural yang akan dianalisis memenuhi model rekursif dan variabel laten memiliki indikator yang bersifat formatif, reflektif atau campuran, maka pendekatan yang paling tepat digunakan adalah *PLS*.

Di dalam PLS model struktural hubungan antar variabel laten disebut dengan *inner model*, sedangkan model pengukuran (bersifat refleksif atau formatif) disebut *outer model*. Disisi lain, di dalam SEM tidak dibedakan dengan tegas antar keduanya, namun demikian terdapat istilah *overall model* untuk model keseluruhan, yaitu gabungan antar model struktural hubungan antar variabel laten dan model pengukuran dengan CFA (*confirmatory factor analisys*).

Langkah-langkah dalam analisis PLS adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018).
Pengembangan model berbasis teori atau *inner* model
Pengembangan model berbasis konsep dan teori dalam rangka menganalisis hubungan antara variabel eksogen dan endogen telah dijabarkan dalam kerangka konseptual.

Pengembangan diagram alur (*Path Diagram*)
Model teoritis yang telah dibangun dalam kerangka konseptual kemudian digambar dalam sebuah diagram alur yang berfungsi untuk menunjukkan hubungan antara variabel eksogen dan endogen.

Evaluasi Goodness of Fit Model PLS
Pada tahap ini akan dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui berbagai kriteria *goodness-of-fit. Partial Least Square* (*PLS)* tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter sehingga teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan. Model struktural atau *inner model* dievaluasi dengan melihat persentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat R2 (*R-square*) variabel eksogen untuk variabel laten dependen dengan menggunakan ukuran *Stone-Geisser Q Square test* dan melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi

dengan menggunakan uji t-statistik yang didapat lewat prosedur *bootstrapping*.

Outer Model

Convergent validity, korelasi antara skor indikator refleksif dengan skor variable latennya. Penelitian ini menggunakan *loading* 0.5 sampai dengan 0.6 dianggap cukup, karena merupakan tahap awal pengembangan skala pengukuran dan jumlah indikator per variabel tidak besar yaitu berkisar antara tiga sampai dengan tujuh indikator.

Discriminant validity, pengukuran indikator refleksif berdasarkan *cross loading* dengan variabel latennya. Metode lain dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (*AVE*) setiap variabel dengan korelasi antar variabel lainnya dalam model. Jika nilai pengukuran awal kedua metode tersebut lebih baik dibandingkan dengan nilai variabel lainnya dalam model, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik atau sebaliknya. Sehubungan dengan itu, direkomendasikan nilai pengukuran harus lebih besar dari pada 0.50.

Composite reliability, indikator blok yang mengukur konsistensi internal dari indikator pembentuk variabel, menunjukkan derajat yang mengindikasikan *common latent (unobserved)*. Nilai batas yang diterima untuk tingkat reliabilitas komposit adalah 0.7 walaupun bukan merupakan standar absolut.

Berikut rekapitulasi uji validitas dan uji realibitas yang akan digunakan pada penelitian ini.

Tabel 1. Rekapitulasi Kriteria Pengujian

Kriteria	Jenis Uji	*Cut Off*
Valid	*Convergent Validity*	*loading factor* >0,5
	Discriminant Validity	*Loading factor* tertinggi kepada konstruk yang dituju
		AVE > 0,5
	Composite Reability	korelasi (*loading*) ≥ 0,7
Reliable	*Cronbach's Alpha*	Nilai untuk semua konstruk > 0,6
	Communality	>0,5
	Redundancy	>0,15

Sumber: Ghozali, 2018

Inner Model

Pengukurannya menggunakan *R-square* variable laten dependen dengan interprestasi yang sama dengan regresi. *Q-square predictive relevance* untuk model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square*> 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance*. Sebaliknya jika nilai *Q-square*< 0, menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*.

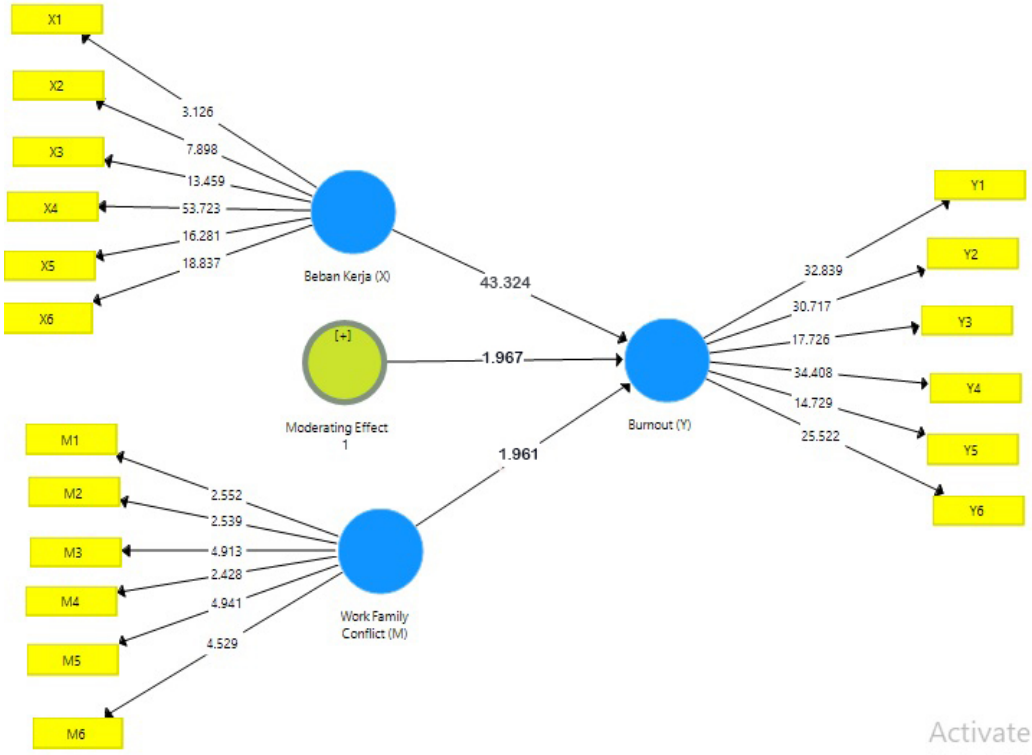
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan dengan *t-test* dengan memilah untuk pengujian pengaruh langsung dan tak langsung atau pengujian variabel mediasi.

Pada bagian berikut ini diuraikan secara berturut-turut hasil pengujian pengaruh langsung dan pengujian variabel mediasi.

Hasil analisis yang dilakukan dan hasil perhitungan mengenai hasil uji signifikansinya (*boothstrapping*) sebelum rekonstruksi dapat disajikan gambar model penelitian sesuai dengan analisis PLS sebagai berikut:

Gambar 2. *Outer Loading, Path Analysis* Hasil Estimasi dan *Boothstrapping* (Uji Statistik)



Hasil uji validasi koefisien *path* pada setiap jalur untuk pengaruh langsung dan efek dapat disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. *Path* Analisis dan Pengujian Statistik

No	Hubungan antar Variabel	Koefisien Jalur	*T-Statistic*	*P Values*
1	Beban Kerja → *Burnout*	0,995	43,324	0,000
2	*Work Family Conflict* → *Burnout*	0,078	1,961	0,027
3	*Moderating* → *Burnout*	0,025	1,967	0,038

Informasi dari Tabel 2 di atas, maka dapat ditentukan hasil pengujian hipotesis yang dipaparkan pada uraian berikut ini:

Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *burnout*. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,995 dengan t-*statistic* 43,324 (t-*statistic* > 1,96) dengan nilai P value sebesar 0,000 < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis diterima dan secara empiris. Hasil yang diperoleh dapat dimaknai semakin tinggi beban kerja yang dirasakan karyawan maka

burnout karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada akan semakin meningkat.

Work family conflict berpengaruh positif dan signifikan terhadap *burnout*. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,078 dengan t-*statistic* 1,967 (t-*statistic* > 1,96) dengan nilai P value sebesar 0,027 < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis diterima dan secara empiris. Hasil yang diperoleh dapat dimaknai semakin karyawan mengalami *work family conflict* maka *burnout* karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada akan semakin tinggi.

Work family conflict mampu memoderasi secara positif terhadap pengaruh beban kerja terhadap *burnout*. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien jalur yang bernilai positif sebesar 0,025 dengan t-*statistic* 1,961 (t-*statistic* > 1,96) dengan nilai P value sebesar 0,038 < 0,05, yang berarti bahwa hipotesis diterima dan secara empiris. Hasil yang diperoleh dapat dimaknai semakin karyawan mengalami beban kerja yang tinggi serta terjadinya *work family conflict* pada karyawan maka *burnout* karyawan di PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada akan semakin tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

a. Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *burnout* pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

b. *Work family conflict* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *burnout* pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

c. Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *burnout* dengan dimoderasi oleh *work family conflict* pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada.

Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut.

a. Kepada Pihak Manajemen PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada

1) Pihak manajemen PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan untuk lebih memperhatikan indikator terendah yaitu upaya dari variabel beban kerja, dimana PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan mampu mengatasi atau memberikan solusi dalam mengurangi rasa kelelahan fisik dan mental pegawai yang dapat mengakibatkan *performance* karyawan tidak stabil.
2) Pihak manajemen PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan untuk lebih memperhatikan indikator terendah yaitu adanya tekanan dari pekerja lain dari variabel *work family conflict*, dimana PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan dapat mengatur pekerjaan yang diberikan oleh manajemen sangat berlebihan. Sehingga karyawan tidak merasa tertekan didalam melakukan pekerjaan.
3) Pihak manajemen PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan untuk lebih memperhatikan indikator

terendah yaitu memberi takut untuk kembali bekerja dari variabel *burnout*, dimana PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Kantor Cabang Denpasar Gajah Mada diharapkan dapat memberikan motivasi agar pegawai dapat memberikan kinerja yang maksimal untuk pencapaian tujuan serta pegawai merasa nyaman dalam bekerja.

b. Kepada Peneliti Selanjutnya

Kepada pihak-pihak yang nantinya berkeinginan untuk meneliti kembali *burnout* diharapkan untuk menambah variabel lain selain beban kerja dan *work family conflict* yaitu seperti kepemimpinan, motivasi finansial dan non finansial. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh kekuatan hubungan yang lebih jelas mengenai variabel-variabel yang benar-benar mampu menjelaskan suatu *burnout*.

DAFTAR PUSTAKA

Abedallah, A. C. M. 2015. The mediating role of burnout on the relationship ofemotional intelligence and self-efficacy with OCB and performance. *Journal Management Research Review*, *38*(1): 2–28.

Agung Dharmanegara, Ida Bagus., H. A. P. 2015. The Influence of Self-Efficacy and Emotional Intelligence toward Caring Behavior among Nurses in Public Hospital Denpasar Bali. *Journal of Nursing and Health Science*, *4*(2): 9–15.

Amelia Anisah. 2013. Pengaruh work to family conflict dan family towork conflict terhadap kepuasan dalam bekerja, keinginan pindah kerja dan kinerja karyawan. *Ekonomi Dan isnis*, *4*(3): 201–219.

Arie Fajriani & Dovi Septiari. 2015. Pengaruh Beban Pekerjaan terhadap Kinerja Karyawan: Efek Mediasi Burnout. *Jurnal Manajemen Dan Kewirahusaan*, *1*(2): 30–59.

Baron, G. 2003. *Behavior in organizations: Understanding and managing the human side of work* (Upper Saddle River: Pearson Education (ed.)).

Chaoping Li, Jiafan lu, Y. Z. 2013. Cross Domain Effects of Work-Family Conflict on Organizational Commitment And Performance. *Journal of Society for Personality Research*, *41*(10): 1641–1654.

Eka Yunita Sari Aristiani. 2015. Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Burnout Pada Perawat. *Jurnal Publikasi Manajemen Universitas Muhamadiyah Surakarta*, *1*(5): 1–15.

Ghozali Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (E. Kedua.Semarang (ed.)). Bagian Penerbit Universitas Diponogoro.

Greenhaus J H & Beutell N J. 1985. Sources of Conflict Between Work and Family Roles. *The Academy of Management Review*, *10*(1): 76–88.

Hair, J. 2013. *A Primer on Partial Least Squares Stuctural Equation modelling (PLS-SEM)*. Sage Publications.Inc.

amaideh, S. 2011. Stessors and Reaction to Stressor Among University Students. *International Journal of Psychiatry*, *5*(1).

Hanna Harnida. 2015. Hubungan Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Dengan Burnout Pada Perawat. *Jurnal Psikologi Indonesia*, *4*(1): 31–43.

Hasibuan, M. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (PT Bumi Aksara (ed.)).

Iwan M Ramdan & Oktavian Nursan Fadly. 2016. Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Burnout pada Perawat Kesehatan Jiwa. *Jurnal Manajemen*, *4*(2): 1–9.

Jendra Ariana dan Riana, I. G. 2015. Pengaruh Work Family Conflict, Keterlibatan Kerja dan Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Unud*, *5*(7): 4630–4659.

King, L. A. 2010. *Psikologi Umum Sebuah Pandangan Apresiatif* (S. Humanika (ed.)).

Luthans, F. 2011. *Organizational Behavior: An Evidence –Based approac*. The McGrow-Hill Companies, Inc.

Mansaor M. 2015. The Impact of Job Stress on Employee Job Satisfaction A Study on Telecommunication Sector of Pakistan. *Journal of Business Studies Quarterly*, *2*(3): 50–56.

Mantra, I. B. 2008. *Autobiografi Seorang Budayawan*. Upada Sastra.

Mohamed, A. A. C. 2015. The mediating role of burnout on the relationship of emotional intelligence and self-efficacy with OCB and performance. *Journal Management Research Review*, *38*(1): 2–28.

Nurul Hidayanti Nisa. 2016. Pengaruh Work Overload dan Work Family Conflict Terhadap Turnover Intention yang Dimediasi Oleh Burnout. *Jurnal Ekonomi Ka-Bisnis*, *7*(1): 67–76.

Purbaningrat, I. P. K. S. I. B. M. 2015. Pengaruh beban kerja terhadap kejenuhan kerja dengan stres kerja sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Unud*, *4*(5): 1149–1165.

Putu Aris Praptadi & I Wayan Gede Supartha. 2017. Pengaruh Work-Family Conflict dan Kelelahan Emosional Terhadap Intention To Leave. *Jurnal Manajemen Unud*, *6*(6): 2876–2903.

Rahil Kazemi Talachi and Mohammad Bagher Gorji. 2013. Evaluating The Relationship Between Job Burnout And Organizational Citizenship Behavior: A Study of Industry, Mine And Trade Organization Employees. *Arabian Journal of Business and Management Review*, *2*(8): 50–61.

Rajan Selvarajan, Barjinder Singh, P. A. C. 2016. Role of personality and affect on the social support and work family conflict relationship. *Journal of Vocational Behavior*, *9*(4): 39–56.

Robbins dan Judge. 2017. *Perilaku Organisasi* (Salemba Empat (ed.)).

Roberta Maeran, Francesco Pitarelli, F. C. 2013. Work-life Balance and Job Satisfaction Among Teachers. *Interdisciplinary Journal of Family Studies*, *16*(1): 51–72.

Samina Nawab, S. I. 2013. Impact of Work-Family Cnflict on Job Satisfaction and Life Satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, *3*(7): 101–110.

Sanqing Wu & Kai Cao. 2015. Abusive Supervision and Work-Family Conflict: The Mediating Role of Emotional Exhaustion. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, *3*(1): 171–178.

Sarah Qaiser, Amir Gulzar, W. H. and H. S. 2015. Influence of Work Overload, Work-Family Conflicts and Negative Affectivity on Job Embeddedness and Emotional Exhaustion: The Moderating Role of Coworker Support (Case of Health Management). *Journal of Scientific Research & Reports*, *7*(1): 75–85.

Schultz D P & Schulyz S E. 2014. *Psychologi and Work Today: An Introduction to Industrial an OrganizationPsychology*. Macmillan Publishing Company.

Shakeel Aslam, Muhammad Farhan Ahmad, & S. A. 2013. Job Burnout

and Organizational Citizenship Behaviors: Mediating Role of Affective Commitment. *Journal of Basic and Applied*, *2*(8): 8120–8129.

Shanti Indriya Lubis, Listiana Sri Mulatsih, E. F. H. 2016. Pengaruh Konflik Pekerjaan-Keluarga, Stress kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. BRI Cabang Siak melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, *1*(2).

Shinta Laksmi Putri Indrawan, Putu., Wibawa Artha, I. M. 2017. Pengaruh Work-Family Conflict, Job Insecurity, Serta Organizational Justice Terhadap Burnout Pada Karyawan Kontrak (Outsourcing) PT. Gapura Angkasa, Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Forum Manajemen Indonesia*, *1*(9): 1–12.

Siagian. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Bumi Aksara (ed.)).

Simamora, H. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (STIE YKPN (ed.).

Sinambela, P. L. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (PT Bumi Aksara (ed.).

Spector, P. 2008. *No TitleIndustrial an Organizational Behavior* (Wiley (ed.).

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alvabeta.

Susanto. 2013. Analisis Pengaruh Konflik Kerja Keluarga Terhadap Kepuasan Kerja Pengusaha Wanita di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*, *12*(1): 75–85.

Syed Harris Laeeque. 2014. Role of Work-Family Conflict in Job Burnout: Support from the Banking Sector of Pakistan. *International Letters of Social and Humanistic Sciences Online*, *40*(1): 1–12.

Weiten. 2010. *Psychology: Themes and variations* (Wadworth (ed.)).

Wenefrida Ardhian Ayu Hardiani. 2020. Pengaruh Work Family Conflict dan Beban Kerja Terhadap Burnout dan Dampaknya Terhadap Cyberloafing. *Jurnal Visi Manajemen*, *5*: 1–18.

Yang Xiaoming, Ben-Jiang Ma, C. lisa C. and C.-J. S. 2014. Effects of Workload on Burnout and Turnover Intention of Medical Staff: A Study. *Journal Management Research Review*, *8*(3): 229–237.

PERHITUNGAN HARGA JUAL MASSA COR CN-17A SEBAGAI DASAR USULAN TARIF BAHAN BAKU KERAMIK PADA BTIKK

I Nyoman Normal[1], Arifin Siagian[2]
[1, 2]Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK)-Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT)
E-mail : [1]nyomannormal311@gmail.com, [2]E-mail : arifinlaurensius607@gmail.com

Abstracts*: The aims of this research are: (1) calculating and evaluating the basic tariff for the latest raw material technology services on the bulk selling price of CN-17A castings; (2) determine the effect of raw material technology service rates on the cost of production; (3) determine the effect of raw material technology service rates on profitability; and (4) proposing tariffs for new raw material technology services. The results showed that: (1) The theoretical raw material technology service tariff for CN-17A pouring mass was IDR 8,648.60 per liter, but the last tariff was IDR 4,500 per kg; (2) The tariff for raw material technology services affects the cost of goods manufactured. Raw material technology service rates are in accordance with PP. 51 of 2018 resulted in the cost of production of Rp 4,090.91 per kg, while the cost of goods manufactured should be Rp 8,862.36 per liter; (3) Tariffs for raw material technology affect profitability. The tariff for raw material technology services according to PP. 51 of 2018 is lower than it should be IDR 75.80 per kg (liter); and (4) the latest tariffs for ceramic raw material technology services need to be revised to reflect more realistic conditions.*

Keywords: *selling price, CN-17A, propossed tariff, ceramic raw material.*

PENDAHULUAN

Sektor industri kreatif atau ekonomi kreatif dianggap akan menjadi sektor unggulan dan sulit ditiru, karena memerlukan kemampuan manusia yang melibatkan talenta, keahlian, dan kreatifitas. Di Indonesia, sejak tahun 2009 pemerintah telah mencanangkan sebagai tahun industri kreatif dan menetapkan 14 sektor, dengan tiga sektor besar yang menjadi andalan, yaitu: fashion, kerajinan, dan desain (Sudana, 2014:164).

Bali mempunyai potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, karena mempunyai sumber daya manusia yang kreatif dengan keragaman budaya dan ketersediaan bahan baku (Astiti, 2014:47). Kualitas merupakan ukuran tingkat kesesuaian barang dan jasa dengan standar yang telah ditentukan, sehingga kualitas mempunyai sifat seragam, karena sudah ditentukan batas kendali atas dan bawahnya (Normal, 2014:128). Perusahaan industri (pabrik) merupakan perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian barang jadi tersebut dijual kepada masyarakat yang membutuhkan.

Pengolahan bahan baku menjadi barang dalam proses dan akhirnya menjadi produk jadi ini 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. Pembentukan bahan baku siap pakai merupakan salah satu tahap (bagian) proses produksi benda keramik (Gumi, W.S., dan Normal, N., 2015:269). Pembentukan bahan baku siap pakai dilakukan setelah tahap pendesainan pada pembuatan prototipe produk

keramik. Salah satu bahan baku siap pakai untuk pembuatan bodi keramik adalah massa cor.

Karakteristik ideal bahan pembuatan massa cor dapat bervariasi tergantung pada jenis barang yang dibuat, tetapi sebagian besar orang akan memilih bahan baku yang memiliki sifat-sifat fisik mentah prabakar baik, mengandung butiran kasar secukupnya yang memungkinkan untuk membuat produk dalam bentuk besar. Bahan baku pembuatan massa cor yang baik dan proses produksi sangat mempengaruhi kualitas massa cor yang dihasilkan. Massa cor merupakan salah satu bentuk produk keramik yang merupakan barang setengah jadi, merupakan produk akhir dari pengolahan bahan baku berupa lempung dan bahan lainnya. Massa cor juga merupakan bahan baku bagi pembentukan benda-benda keramik.

Balai Teknologi Industri Kreatif Keramik (BTIKK) merupakan salah satu lembaga pemerintah nonkementerian yang tugas pokok dan fungsinya adalah : (a) melakukan konsultasi dan fasilitasi bahan baku keramik, glasir, tekno-ekonomi, dan lainnya, (b) melakukan perekayasaan produk kreatif keramik, (c) melakukan pelayanan jasa teknologi keramik, (d) melakukan perencanaan dan evaluasi program dan penerapan teknologi, (e) melakukan pemeliharaan peralatan produksi dan gedung, dan (f) melakukan administrasi keuangan, kepegawaian, dan kehumasan.

BTIKK pada tahun sebelumnya telah melakukan penelitian bahan baku siap pakai berupa massa cor CN-17A (dilakukan oleh peneliti, perekayasa, dan teknisi litkayasa) yang telah memenuhi syarat uji laboratorium sesuai dengan standar yang ada. Berdasarkan 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, pada point IX (Jasa Teknologi dan Seni Keramik dan Porselin), bagian A (Pelayanan Bahan Baku Keramik Siap Bentuk), nomor 2 (Bahan Baku Keramik Putih) dinyatakan bahwa tarif jasa pelayanan bahan baku keramik berwarna putih adalah Rp 4.500,00 per kg.

Sesuai dengan kondisi saat ini, maka tarif sebesar Rp 4.500,00 per kg kurang mencerminkan tarif yang layak diterapkan pada proses pembentukan bahan baku keramik, karena telah terjadinya kenaikan tingkat UMR kota, tarif listrik, harga air, peralatan, dan sebagainya yang menyebabkan harga pasar berkisar antara Rp 7.500,00 – Rp 8.000,00 per kg. Berdasarkan kondisi tersebutlah penulis tertarik melakukan perhitungan tarif pelayanan bahan baku keramik siap pakai berupa massa cor CN-17A sebagai dasar usulan tarif yang lebih layak sesuai dengan kondisi real saat ini.

Penelitian yang berkaitan dengan perhitungan harga jual bahan baku keramik siap bentuk massa cor CN-17A bertujuan untuk : (1) mengevaluasi tarif jasa pelayanan bahan siap pakai yang sedang berlaku menuju tarif pelayanan yang layak; (2) mengkaji harga pokok produksi yang sedang berlaku menjadi harga pokok produksi yang tepat, dan (3) menentukan profitabilitas. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi BTIKK, pengusaha (perajin) keramik, akademisi, lembaga penelitian, dan pihak lainnya sebagai informasi awal dalam proses pengkajian dan pengembangan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai umumnya, dan bodi keramik massa cor CN-17A khususnya yang menjadi salah satu sumber pendapatan PNBP BTIKK.

KAJIAN LITERATUR

Penetapan tarif atau harga jual sangat penting dalam proses bisnis sebuah organisasi atau perusahaan, karena tarif akan menjadi komponen dari penjualan yang dicapai organisasi atau perusahaan dalam suatu periode dalam rangka memperoleh profitabilitas yang tinggi. Tarif (dari bahasa Arab: **ةفرعت**, *biaya yang harus dibayar*) adalah pungutan yang dikenakan terhadap barang ketika masuk atau keluar batas negara. Tarif biasanya dihubungkan dengan

proteksionisme, kebijakan ekonomi yang membatasi perdagangan antarnegara. Untuk alasan politik, tarif umumnya dikenakan pada barang impor, meskipun juga dikenakan pada barang yang diekspor. Pedagang yang mencoba menghindari tarif dikenal dengan penyelundup. 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).

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). Berikut ini akan dikemukakan beberapa pendapat ahli mengenai pengertian tarif, sehingga menjadi jelas pengertian antara tarif dan harga. Ibrahim Pranoto K (1997:55) mendefinisikan tarif sebagai berikut: tarif disebut juga bea atau *duty* yaitu sejenis pajak yang dipungut atas barang-barang yang melewati batas negara. Bea yang dibebankan pada impor barang disebut bea impor atau bea masuk (*import tarif, import duty*) dan bea yang dibebankan pada ekspor disebut bea ekspor, sedangkan bea yang dikenakan pada barang-barang yang melewati daerah pabean negara pemungut disebut bea transit atau *transit duty*. Menurut Hamdy Hady (2000:65) tarif adalah pungutan bea masuk yang dikenakan atas barang impor yang masuk untuk dipakai/ dikonsumsi habis di dalam negeri. Pengertian tarif dikemukakan pula oleh Sobri (1997:71) yaitu suatu pembebanan atas barang yang melintasi daerah pabean (*costum area*). Daerah pabean adalah suatu daerah geografis, yang mana barang-barang bebas bergerak tanpa dikenakan cukai (= bea pabean).

Tarif dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu : (1) tarif nominal : besarnya presentase tarif suatu barang tertentu yang tercantum dalam Buku Tarif Bea Masuk Indonesia (BTBMI). Buku Tarif Bea Masuk Indonesia yang digunakan saat ini adalah buku tarif berdasarkan ketentuan *harmonized sy*stem atau *HS* yang menggunakan penggolongan barang dengan sistem 9 digit; (2) tarif proteksi efektif : disebut juga sebagai *Effective Rate of Protection (ERP*), yaitu kenaikan *Value Added Manufacturing (VAM*) yang terjadi karena perbedaan antara presentase tarif nominal untuk barang jadi atau *CBU (Completely Built-Up*) dengan tarif nominal untuk bahan baku/ komponen input impornya atau *CKD (Completely Knock Down)*; (3) tarif berdasarkan harga (*burden rate*) : tarif yang digunakan dalam pembebanan overhead pra produksi; (4) tarif bunga efektif (*effective rate of interest*) : adalah tarif bunga di pasaran pada saat pengeluaran obligasi; (5) tarif dasar (basing rate), terdiri dari : a) tempat yang dipilih untuk dijadikan dasar penentu dari tarif-tarif pengangkutan dari satu tempat ke tempat lain; dan b) tarif untuk menentukan tarif-tarif lainnya; (6) tarif diskonto (*discount rate*): adalah tarif yang digunakan untuk menghitung bunga yang harus dipotongkan dari nilai jatuh tempo dari wesel; (7) tarif pajak (*tax rate*) : adalah tarif yang diterapkan atas penghasilan kena pajak untuk menghitung pajak penghasilan yang terhutang; (8) tarif pajak marjinal (*marginal tax rate*): adalah tarif pajak tertinggi yang dikenakan terhadap laba dari wajib pajak; (9) tarif transito (*cut back rate*) : adalah tarif pengangkutan yang dikenakan untuk pengapalan transito; (10) tarif varian upah langsung (*direct labor rate variance*): adalah perbedaan biaya antara tarif sebenarnya yang dibayar untuk upah langsung dengan tarif standar untuk memproduksi barang; dan (11) tarif yang ditentukan lebih dulu (*predetermined transfer price*): adalah beban biaya tidak langsung yang ditentukan terlebih dahulu untuk tiap departemen yang menggunakannya. Jadi, di sini beban-beban yang dianggarkan, sehingga setelah terjadi dicari selisih efisiensi (*spending variance*).

Pemerintah mengatur pengupahan melalui Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. 05/Men/1989 tanggal 29 Mei 1989 tentang

Upah Minimum. Penetapan upah dilaksanakan setiap tahun melalui proses yang panjang. Mula-mula Dewan Pengupahan Daerah (DPD) yang terdiri dari birokrat, akademisi, buruh dan pengusaha mengadakan rapat, membentuk tim survei dan turun ke lapangan mencari tahu harga sejumlah kebutuhan yang dibutuhkan oleh pegawai, karyawan dan buruh. Setelah survei di sejumlah kota dalam provinsi tersebut yang dianggap representatif, diperoleh angka Kebutuhan Hidup Layak (KHL) - dulu disebut Kebutuhan Hidup Minimum (KHM). Berdasarkan KHL, DPD mengusulkan upah minimum regional (UMR) kepada Gubernur untuk disahkan. Selain itu setelah otonomi daerah berlaku penuh, dikenal juga istilah Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK).

Massa cor merupakan tanah liat tuang yang terlihat mengkerut seperti tali di dalam barang keramik Alexander, 2001:96). Untuk mendapatlan campuran yang lebih baik bisa dengan mengurangi natrium silikat dan natrium karbonat (soda abu). Namun kadang-kadang masalah tidak akan terjadi apabila kita menggoyang-goyangkan cetakan terlebih dahulu sebelum kita menuangkan tanah liat tuang (massa cor) dari cetakan. Bahan baku yang digunakan untuk membentuk massa cor adalah Tanah (Lempung) Putih Kalimantan, Lempung Lombok, Lempung Suka Bumu, Feldspar RRC, Feldspar Lodoyo, dan lain-lain.

Menurut Horngren (1993:75) ada tiga unsur utama di dalam biaya suatu produk, yaitu: bahan baku langsung (*direct material)*, tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead*) terdiri dari *overhead* pabrik variabel dan *overhead* pabrik tetap. Proses produksi menurut Hansen & Mowen (1997:127) : pengolahan bersama bahan baku, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik untuk memproduksi sebuah produk baru. Barang yang diproduksi adalah berwujud, dapat diinventarisasi dan dipindahkan dari pabrik kepada konsumen. Fungsi produksi adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual (Supriyono, 2014:18). 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, dk, 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, N. L. P., 2014:84). Profitablitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan laba penjualan. Nilai profitabilitas menjadi norma ukuran bagi kesehatan perusahaan (http://id.Wikipedia. org/w/ index.php?title= Profitabilitas&oldid= 4882630").

Profitabilitas menyangkut kemampuan suatu organisasi atau perusahaan untuk mendapatkan laba pada periode tertentu. Beberapa ukuran profitabilitas, yaitu marjin laba kotor (*gross profit margin/GPM*), marjin laba operasi (*operating profit margin/OPM*), dan marjin laba bersih (*net profit margin/NPM*. Profitabilitas juga dapat dihitung dengan konsep *Return on Assets (ROA)*. *Return on Assets (ROA)* adalah perbandingan laba bersih setelah pajak dengan aktiva untuk mengukur tingkat pengembalian investasi total (Indrayani, K. C., et.al, 2013:97). Rasio ini merupakan rasio yang terpenting untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan. Penelitian yang dilakuakan oleh Mahanavami, G.A. (2013:27) menghasilkan bahwa variabel *net interest margin (NIM)* berpengaruh positip dan

signifikan terhadap *return on assets (ROA)*, sedangkan variabel biaya operasi per pendapatan operasi (BOPO) berpengaruh negatip dan signifikan terhadap *return on assets (ROA)*.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar (Sugiyono, 1999:13). Pada penelitian ini, data kualitatif yang digunakan adalah: sejarah berdirinya BTIKK, aktiva tetap, struktur organisasi, tugas dan fungsi pokok BTIKK, uraian tugas, proses pembuatan, dan jenis bahan baku pembuatan massa cor CN-17A; dan (2) data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring : baik sekali = 4, baik = 3, kurang baik = 2, dan tidak baik = 1) (Sugiyono, 1999:14). Pada penelitian ini, data kuantitatif yang digunakan adalah: biaya penyusutan aktiva tetap yang digunakan dalam proses produksi, kuantitas bahan, harga bahan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air, biaya tenaga kerja selama proses produksi, komposisi bahan, harga pokok produksi massa cor CN-17A, jam mesin, jam tenaga kerja langsung, Upah Minimum Kota Denpasar, beban operasi, beban lainnya dalam produksi dan tarif jasa pengolahan bahan baku siap pakai menurut PP No. 51 tahun 2018 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.

Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu : (1) data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seorang peneliti atau suatu lembaga tertentu langsung dari sumbernya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya dan hasilnya digunakan langsung oleh peneliti atau oleh lembaga itu sendiri untuk memecahkan permasalahan yang akan dicari jawabannya (Gorda, 1994:78). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah : aktiva tetap, biaya penyusutan, biaya listrik, biaya telepon, biaya air, jam mesin, jam tenaga kerja langsung, komposisi bahan baku, penggunaan bahan baku, biaya pemeliharaan, dan jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan bahan dan massa cor CN-17A; 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 (Gorda, 1994:79). 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),* dan tarif tarif jasa pengolahan bahan baku siap pakai menurut PP No. 51 tahun 2018.

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

Teknik analisis data yang digunakan adalah : (1) untuk mengkaji penetapan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai massa cor CN-17A digunakan kombinasi atau penjumlahan antara tarif varian upah langsung

(*direct labor variance*) dan tarif berdasarkan harga (*burden rate*). Tarif varian upah langsung untuk menghitung standar biaya tenaga kerja langsung dan tarif berdasarkan harga untuk menghitung pembebanan biaya *overhead* pabrik pra produksi.

Standar biaya tenaga kerja langsung = Tarif per jam x Standar waktu per liter massa cor.

-Tarif per jam = (Upah tenaga kerja langsung per bulan) : (Jam kerja efektif per bulan), atau 100% x (Upah Minimum Kota Denpasar) : (Jam kerja efektif per bulan)

-Standar waktu untuk mengerjakan 1 liter massa cor = (Jam kerja untuk pembuatan *massa cor* dalam sekali proses) : (Jumlah *massa cor* yang dihasilkan dalam sekali proses).

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

-Tarif BOP V = (Budget biaya *overhead* pabrik variabel bulanan) : (Unit *massa cor* pada kapasitas normal).

-Tarif BOP T = (Budget biaya *overhead* pabrik tetap bulanan) : (Unit *massa cor* pada kapasitas normal).

Selanjutnya membandingkan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No. 51 tahun 2018 dengan yang seharusnya berdasarkan perhitungan, dan menyimpulkan hasilnya; (2) untuk mengkaji harga pokok produksi pelayanan bahan baku berwarna siap pakai CN-17A digunakan Sistem biaya standar dengan metode biaya penuh (*full costing*), yang dikemukakan oleh Mulyadi (1993:50), dengan rumus : Harga pokok produksi = Biaya bahan baku + Biaya tenaga kerja langsung + Biaya overhead pabrik variabel + Biaya overhead pabrik tetap. Selanjutnya membandingkan harga pokok produksi pelayanan bahan baku keramik siap pakai menurut PP No. 51 tahun 2018 dengan yang seharusnya; dan (3) untuk mengkaji profitabilitas digunakan metode *multiple step* (Munawir, 1995:37), yang terdiri dari laba kotor, laba operasi, dan laba bersih sebelum pajak. Laba kotor = penjualan – harga pokok penjualan. Laba operasi = laba kotor – beban operasi. Laba bersih = laba operasi – pendapatan/beban di luar usaha. Selanjutnya membandingkan laba bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No. 51 tahun 2018 dengan yang seharusnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A berdasarkan PP RI No. 51 tahun 20158 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, pada point IX (Jasa Teknologi dan Seni Keramik dan Porselin) bagian B (Pelayanan bahan baku keramik siap bentuk) nomor 2 (Bahan Baku Keramik Putih) adalah sebesar Rp 4.500,00 per kg. Tarif tersebut dihitung berdasarkan taksiran biaya bahan baku yang telah hampir dua tahun diterapkan. Dengan mengasumsikan persentase perincian tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai sama dengan yang seharusnya, maka akan diperoleh perincian komponen yang membentuk tarif yang terdiri dari harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai sebesar Rp 4.090,91, marjin laba yang diinginkan Rp 81,45, beban pemasaran Rp 204,75, dan beban administarsi & umum Rp 122,85 (Lampiran 1). Tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A yang seharusnya adalah Rp 8.648,60 per kg, yang terdiri dari harga pokok produksi Rp 7.862,36, marjin laba yang diinginkan Rp 157,25, beban pemasaran Rp 393,12, dan beban administrasi & umum Rp 235,87 (Lampiran 9). Perbandingan komponen tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 dan yang Seharusnya adalah sebagai berikut (Tabel 1).

Tabel 1 : Perbandingan Tarif Jasa Pelayanan Bahan Baku Keramik Siap Pakai Sesuai PP No.51 Th 2018 dan yang Seharusnya(Rp)

Uraian	Tarif Menurut PP No.51 Tahun 2018	Tarif Menurut Perhitungan Seharusnya	Perbedaan (Selisih)
Harga Pokok Produksi	4.090,91	7.862,36	(3.771,41)
Marjin Laba yang Diinginan	81,45	157,25	(75,80)
Beban Pemasaran	204,75	393,12	(188,37)
Beban Administrasi & Umum	122,85	235,87	(113,02)
Tarif	4.500,00	8.648,60	(4.148,60)

Sumber : Lampiran 1 dan 9.

Harga pokok produksi yang sesungguhnya dihitung berdasarkan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik putih siap pakai CN-17A yang sesungguhnya berdasarkan PP No.51 Tahun 2018 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi pada point IX (Jasa Teknologi dan Seni Keramik dan Porselin) bagian B (Pelayanan bahan baku keramik siap bentuk) Nomor 2 (Bahan Baku Keramik Putih) sebesar Rp 4.500,00 per kg. Dengan mengasumsikan persentase harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai sama dengan yang seharusnya, maka akan diperoleh perincian komponen yang membentuk harga pokok produksi, yang terdiri dari : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap. Harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai massa cor CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 Rp 4.090,91 per kg, terdiri dari biaya bahan baku Rp 2.954,05, biaya tenaga kerja langsung Rp 724,50, biaya overhead pabrik variabel Rp 209,86, dan biaya overhead pabrik tetap Rp 202,50 (Lampiran 2). Harga pokok produksi yang seharusnya jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai massa cor CN-17A menurut konsep akuntansi biaya adalah Rp 7.862,36 per liter (Lampiran 8), yang terdiri dari : biaya bahan baku Rp 5.678,00 (Lampiran 4), biaya tenaga kerja langsung Rp 1.392,54 (Lampiran 5), biaya *overhead* pabrik variabel Rp 403,12 (Lampiran 6), dan biaya *overhead* pabrik tetap Rp 388,70 (Lampiran 7). Perbandingan harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai massa cor CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 dan yang Seharusnya adalah sebagai berikut (Tabel 2).

Tabel 2. Perbandingan Harga Pokok Produksi Jasa Pelayanan Bahan Baku Keramik Siap Pakai Massa Cor CN-17A Menurut PP No.51 Tahun 2018 dan yang Seharusnya (Rp)

Uraian	Harga Pokok Produksi Sesuai PP No.51 Tahun 2018	Harga Pokok Produksi yang Seharusnya	Perbedaan (Selisih)
Biaya Bahan Baku	2.954,05	5.678,00	(2.723,95)
Biaya Tenaga Kerja Langsung	724,50	1.392,54	(668,04)
Biaya *Overehead* Pabrik Variabel	209,86	403,12	(193,26)
Biaya *Overehead* Pabrik Tetap	202,50	388,70	(186,20)
Harga Pokok Produksi	4.090,91	7.862,36	(3.771,45)

Sumber : Lampiran 2, 4, 5, 6, 7, dan 8.

Profitabilitas yang sesungguhnya dihitung berdasarkan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik putih siap pakai Massa Cor CN-17A sesuai PP No.51 tahun 20158 tentang jenis dan tarif atas jenis penerimaan negara bukan pajak yang berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi pada point IX (Jasa Teknologi dan Seni Keramik dan Porselin) bagian B (Pelayanan bahan baku keramik siap bentuk) Nomor 2 (Bahan Baku Keramik Putih) sebesar Rp 4.500,00 per kg. Dengan mengasumsikan persentase perincian tprofitabilitas jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai sama dengan yang seharusnya, maka akan diperoleh perincian komponen yang membentuk profitabilitas yang terdiri dari harga jual, harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap), marjin laba kotor yang diinginkan, beban operasi (beban pemasaran dan beban administrasi & umum), laba operasi, beban/pendapatan di luar usaha, dan laba bersih sebelum pajak. Profitabilitas jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 adalah Rp nihil, yang terdiri dari : harga jual Rp 4.500,00, harga pokok penjualan (produksi) Rp 4.090,91, laba kotor Rp 409,09, beban pemasaran Rp 204,75, beban administrasi & umum Rp 122,85, laba operasi Rp 81,45, dan beban di luar usaha Rp 81,45 (Lampiran 3). Profitabilitas yang seharusnya dihitung berdasarkan tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut konsep akuntansi biaya adalah nihil, yang terdiri dari : harga jual Rp 8.648,60, harga pokok penjualan (produksi) Rp 7.862,36, laba kotor Rp 786,24, beban pemasaran Rp 393,12, beban administrasi & umum Rp 235,87, laba operasi Rp 157,25, dan beban di luar usaha Rp 157,25 (Lampiran 10). Perbandingan profitabilitas jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 dan yang Seharusnya adalah sebagai berikut (Tabel 3).

Tabel 3. Perbandingan Profitabilitas Jasa Pelayanan Bahan Baku Keramik Siap Pakai CN-17A Menurut PP No.51 Tahun 2018 dan yang Seharusnya (Rp)

Uraian	Profitabilitas Sesuai PP No.51/2018	Profitabilitas yang Seharusnya	Perbedaan (Selisih)
Harga Jual	4.500,00	8.648,60	(4.148,60)
Harga Pokok Penjualan	4.090,91	7.862,36	(3.771,45)
Laba Kotor	409,09	786,24	(377,15)
Biaya Pemasaran	204,75	393,12	(188,37)
Biaya Administrasi & Umum	122,85	235,87	(113,02)
Laba Operasi	81,45	157,25	(75,80)
Pendapatan/Biaya Di Luar Usaha	81,45	157,25	(75,80)
Laba Bersih Sebelum Pajak	-	-	-

Sumber : Lampiran 3, dan 10.

Pembahasan

Tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 adalah Rp 4.500,00 per kg, sedangkan menurut perhitungan yang seharusnya adalah Rp 8.648,60 per liter. Tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 tahun 2018 lebih rendah sebesar Rp 4.148,60 daripada yang seharusnya. Perbedaan tarif sebesar Rp 4.148,60 disebabkan oleh kurangnya pembebanan harga pokok produksi Rp 3.771,41, kurangnya pengakuan marjin laba Rp 75,80, kurangnya pembebanan beban pemasaran Rp 188,37, dan kurangnya pembebanan beban administrasi & umum

Rp 117,56. Tarif mencerminkan harga yang harus dibayar oleh pelanggan (konsumen) atas penggunaan jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai. Konsekuensi yang mungkin terjadi terhadap rendahnya penerapan tarif adalah pelanggan yang berminat lebih banyak dengan asumsi harga pokok produksi normal. Namun, di sisi lain, rendahnya tarif justru akan menimbulkan persepsi pelanggan yang kurang baik terhadap kualitas jasa pelayanan yang kita lakukan dan rendahnya nilai penjualan yang dapat kita raih dalam satu periode akuntansi. Persepsi kualitas dan nilai penjualan menjadi hal yang sangat penting bagi keberadaan sebuah institusi yang bergerak dalam bidang penelitian & pengembangan, perekayasaan produk kreatif, pembinaan & pelayanan jasa teknologi. 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.

Harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A yang dihitung menggunakan PP No.51 Tahun 2018 adalah Rp 4.090,91 per kg, yang terdiri dari biaya bahan baku Rp 2.954,05, biaya tenaga kerja langsung Rp 724,50, biaya *overhead* pabrik variabel Rp 209,86, dan biaya *overhead* pabrik tetap Rp 202,50. Harga pokok produksi menurut perhitungan yang seharusnya adalah sebesar Rp 7.862,36 per liter, yang terdiri dari biaya bahan baku Rp 5.678,00, biaya tenaga kerja langsung Rp 1.392,54, biaya *overhead* pabrik variabel Rp 403,12, dan biaya *overhead* pabrik tetap Rp 202,50. Harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 tahun 2018 lebih rendah Rp 3.771,45 daripada yang seharusnya. Perbedaan harga pokok produksi sebesar Rp 3.771,45 disebabkan oleh kurangnya pembebanan biaya bahan baku Rp 2.723,95, kurangnya pembebanan biaya tenaga kerja langsung Rp 668,04, kurangnya pembebanan biaya *overhead* pabrik variabel Rp 193,26, biaya *overhead* pabrik tetap Rp 186,20. Tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A berpengaruh positip terhadap harga pokok produksi jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A. Harga pokok produksi mencerminkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh organisasi untuk menyediakan (membentuk) jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai. Konsekuensi yang mungkin terjadi terhadap rendahnya pembebanan biaya produksi adalah harga pokok produksi dan harga pokok penjualan jasa penyediaan bahan baku keramik siap pakai 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.

Laba bersih yang diinginkan atas jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut PP No.51 Tahun 2018 adalah nihil, tetapi laba usaha adalah Rp 81,45 per kg. Angka Rp 81,45 diperoleh dari tarif sebesar Rp 4.500,00 dikurangi biaya produksi jasa pengolahan bahan baku keramik siap pakai CN-17A sebesar Rp 4.090,91 dan beban operasi Rp 327,60 (beban pemasaran Rp 204,75 dan beban administrasi & umum Rp 122,85). Marjin laba bersih yang diinginkan atas jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menurut perhitungan yang seharusnya adalah nihil, tetapi laba usahanya

adalah Rp 157,25 per liter. Angka Rp 157,25 diperoleh dari tarif sebesar Rp 8.648,60 dikurangi biaya produksi jasa pengolahan bahan baku keramik siap pakai CN-17A sebesar Rp 7.862,36 dan beban operasi Rp 628,99 (beban pemasaran Rp 393,12 dan beban administrasi & umum Rp 235,87). Laba usaha atas penjualan jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai merupakan hasil operasi yang diterima oleh unit sebagai hasil pengurangan harga pokok penjualan dan beban operasi dari penjualan dalam satu periode akuntansi. Istilah laba pada penelitian jasa ini dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu laba kotor, laba operasi, dan laba bersih sebelum pajak. Setiap unit usaha, terlebih yang bergerak dalam bidang jasa teknologi, laba yang tinggi menjadi prestasi yang sangat diharapkan setelah tujuan utama lainnya terpenuhi. Pencapaian laba merupakan salah satu bentuk prestasi keuangan yang dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan. Penerapan PP No.51 Tahun 2018 atas penjualan jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A menghasilkan laba usaha Rp 81,45 per kg, sedangkan menurut perhitungan yang seharusnya adalah sebesar Rp 157,25 per liter. Selisih kurang laba usaha sebesar Rp 75,80 per kg (liter) menunjukkan kurangnya prestasi keuangan yang harus diakui oleh BTIKK, yang selanjutnya perlu dilakukan pengkajian kembali sehingga diperoleh hasil yang lebih layak, walaupun secara persentase menghasilkan rasio yang sama. Konsekuensi laba yang lebih tinggi adalah profitabilitas yang meningkat, peluang berinvestasi lebih besar, ekspansi usaha lebih beragam, pembagian keuntungan lebih besar, dan tingkat kepercayaan publik terhadap organisasi lebih tinggi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan : (1) penerapan tarif jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai menurut PP No.51 Tahun 2018 lebih rendah Rp 4.148,60 per kg (liter) daripada tarif yang seharusnya, yang disebabkan oleh karena kurangnya pembebanan : harga pokok produksi Rp 3.771,41, marjin laba yang diinginkan Rp 75,80, beban pemasaran Rp 188,37, dan beban administrasi & umum Rp 113,02; (2) tarif jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai berpengaruh terhadap harga pokok produksi jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai. Tarif jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai menurut PP No.51 Tahun 2018 menghasilkan harga pokok produksi sebesar Rp 4.090,91 per kg, sedangkan harga pokok produksi yang seharusnya adalah Rp 7.862,36 per liter. Harga pokok produksi jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai menurut PP No.51 Tahun 2018 lebih rendah sebesar Rp 3.771,45 per kg (liter) daripada yang seharusnya. Hal ini disebabkan olah karena kurangnya pembebanan : biaya bahan baku Rp 2.723,95, biaya tenaga kerja langsung Rp 668,04, biaya *overhead* pabrik variabel Rp 193,26, dan biaya *overhead* pabrik tetap Rp 186,20; dan (3) tarif jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai berpengaruh terhadap profitabilitas jasa tekologi bahan baku keramik siap pakai. Tarif jasa teknologi bahan baku keramik siap pakai menurut PP No.51 Tahun 2018 lebih rendah sebesar Rp 75,80 per kg (liter) dari yang seharusnya, yang disebabkan oleh karena kurangnya : penetapan tarif Rp 4.148,60, pembebanan harga pokok produksi Rp 3.771,45, pengakuan laba kotor Rp 377,15, pembebanan beban pemasaran Rp 188,37, dan pembebanan beban administrasi & umum Rp 113,02.

Saran

Berdasarkan simpulan, maka dapat disarankan: (1) kepada BTIKK-BPPT, agar segera membentuk kajian terhadap rendahnya tarif jasa pelayanan bahan baku keramik yang dapat digunakan sebagai dasar dan bukti untuk mengusulkan revisi tarif pada tahun berikutnya, khususnya tarif jasa pelayanan bahan baku keramik siap pakai CN-17A, sehingga menghasilkan angka yang layak; (2) kepada UMKM keramik, agar segera meningkatkan efisiensi produksi benda keramik khususnya massa cor, melalui penetapan tarif yang layak, perhitungan harga pokok produksi yang tepat, dan pengakuan laba yang wajar; dan (3) kepada peneliti, teknisi litkayasa, perekayasa, dan kalangan akademis lain (lanjutan), agar segera

mengevaluasi tarif jasa pelayanan berbasis akuntansi biaya pada setiap jenis produk keramik sehingga tarif yang ditetapkan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, R., dk. 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.

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

Astiti, N. K. A. 2014. Uang Kepeng Sepanjang Masa : Perspektif Arkeologi dan Ekonomi Kreatif Provinsi Bali. *Forum Arkeologi*, 27 (1) : 45-56.

Gorda, I G. N.. 1994. *Metode Penelitian Sosial*. Universitas Pendidikan Nasional. Denpasar.

Gumi, W.S., dk. 2015. Evaluasi Tarif Jasa Pengolahan Earthenware Bodi Warna Darmasaba (BWD) Berbasis Elemen Biaya Tahun 2015. *Jurnal Bisnis dna Kewirausahaan (JBK)*, 11 (3):268-280.

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

Http://www.id.wikipedia.org/w/index.php?title =Tarif &oldid=7100190

Http : //www.id.wikipedia-indonesia. 2014.*Upah Minimum Regional*.

Http://www:id.maribersama-jk.com/index.php? Target =about.us).

Http://www.id.wikipedia. org/w/ index.php? title =Profitabilitas&oldid=4882630".

Indrayani, K. C., dk. 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.

Jusup, AL H.. 1981. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jilid 2. Akademi Akuntansi YKPN. Yogyakarta.

Mahanavami, G. A.. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Forum Manajemen (JIFM)*, 11(2): 17-29.

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

Matz & Usry. 1984. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengawasan (Cost Accounting)*. Edisi Ke 7. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Matz & Usry. 1984. *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengawasan (Cost Accounting)*. Edisi Ke 7. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.

Mulyadi. 1993. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*). Edisi Revisi. BPFE UGM. Yogyakarta.

Munawir. 1995. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Revisi. Liberty. Yogyakarta.

Normal, I N. 2014. Strategi Penetapan Harga Jual Beberapa Produk Keramik dalam Menciptakan Rasio Keuangan yang Layak Pada UPT PSTKP Bali – BPPT. *Sarathi (Jurnal Ilmu Politik*), 21 (1) : 126-147.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015. 2015. *Jenis dan Tarif atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang Berlaku pada Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi.*

Sudana, I W. 2014. Strategi Pengembangan Kerajinan Keramik Gerabah Tradisional Gorontalo Guna Mendukung Industri Kreatif. *Mudra (Jurnal Seni Budaya)*, 29 (2) : 163-180.

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

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.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1
TARIF JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI SESUAI PP No.51 Tahun 2018
PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Uraian Biaya				Tarif (Harga Jual)
	Harga Pokok Produksi (Rp)	Marjin Laba yang Diharapkan (Rp)	Beban Pemasaran (Rp)	Beban Adm & Umum (Rp)	(Rp)
	1,00	0,02	0,05	0,03	1,10
CN-17A	4,090,91	81,81	204,55	122,73	4.500,00

Sumber : PP 51/2018, 2020

Lampiran 2
HARGA POKOK PRODUKSI JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI SESUAI PP No.51 Tahun 2018
PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Elemen Biaya				Harga Pokok Produksi (Rp)
	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik Variabel (Rp)	Biaya Overhead Pabrik Tetap (Rp)	
	0,7221	0,1771	0,0513	0,0495	1,000
CN-17A	2.954,05	724,50	209,86	202,50	4,090,91

Sumber : Lampiran 1, 2020.

Lampiran 3
PROFITABILITAS JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI SESUAI PP No.51 Tahun 2018
PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Harga Jual	Harga Pokok Penjualan	Laba Kotor	Beban Pemasaran	Beban Adm & Umum	Laba Operasi	Pendapatan (Beban) Lain-lain	Laba Bersih
-	1,00	0,9091	0,0909	0,0455	0,0273	0,0181	0,0181	0,00
CN-17A	4.500,00	4.090,91	409,09	204,75	122,85	81,45	81,45	-

Sumber :Lampiran 1 dan Lampiran 2, 2020.

Lampiran 4
BIAYA BAHAN BAKU JASA
PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK
SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A

PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

KOMPOSISI	NAMA BAHAN BAKU	PERSENTASE PENGGUNAAN BAHAN BAKU	EKUIVALENSI PENGGUNAAN BAHAN BAKU (1000:1000)	STANDAR PEMAKAIAN BAHAN BAKU	KUANTITAS BAHAN BAKU 50,00 (Kg)	STANDAR HARGA BAHAN BAKU (Rp/Kg)	STANDAR BIAYA BAHAN BAKU (Rp)
Massa Cor	Feldspar RRT	0,4300	1,0000	0,4300	21,50	7.300,00	156.950,00

CN-17A	Lempung Kalimantan	0,3300	1,0000	0,3300	16,50	3.000,00	49.500,00
	Kaolin Belitung	0,1500	1,0000	0,1500	7,50	6.600,00	49.500,00
	Kuarsa	0,0600	1,0000	0,0600	3,00	7.300,00	21.900,00
	Ball Clay	0,0200	1,0000	0,0200	1,00	4.250,00	4.250,00
	Bentonite	0,0100	1,0000	0,0100	0,50	3.600,00	1.800,00
Standar Biaya Bahan Baku (Rp)		1,0000			50,00		283.900,00
Massa cor yang dihasilkan (Liter)							50,00
Standar Biaya Bahan Baku Massa Cor CN-17A (Rp/lt)							5.678,00

Sumber : BTIKK, 2020

Lampiran 5

BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

KOMPOSISI	STANDAR TARIF BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG (Rp/jam)	STANDAR WAKTU PENGERJAAN (Jam/kg)	
Massa Cor CN-17A	(100% x Rp 2.770.300,00 x 2) : (8 jam x 5 x 4 x 2) =	A.Penimbangan	
		Mengambil bahan	0,25
		Menimbang bahan	0,25
	Atau	Meletakkan ke penghancuran	0,25
	2.770.300,00	B.Penumbukkan	
	150,00	Memasukkan bahan baku	0,06
		Menumbuk bahan	0,25
		C.Pencampuran	
		Menambahkan air	0,05
		Memasukan bahan	0,15
		Menghancurkan (1.70 jam)	-
		Mencampur bahan penolong	0,25
		D.Penyaringan (Pengayakan)	
		Menyaring dengan ayakan	0,30
		E.Penyimpanan	
		Memindahkan ke penyimpanan	0,05
		Menyimpan (24 jam)	-
		Memeriksa	0,03
		Waktu pengerjaan per orang (jam)	1,89
		Jumlah orang	2,00
		Waktu pengerjaan per 2 orang (jam)	3,77
		Bahan yang dihasilkan (Liter)	50,00
	18.468,67	Standar waktu pengerjaan per jam per liter	0,08
Standar Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp/lt)			1.392,54

Sumber : BTIKK, 2020

Lampiran 6

BIAYA OVERHEAD PABRIK VARIABEL JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A MASSA COR CN-17A

PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Elemen Biaya	Perincian Biaya					Budget Fleksibel		
						0,80	1,00	1,20
						1.564,54 (120 jam)	1.955,67 (150 jam)	2.346,81 (180 jam)
Biaya Overhead Pabrik Variabel								
	Jam real (Jam)	Jam normal (Jam)	Persentase	UMR (Rp/bulan)	Persentase dari UMR			
1.Upah tak langsung	3,84	3,84	1,00	2.770.300,00	0,25	554.060,00	692.575,00	831.090,00
2.Biaya listrik	Daya (KW)	Jumlah (Unit)	Lama (Jam)	Tarif (Rp)	Frekuensi (kali)			
- Timbangan	0,0120	1,00	0,25	1.524,24	39,11	143,08	178,85	214,63
-Mixer	0,3500	1,00	1,70	1.524,24	39,11	28.378,29	35.472,86	42.567,43
3.Bahan penolong	Terpakai (m3, kg, dll)	Tarif (Rp/m3, kg,dll)	Frekuensi (kali)					
-Air	0,0225	1.675,00	39,11			1.179,27	1.474,09	1.768,90
-Water glass	0,2000	7.500,00	39,11			46.936,11	58.670,14	70.404,17
Jumlah						630.696,76	788.370,95	946.045,14
Massa cor yang dihasilkan dalam 1 bulan (lt)							1.955,67	
Standar Biaya Overhead Pabrik Variabel (Rp/lt)							403,12	

Sumber : BTIKK, 2020.

Lampiran 7

BIAYA OVERHEAD PABRIK TETAP JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A

PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Elemen Biaya	Perincian Biaya					Budget Fleksibel		
						0,80	1,00	1,20
						1.564,54 (120 jam)	1.955,67 (150 jam)	2.346,81 (180 jam)
Biaya Overhead Pabrik Tetap								
1.Biaya Listrik	Daya	Biaya Listrik Tetap	Total Daya	Tarif	Frekuensi			

	(KW)	(Rp)	(KW)	(Rp/KW)	(kali)			
-Timbangan	0,0120	1.020.900,00	41,50	24.600,00	1,00	295,20	295,20	295,20
-Mixer	0,3500	1.020.900,00	41,50	24.600,00	1,00	8.610,00	8.610,00	8.610,00
2.Biaya Penyusutan	Luas /Jumlah (m2/bh)	Harga Perolehan (Rp)	Penyusutan (%)	Bulan dlm Setahun (bulan)				
a.Penimbangan								
-Timbangan	1,0000	16.051.750,00	0,0667	12,00		89.220,98	89.220,98	89.220,98
-Gedung	4,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		75.000,00	75.000,00	75.000,00
b.Penumbukan								
-Penumbuk	1,0000	20.000,00	0,2500	12,00		416,67	416,67	416,67
-Ember	1,0000	50.000,00	0,2500	12,00		1.041,67	1.041,67	1.041,67
c.Pencampuran								
-Mixer	1,0000	2.000.000,00	0,1000	12,00		16.666,67	16.666,67	16.666,67
-Ember	1,0000	100.000,00	0,2500	12,00		2.083,33	2.083,33	2.083,33
-Gedung	5,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		93.750,00	93.750,00	93.750,00
d.Penyaringan						-		-
-Ayakan	1,0000	20.000,00	0,5000	12,00		833,33	833,33	833,33
-Ember	1,0000	100.000,00	0,2500	12,00		2.083,33	2.083,33	2.083,33
e.Penyimpanan								
-Gedung	6,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		112.500,00	112.500,00	112.500
3.Biaya Pemeliharaan AT Pabrik	Luas/Jumlah (m2/bh)	Harga Perolehan (Rp)	Pemeliharaan (%)	Bulan dlm Setahun (bulan)				
a.Penimbangan								
-Timbangan	1,0000	16.051.750,00	0,0500	12,00		66.882,29	66.882,29	66.882,29
-Gedung	4,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		75.000,00	75.000,00	75.000,00
b.Penumbukan								
-Penumbuk	1,0000	20.000,00	0,0500	12,00		83,33	83,33	83,33
-Ember	1,0000	50.000,00	0,0500	12,00		208,33	208,33	208,33
c.Pencampuran								
-Mixer	1,0000	2.000.000,00	0,0500	12,00		8.333,33	8.333,33	8.333,33
-Ember	1,0000	100.000,00	0,0500	12,00		416,67	416,67	416,67
-Gedung	5,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		93.750,00	93.750,00	93.750,00
d.Penyaringan								
-Ayakan	1,0000	20.000,00	0,0500	12,00		83,33	83,33	83,33
-Ember	1,0000	100.000,00	0,0500	12,00		416,67	416,67	416,67
e.Penyimpanan								
-Gedung	6,0000	4.500.000,00	0,0500	12,00		112.500,00	112.500,00	112.500,00
Jumlah						760.175,14	760.175,14	760.175,14
Massa cor yang dihasilkan dalam sebulan (lt)							1.955,67	
Standar Biaya Overhead Pabrik Tetap (Rp/lt)							388,70	

Sumber : BTIKK, 2020.

Lampiran 8

HARGA POKOK PRODUKSI JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Elemen Biaya				Harga Pokok Produksi (Rp)
	Biaya Bahan Baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Biaya Overhead Pabrik Variabel (Rp)	Biaya Overhead Pabrik Tetap (Rp)	
Massa Cor CN-17A	5.678,00	1.392,54	403,12	388,70	7.862,36

Sumber : Lampiran 4, Lampiran 5, Lampiran 6, dan Lampiran 7, 2020.

Lampiran 9

TARIF (HARGA JUAL) JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A

PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Uraian Biaya				Tarif (Harga Jual)
	Harga Pokok Produksi (Rp)	Marjin Laba yang Diharapkan (Rp)	Beban Pemasaran (Rp)	Beban Adm & Umum (Rp)	(Rp)
	1,00	0,02	0,05	0,03	1,10
Massa Cor CN-17A	7.862,36	157,25	393,12	235,87	8.648,60

Sumber : Lampiran 8, 2020.

Lampiran 10

PROFITABILITAS JASA PELAYANAN BAHAN BAKU KERAMIK SIAP PAKAI MASSA COR CN-17A

PADA BALAI TEKNOLOGI INDUSTRI KREATIF KERAMIK (BTIKK) TAHUN 2020

Komposisi	Uraian Profitabilitas							
	Harga Jual (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)	Laba Kotor (Rp)	Beban Pemasaran (Rp)	Beban Adm & Umum (Rp)	Laba Operasi (Rp)	Pend/Beban Lain-lain (Rp)	Laba Bersih (Rp)
	1,00	0,9091	0,0909	0,0455	0,0273	0,0181	0,0181	0,00
Massa Cor CN-17A	8.648,60	7.862,36	786,24	393,12	235,87	157,25	157,25	(0,00)

Sumber : Lampiran 8 dan 9, 2020

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KC BANYUWANGI

Miko Andi Wardana
[1]Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional
email: mikowardana@stpbi.ac.id

Abstract: *Departing from the main issue that is being discussed in many societies related to Islamic banking, which is a byword in today's society. Therefore, the initiative of the researcher to raise this problem is the subject of the title of this study. And this study aims to determine the effect of Islamic banking services and products on customer loyalty in taking funding and financing at PT Bank Syariah Mandiri Banyuwangi Branch. The research method uses multiple linear regression which is sourced from primary data of respondents. Data was collected by filling out questionnaires for 70 customers of PT Bank Syariah Mandiri Banyuwangi Branch. The sampling technique uses the Cluster Random Sampling technique, because the number of sample populations cannot be known accurately, which allows for no design related to the sampling frame, and the presence of the population is randomly distributed or collected in different spheres. at PT Bank Syariah Mandiri Banyuwangi Branch were respondents. Data analysis using SPSS 25 for windows. The results of this study indicate that the service variable does not have a significant effect on customer loyalty at PT Bank Syariah Mandiri Banyuwangi Branch, so that the hypothesis is accepted. Service has no influence on customer loyalty. Product variables have a significant effect on Customer Loyalty variables. Product variable (X2) has an effect on the Customer Loyalty variable (Y). Service variable (X1) and the Product variable (X2) simultaneously or simultaneously have an influence on the Customer Loyalty variable (Y).*

Keywords: Pelayanan, Produk, Loyalitas Nasabah

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki kepulauan yang terbesar dan juga memiliki beberapa suku, bahasa, serta agama yang memilki jumlah penduduk sekitar 261 juta jiwa. sebanyak 89% penduduk memeluk agama islam, 5% pendduduk memeluk agama Kristen, sekitar 3 % penduduk memeluk agama Katolik, sekitar 2% penduduk memeluk agama Hindu, sekitar 1% penduduk agama Budha.

Seiring dengan berkembangnya sistem perbankan dan keuangan di Indonesia dan meningkatnya tingkat kesejahteraan, serta bertambahnya tingkat kebutuhan pada masyarakat, khususnya Muslim di Indonesia, yang menyebabkan bertambahnya tingkat kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder serta kebutuhan tersier masyarakat terhadap layanan jasa perbankan di Indonesia yang sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah (Ascarya, 2007, hal. 97). Dalam perbankan syari'ah melarang praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisyir*), *qharar* dan melarang pelanggaran prinsip - prinsip keadilan dalam transaksi perbankan syari'ah serta mengharuskan penyaluran dana investasi nasabah terhadap kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syari'ah dan halal secara Syari'ah (Wahyuningsih, 2014). yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan, tanpa memandang jenis layanan (Pribadi, Sufian, & Sugiarto PH, 2007).

Perilaku nasabah bank dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keyakinan nasabah terhadap bank yang bersangkutan, kepuasan konsumen

terhadap pelayanan bertransaksi, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu konsumen. Keputusan pembelian barang /jasa termasuk jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, keyakinan, lokasi, dan psikologi. Bagi perbankan jasa seperti perilaku konsumen pasca memilih produk tabungan akan menentukan minat konsumen untuk melakukan transaksi lagi di bank tersebut (Purba & Lubis, 2013).

Maka dari permasalahan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk menganalisis pengaruh layanan terhadap loyalitas nasabah pada produk Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. 2) Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah pada produk Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. 3) Untuk menganalisis pengaruh layanan dan produk terhadap loyalitas nasabah pada produk Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Sejumlah penelitian menegenai pengaruh layanan dan produk terhadap loyalitas nasabah dalam mengambil pendananan dan pembiayaan yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut sejumlah penelitian yang relevan dengan topik, diantaranya:

Dalam penelitian (Sumantri, 2014), yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah yang merupakan penelitan asosiatif kausal. Adapun pada penelitian tersebut menggunakan *simple random sampling* dan kuota sampling, dan juga pada analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasannya ada pengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah pada kualitas pelayanan.

Dalam penelitian (Azmi & Fauzy, 2015), yang berjudul Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di Bni Syariah Kc. Rungkut Surabaya) Penelitian ini bertujuan untuk menemukan alasan pelanggan non muslim memilih murabahah sebagai pendanaan mereka di BNI Syariah dan untuk mencari keuntungan setelah mereka mendapatkan dana tersebut. Dalam Penelitian (Wahyuningsih, 2014), yang berjudul Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan dalam penelitian ini menjelaskan dasar alasan nasabah untuk mengambil pembiayaan pada perbankan syari'ah antara lain sebagai berikut: faktor keimanan, faktor kepercayaan, factor keuntungan (terhadap nilai nisbah pada pembiayaan dan fleksibilitas waktu pembayaran berdasarkan keputusan bersama), faktor pelayanan (terhadap kemudahan dan kecepatan waktu saat tranksaksi).Dan hasil dari penelitian ini terhadap pandangan nasabah terkait perbedaan antara riba dan nisbah masih kurang memahami (Wahyuningsih, 2014).

Kerangka berfikir dapat dijelaskan dalam penjelasan berikut berdasarkan objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan:

Hubungan Variabel Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Maka perbankan syariah harus memiliki konsep agar nasabah mendapatkan pelayanan dengan baik ketika menabung. Pegawai perbankan syari'ah harus

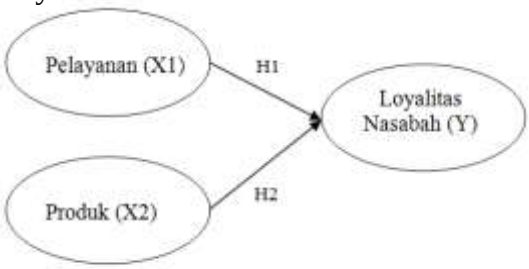
memenuhi faktor tersebut yaitu memiliki tingkah laku yang sopan, santun, ramah dan dalam menyampaikan informasi kepada nasabah harus jelas dan tepat (Lestari, 2015). Akibat hubungan antara kedua variabel tersebut maka diajukan:

H1 = Pelayanan memiliki pengaruh positif dan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hubungan Variabel Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Produk perbankan merupakan salah satu faktor pemasti terhadap loyalitas nasabah untuk menabung pada suatu perbankan. Perbankan yang memberikan produk yang lebih kreatif dan inovatif merupakan nilai tawar terhadap ketertarikan nasabah untuk menabung di perbankan tersebut. Daya tawar produk pada perbankan syari'ah terhadap nasabahnya juga dipengaruhi karena adanya sistem bagi hasil terhadap produk perbankan syari'ah tersebut (Lestari, 2015). Akibat hubungan antara ketiga variabel tersebut maka diajukan:

H2 = Produk memiliki pengaruh positif dan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.



Gambar 2.1 Kerangka Model Konsep Penelitian

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pemahaman bahwasanya penelitian ini berkaitan dengan pengumpulan dan peniltian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Penelitian yang mengumpulkan data dan dilakukan di lapangan merupakan definisi dari Penelitian Lapangan. Lokasi yang berkaitan dengan penelitian lapangan seperti penelitian yang dilakukan pada organisasi masyarakat, dan yang dilakukan pada instasni formal maupun non formal serta penelitian pada lokasi lingkungan kehidupan masyarakat. Penelitian ini menggunakan desain penelitian lapangan dan mengumpulkan data di PT. Mandiri Syariah Cabang Banyuwangi.

Berdasarkan pemahaman bahwasanya penelitian ini berkaitan dengan pengumpulan dan peniltian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Penelitian yang mengumpulkan data dan dilakukan di lapangan merupakan definisi dari Penelitian Lapangan. Lokasi yang berkaitan dengan penelitian lapangan seperti penelitian yang dilakukan pada organisasi masyarakat, dan yang dilakukan pada instasni formal maupun non formal serta penelitian pada lokasi lingkungan kehidupan masyarakat. Penelitian ini menggunakan desain penelitian lapangan dan mengumpulkan data di PT. Mandiri Syariah Cabang Banyuwangi.

Pada penelitian ini menggunakan istilah untuk subyek penelitian adalah informant dan key informant. Kedua istilah tersebut memiliki makna yang sama terhadap subyek penelitian, kata penekanan lain untuk menyebut subyek penelitian dengan kata lain sebagai informan yaitu peneliti sendiri akan memperolah informasi terkait kejadian yang bersangkutan dengannya ataupun informasi terkait kejadian pada lingkungan sekitarnya dan diangkat menjadi topik pada peneltian ini. Adapun subjek penelitian adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi

Populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. Dan Populasi tersebut terdiri dari minimal 70 nasabah yang ada pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik Cluster Random Sampling. Cluster Random Sampling dapat digunakan jika jumlah populasi sampel tidak dapat diketahui dengan akurat, yang memungkinkan untuk tidak desain terkait kerangka samplingnya, dan keberadaan populasinya tersebar secara acak atau terhimpun dalam ruang lingkup yang berbeda. Maka teknik ini dapat dihitung menurut perbandingan, dan dapat digunakan apabila populasinya memilik anggota maupun unsur yang tidak bersifat homogeny (sejenis) ataupun bersifat strata (bertahap) secara proporsional. Penelitian ini menargetkan minimal 70 nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi sebagai subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang berjumlah 70 orang tersebut didapatkan berdasarkan hasil penyebaran kuisioner terhadap nasabah yang berlokasi di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. Berikut telah disajikan secara terperinci data dari responden yang dijadikan penelitian sebagai berikut:

Salah satu hal termudah untuk melihat normalitas adalah dengan uji statistik Non-Parametrik Kalmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Data dinyatakan normal jika signifikansi lebih dari 5% atau 0,05. Penelitian pada pengujian normalitas digunakan untuk menguji data Pelayanan (X_1) dan Produk (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Nilai *asymp.sig* sebesar 0.200. Jumlah dari *asymp.sig* tersebut lebih besar dari 5% atau 0.05. Jadi, kesimpulannya 0.200 > 0.05, maka data penelitian ini berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dengan nilai tolerance dan VIF (*Varian Inflation Factor*), didapatkan hasil nilai tolerance variabel pelayanan (X1) yaitu 0.556> 0.10 dan variabel produk (X2) yaitu 0.556 > 0.10. Sementara itu, nilai VIF (Varian Inflation Factor) variabel pelayanan (X1) yaitu 1.798< 10.00 dan variabel produk (X2) yaitu 1.798 < 10.00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas, sehingga model regresi penelitian ini dinyatakan baik.

Untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut di atas signifikan atau tidak (Apakah variabel X_1 memiliki pengaruh terhadap variabel Y), hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan probabilitas 5% atau 0.05. Berdasarkan output di atas diketahui signifikansi sebesar 0.481 > 0.05, sehingga dapat disimpulkan H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti "Tidak ada pengaruh antara variabel Pelayanan (X_1) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y)".

Hasil berikutnya hal ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi (*Sig.*) dengan probabilitas 5% atau 0.05. Berdasarkan output di atas diketahui signifikansi sebesar 0.001 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti "Ada pengaruh antara variabel Produk (X_2) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y)".

Dari hasil dari Uji-F, dengan probabilitas 0.05 atau 5% diperoleh F-hitung sebesar 15.305 dan signifikansi (sig.) sebesar 0.000. Pengambilan

keputusan dalam Uji-F berdasarkan nilai signifikansi.

Dari hasil data SPSS di atas, signifikansi diketahui memiliki nilai 0.000 < 0.05. Artinya adalah variabel Pelayanan (X_1) dan variabel Produk (X_2) secara simultan atau serempak berpengaruh terdahadap variabel Loyalitas Nasabah (Y).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. BSM Cabang Banyuwangi, sehingga hipotesis tersebut diterima. Dilihat dari uji-t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi > 5% atau 0.05, yaitu sebesar 0.481 > 0.05. Sehingga kesimpulannya adalah pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Dengan menggunakan variabel dummy yang menunjukkan bahwa variabel Produk (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) menggunakan uji-t parsial yang menunjukkan nilai signifikansi 0.001 < 0.05. Sehingga kesimpulannya adalah variabel Produk (X2) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y).
3. Dilihat dari hasil uji statistik, yaitu uji-f (simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0.05, yaitu sebesar 0.000 < 0.05. Sehingga, kesimpulan dari uji-f adalah variabel Pelayana (X1) dan variabel Produk (X2) secara simultan atau serempak memiliki pengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis dapat memberikan saran, sebagai berikut:

1. Bagi PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi, untuk mencapai target nasabah secara maksimal, maka harus dilakukan pengembangan produk agar lebih menarik bagi nasabah. Karena produk
2. di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayan tersebut.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya meliputi variabel pelayanan, variabel produk, dan variabel keputusan nasabah. Untuk itu, peneliti selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan dan mendalami hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel tersebut, dan alangkah lebih baik untuk menambahkan variabel yang berkaitan dan variabel yang belum digunakan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Afrida, Y. 2016. *Analisis Pembiayaan Di Perbankan Syariah*. JEBI.

Andrianto, T., Puspitasari, R., & Fajriani, E. 2013. *Anilisis Pengendalian Intern Perbankan Syariah Dalam Pembiayaan Mudharabah Dan Perbedaannya Dengan Perbankan Konvensional.* Intern Sharia Banking Control.

Anggraini, E. 2013. *Implementasi Rate Of Return Terhadap Reputasi Pembiayaan Perbankan Syariah*.

Arikunto, S. 2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. In R. Cipta, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (p. 108)*. Jakarta.

Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah di Indonesia. In R. Persada, Akad & Produk Bank Syariah (p. 203)*. Jakarta.

Azmi, A. A., & Fauzy, R. Q. 2015. *Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah*.

Bank Syariah Mandiri. 2018. *Sejarah Bank Syariah Mandiri. Retrieved from www.syariahmandiri.co.id: https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah*

C. Mowen, J., & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta.

Ferdyant, F., Anggraini ZR, R., & Takidah, E. 2014. *Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Resiko Pembiayaan terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah*.

Indonesia, Bank. 2018, September Sabtu). Retrieved from www.bi.go.id: *https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Documents/UU_21_08_Syariah*

Lestari,A. M. 2015. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Keprcayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perban Syariah.*

Lubis, R. Y. 2014. *Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Dalam Ketentuan Kontrak Standar Pada Pembiayaan Syariah Pada Pembiayaan Syariah Bank Syariah Mandiri Dikaitkan Dengan Pasal 18 Undang Undang Perlindungan Konsumen*. USU Law Jurnal.

Muhtosim, A. 2007. *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan (p. 11)*. Bayumedia Publishing. Malang.

Novianti. 2013. *Sinkronisasi Pengaturan Status Kepemilikan Barang Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*.

Pribadi, A. R., Sufian, S., & Sugiarto PH, J. 2007. *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan Untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora Dan Unit Onlinenya.*

Purba, I., & Lubis, I. 2013. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan Di Kota Pematang Siantar* .

Ruslan, R. 2005. *Management Public Relations (p. 275)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Sahar, M. 2014. *Sistem Pembiayaan Perbankan Syariah*. Retrieved from www.academia.edu.

Savitri, D. 2015. *Pengaruh Pelatihan Terhadap Prestasi Kinerja Karyawan Pada Foodmart Lembuswana Di Samarinda*. 888 - 899.

Sumantri, B. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. Jurnal Economia, Volume 10.*

. . ahyuningsih, D. 2014. *Analisis Perilaku Nasabah Dalam Pembiayaan.*

Zainuddin, Z., Hamja, Y., & Rustiana, S. H. 2016. *Analisis Faktor Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Perbankan Syariah.*

69

PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA LPD DESA PAKRAMAN DUKUH, KARANGASEM

Putri Anggreni[1], **I Kadek Sugiantara**[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta
email: gekcay@gmail.com

Abstract: *The work performance of LPD employees in Dukuh Village, Sidemen District, Karangasem Regency has decreased, marked by a fairly high level of absenteeism every month. This study aims to determine the effect of workload on employee performance, the effect of workload on employee performance, and the effect of job satisfaction and workload on employee performance. The population in this study were 21 employees of the Village Credit Institution (LPD) Pakraman Dukuh Village, Sidemen District, Karangasem Regency. Hypothesis testing using multiple linear regression testing, F-test, and testing the coefficient of determination (R^2). The results of research on multiple linear regression analysis show that the workload variable has a positive and significant effect on employee performance and the workload variable has a positive and significant effect on employee performance. Through testing the coefficient of determination (Adjusted R Square), a value of 0.438 or 43.8% is obtained, meaning that employee performance is influenced by job satisfaction and workload by 43.8%, while the remaining 56.2% is influenced by other variables. Company leaders should pay attention to aspects that can increase employee job satisfaction such as satisfaction with the salary received by employees, support from colleagues who support each other, and leaders provide motivation and attention to employees.*

Keywords: job satisfaction, workload, employee performance.

PENDAHULUAN

Lembaga Perkreditan Desa (LPD) yang ada di Bali sudah ada sejak tahun 1984 dengan dasar hukum Surat Keputusan (SK) Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Bali No. 972 tahun 1984, tanggal 19 Nopember 1984. LPD merupakan bisnis jasa keuangan yang dikelola oleh Desa Pekraman atau Desa Adat. Ini sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 8 Tahun 2002 Pasal 2 yang menyatakan bahwa Lembaga Perkreditan Desa (LPD) adalah badan usaha keuangan milik desa yang melaksanakan kegiatan usaha di lingkungan desa dan untuk *krama* desa. Pernyataan tersebut juga didukung oleh Peraturan Daerah Provinsi Bali No.3 Tahun 2017 Pasal 1 yang menyatakan bahwa Lembaga Perkreditan Desa yang selanjutnya disebut LPD adalah lembaga keuangan milik Desa Pakraman yang berkedudukan di *wewidangan* (wilayah) Desa Pakraman.

Badan usaha adalah kesatuan yuridis dan ekonomis dari faktor-faktor produksi yang bertujuan mencari laba atau memberi layanan kepada masyarakat. Begitu juga dengan LPD, sebagai badan usaha keuangan yang tentunya bertujuan untuk memperoleh laba (Kurniasari, 2007), sehingga dalam melaksanakan kegiatan usahanya sama seperti lembaga perbankan. Sebagai lembaga keuangan, tentunya akan terjadi terjadi persaingan yang sangat ketat dengan pasar keuangan, sehingga dalam gerak pertumbuhan LPD tidak dapat dipisahkan dengan kondisi pendukung

dalam rangka mencapai perkembangan usaha.

Keberhasilan suatu badan usaha atau perusahaan dalam usaha mencapai tujuan ditentukan oleh kualitas sumber daya manusianya (Mahmudi, 2013). Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor pendukung berkembangnya sebuah LPD, karena keberhasilan dari sebuah LPD untuk mencapai tujuan dan target tergantung pada manusia-manusia yang terlibat di belakangnya. Sumber daya manusia merupakan perencana dan pelaku aktif dalam perusahaan atau organisasi. Tanpa sumber daya manusia maka perusahaan atau organisasi tidak dapat mencapai tujuannya (Kusuma & Soesatyo, 2014).

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut LPD harus berkinerja dengan baik sehingga tujuan dan target dari LPD akan tercapai. Untuk meningkatkan daya saing LPD, perhatian terhadap sumber daya manusia sangat penting. Pengelolaan terhadap sumber daya manusia merupakan hal yang penting dalam pencapaian tujuan dan target dari LPD. Umumnya pimpinan LPD mengharapkan kinerja yang baik dari masing-masing pegawai dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan sebuah LPD. LPD menyadari bahwa sumber daya manusia merupakan modal dasar dalam proses perkembangan LPD, oleh karena itu kualitas sumber daya manusia senantiasa harus dikembangkan dan diarahkan agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh LPD.

LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem sebagai bisnis jasa keuangan yang terdiri dari beberapa tenaga kerja yang bekerja sama untuk mencapai tujuan, mengadakan inovasi, dan mencapai tujuan serta target LPD. Pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem berjumlah 21 orang yang terdiri dari beberapa divisi/unit pegawai yakni seperti Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem

Divisi/Unit	Jumlah
Kepala LPD	1 Orang
Tata usaha	1 Orang
Kasir	2 Orang
Administrasi umum	2 Orang
Pembukuan	2 Orang
Kepala bagian tabungan/ deposito	1 Orang
Kepala bagian kredit	1 Orang
Petugas lapangan tabungan/deposito	6 Orang
Petugas lapangan kredit	5 Orang
Jumlah	**21 Orang**

Sumber: Data Primer LPD Desa Pakraman Dukuh, Tahun 2020

Untuk memenuhi tujuan dan targetnya LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem mengharapkan para pegawai berkerja secara optimal. Pada LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem upaya untuk mengatasi masalah sumber daya manusia juga sudah jadi perhatian oleh bagian personalianya.

Salah satu contoh perhatian tersebut yakni dengan pemberian penghargaan dalam bentuk bonus untuk karyawan yang dapat menyelesaikan pekerjaannya melebihi target kerja yang telah ditentukan. Namun dalam beberapa hal tertentu ternyata juga masih ditemukan kondisi yang bertolak belakang, yang bila diamati, juga akan dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Misalnya adanya kondisi yang dialami karyawan yang rentan mengalami kejenuhan atau kebosanan akibat pekerjaan monoton yang dijalani. Menurut Haryanti, dkk (2013), kebosanan dalam kerja rutin sehari-hari

karena tugas atau pekerjaan yang monoton mengakibatkan kurangnya perhatian pada pekerjaan yang juga bisa berdampak menurunnya kinerja karyawan.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti, diperoleh bahwa kinerja kerja pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem saat ini dapat dikatakan masih rendah. Hal ini didukung dengan tingkat absensi karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem yang cukup tinggi tiap bulannya seperti yang ditunjukan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Tingkat Absensi Pegawai LPD Tahun 2019

Bulan	Absensi			Jumlah (Orang)
	Izin	Sakit	Tanpa Keterangan	
Januari		1	1	2
Februari		0	2	2
Maret		0	1	2
April		0	0	2
Mei		1	1	3
Juni		1	0	3
Juli		0	1	3
Agustus		0	2	5
September		2	3	7
Oktober		3	3	8
November		2	4	9
Desember		3	5	10

Sumber: Data Primer LPD Desa Pakraman Dukuh, Tahun 2020

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa terjadi penurunan kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem ditandai dengan adanya tingkat absensi yang cukup tinggi setiap setiap bulannya. Berdasarkan wawancara dengan pimpinan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem ada

beberapa masalah yang dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem, diantaranya beban kerja dan kepuasan kerja.

LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem memberikan beban kerja yang cukup tinggi agar tercapainya target keuangan sesuai dengan rencana kerja yang telah dibuat. Adapun beban kerja pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem yakni membuat laporan pembukuan, membuat laporan *marketing*, membuat laporan perolehan dana, mengecek kelengkapan dokumen nasabah, mengecek data nasabah di sistem, dan menghadiri rapat-rapat. Beban kerja yang terlalu berlebihan akan menimbulkan kelelahan baik fisik atau mental dan reaksi–reaksi emosional seperti sakit kepala, gangguan pencernaan dan mudah marah.

Selain beban kerja yang cukup tinggi, kepuasan kerja juga jadi permasalahan yang dihadapi oleh LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Kepuasan kerja dalam pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh pujian hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan, dan suasana lingkungan kerja yang baik. Karyawan yang lebih suka menikmati kepuasan kerja dalam pekerjaan akan lebih mengutamakan pekerjaannya daripada balas jasa walaupun balas jasa itu penting (Hasibuan, 2007). Kepuasan kerja mempengaruhi tingkat absensi. Karyawan yang kurang mendapat kepuasan kerja cenderung lebih sering absen (Handoko, 2000; Murtafia & Suryalena, 2015; Effendi & Romas, 2014).

Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem tingkat kepuasan kerja karyawannya dinilai masih kurang. LPD mengharuskan karyawan bekerja pada bidang tugas yang sama untuk waktu yang panjang akan mudah membuat karyawan merasa bosan. Rutinitas kerja yang monoton setiap harinya, pada suatu waktu pasti akan sampai pada titik kejenuhan, yang dapat mengakibatkan karyawan tidak dapat dengan maksimal mengeluarkan kemampuan yang dimiliki untuk kemajuan LPD. Karena tahu posisi mereka tidak akan berubah, bisa menyebabkan karyawan tidak lagi punya minat dan kemauan untuk mengembangkan diri.

Permasalahan dan kondisi yang telah diuraikan di atas, dirasa dapat mempengaruhi kinerja karyawan Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Untuk itu LPD perlu memperhatikan faktor-faktor yang terkait dengan kepuasan kerja kerja dan juga beban kerja karyawan.

Berdasarkan pada uraian permasalahan dan kondisi tersebut, maka dapat tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem; 2) Untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh beban kerja terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem; 3) Untuk mendapatkan informasi mengenai pengaruh kepuasan kerja dan beban

kerja terhadap kinerja karyawan pada Lembaga LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Sinambela (2017) mendefinisikan bahwa kinerja merupakan pelaksanaan suatu tugas hingga tugas yang dilakukan sesuai dengan yang diharapkan. Sedangkan menurut Mangkunegara (2005) dan Mathis & Jackson (2006) menyatakan bahwa kinerja sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Hal senada juga dinyatakan oleh Taurisa & Ratnawati (2012), bahwa kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan standar atau kriteria yang telah ditetapkan.

Selain itu, kinerja sebagai catatan hasil yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan atau aktivitas pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu. Penelitian ini berlandaskan pada pendapat Simamora (2004) yang mengemukakan bahwa kinerja karyawan adalah tingkatan dimana para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan. Kinerja mengacu pada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan karyawan.

Berdasarkan pengertian-pengertian dan penjelasan tentang kinerja di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai oleh karyawan baik secara kualitas maupun kuantitas yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya dengan tujuan untuk mencapai target yang telah ditetapkan organisasi atau perusahaan.

Seorang karyawan akan merasa nyaman dan tinggi loyalitasnya pada perusahaan tempat ia bekerja apabila memperoleh kepuasan kerja sesuai dengan apa yang diinginkan menurut kemampuannya (Darmansyah, 2016). Menurut Robbins (2003), mendefinisikan bahwa kepuasan kerja adalah sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima. Sedangkan Handoko (2000) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan bagaimana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Hal senada juga diungkapkan oleh Darendehe (2013) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional karyawan yang terjadi maupun tidak terjadi titik temu antara nilai balas jasa kerja karyawan dan perusahaan atau organisasi dengan tingkat nilai balas jasa yang memang diinginkan oleh karyawan yang bersangkutan.

Muhammad, dkk (2016) mendefiniskan bahwa beban kerja merupakan tanggung jawab yang diberikan atasan dan harus diselesaikan sesuai waktu yang ditentukan demi tercapainya tujuan. Sedangkan menurut Nasution, dkk (2018) menyatakan bahwa beban kerja merupakan jumlah kegiatan atau banyaknya pekerjaan yang menjadi beban pegawai yang harus diselesaikan oleh pegawai ataupun dalam kelompok selama periode waktu tertentu sesuai dengan

tuntutan pimpinan. Beban kerja yang diberikan atasan kepada karyawan dapat dikategorikan dalam tiga kondisi, yaitu beban kerja yang sesuai standar, beban kerja yang terlalu tinggi dan beban kerja yang terlalu rendah (Sitepu, 2013).

Sementara hal senada juga diungkapkan oleh Komaruddin (dalam Bariyah, 2014), bahwa analisa beban kerja adalah proses untuk menetapkan jumlah jam kerja orang yang digunakan atau dibutuhkan untuk merampungkan suatu pekerjaan dalam waktu tertentu, atau dengan kata lain analisis beban kerja bertujuan untuk menentukan berapa jumlah personalia dan berapa jumlah tanggungjawab atau beban kerja yang tepat dilimpahkan kepada seorang petugas.

Berdasarkan pengertian-pengertian dan penjelasan tentang beban kerja di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa beban kerja adalah tanggung jawab atau tugas yang diberikan karyawan yang harus diselesaikan sesuai waktu yang ditentukan demi tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan.

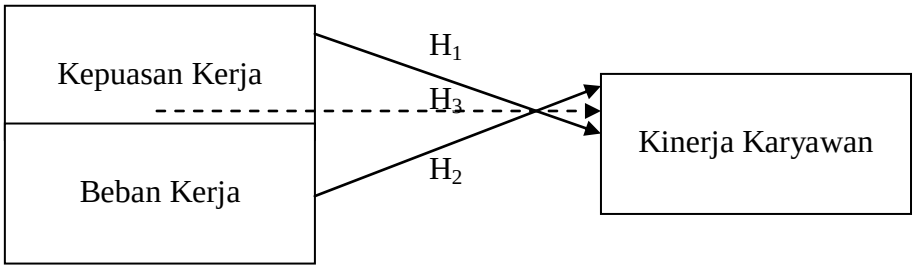
Kepuasan kerja akan tercapai bila kebutuhan karyawan terpenuhi melalui pekerjaan. Dimana kepuasan kerja merupakan keadaan emosi yang senang atau emosi positif yang berasal dari penilaian pekerjaan atau pengalaman seseorang. Dengan kepuasan kerja yang tinggi akan meningkatkan kinerja karyawan terhadap perusahaan tempat mereka bekerja (Damayanti, dkk, 2018). Jadi kepuasan dalam pekerjaan sangat penting, karena untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam perusahaan tidak akan dapat tercapai tanpa adanya kepuasan kerja karyawan. Di mana pihak LPD memang harus selalu memperhatikan kepuasan kerja karyawannya, karena jika karyawannya merasa puas, akan sangat berpengaruh pada tujuan dari perusahaan. Selain itu karyawan yang merasa puas dalam bekerja senantiasa akan selalu bersikap positif dan selalu mempunyai kreativitas yang tinggi.

Kepuasan kerja yang diterima dan dirasakan oleh seseorang pegawai akan berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh dari pekerjaannya. Dengan diperolehnya kepuasan kerja oleh pegawai baik itu dengan pemberian gaji yang sesuai, pekerjaan yang diberikan sesuai dengan keahliannya, dan hubungan dengan atasan terjalin dengan baik, hal ini akan meningkatkan kinerja para pegawainya (Luthans, 2006).

Beban kerja artinya setiap karyawan melaksanakan tugas pekerjaan yang dipercayakan untuk dikerjakan dan dipertanggung jawabkan oleh satuan organisasi atau seorang karyawan tertentu sesuai dengan kemampuan dan kesanggupan sehingga efektivitas kerja akan berhasil dengan baik.

Beban kerja sangat penting bagi sebuah perusahaan. Dengan pemberian beban kerja yang efektif perusahaan dapat mengetahui sejauh mana karyawannya dapat diberikan beban kerja yang maksimal dan sejauh mana pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan itu sendiri (Adityawarman, dkk, 2015).

Dari penjelasan keterkaitan antara variabel kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan variabel beban kerja terhadap kinerja karyawan tersebut dapat penulis gambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

: garis parsial
: garis simultan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah diungkapkan, maka dapat dirumuskan tiga hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Ketiga hipotesis tersebut yaitu: 1) Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem; 2) Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem; 3) Kepuasan kerja dan beban kerja berpengaruh positif dan signifkan terhadap kinerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Dukuh, Karangasem.

METODE PENELITIAN

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menetapkan kinerja karyawan (Y) LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem sebagai variabel terikat atau dependen.

Kinerja merupakan hasil kerja yang berbentuk kuantitatif maupun kualitatif yang telah dicapai oleh karyawan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan sesuai dengan tanggung jawab dan standar kinerja yang telah ditetapkan oleh LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Kinerja dalam penelitian ini adalah penyelesaian tugas yang telah ditentukan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem, serta tolok ukur minimal kualitas kinerja yang dicapai oleh karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem.

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, dan antesenden. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini ada dua variabel independen yakni kepuasan kerja (X_1) dan beban kerja (X_2) karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem.

Kepuasan kerja dalam penelitian ini adalah keadaan emosional karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem yang menyenangkan atau tidak menyenangkan serta bagaimana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja berhubungan dengan tingkat *turnover*, tingkat absensi, umur, tingkat pekerjaan, dan ukuran organisasi perusahaan.

Dalam penelitian ini persepsi karyawan terhadap beban kerja merupakan penilaian mengenai sejumlah tuntutan tugas atau kegiatan yang harus diselesaikan oleh karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem dalam jangka waktu tertentu.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem yang berjumlah 21 orang.

Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 21 pegawai LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem, karena jumlah populasi yang sedikit maka seluruh populasi tersebut dijadikan sebagai sampel, sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Hal ini berdasarkan pendapat Arikunto (2008) yang menyatakan bahwa dalam penentuan pengambilan sampel jika populasi kurang dari 100 maka lebih baik semua dijadikan sampel.

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian (Paramitha, 2019). Peneliti melakukan pengumpulan data dan dilengkapi oleh berbagai keterangan melalui Penelitian Lapangan (*Field Research*). Cara ini dilakukan untuk memperoleh data primer yang secara langsung melibatkan pihak responden dan dijadikan sampel dalam penelitian. Adapun kisi-kisi instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan
Kepuasan Kerja (X_1)	Kepuasan Terhadap Gaji	1,2,3,4,5
	Kepuasan Terhadap Rekan Kerja	6,7,8,9,10
	Kepuasan Terhadap Atasan	11,12,13,14,15
Beban Kerja (X_2)	Target yang harus dicapai	16,17,18,
	Kondisi Pekerjaan	19,20,21
	Standar pekerjaan	22,23,24
Kinerja	Kuantitas kerja karyawan	25

(Y)	Kualitas kerja karyawan	26
	Efisiensi karyawan	27
	Usaha karyawan	28
	Standar profesional karyawan	29
	Kemampuan karyawan	30
	Ketepatan karyawan	31,32

Sumber: Diadaptasi dari Penelitian Artadi (2015)

Sebelum melakukan penelitian, kuesioner yang sudah dibuat diujicoba terlebih dahulu. Pelaksanaan uji coba kuesioner penelitian harus melalui dua (2) tahapan yang harus dilalui secara berurutan, yaitu: 1) Uji Validitas; 2) Uji Reliabilitas.

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengolahan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif, uji prasyarat analisis, pengujian hipotesis, dan uji delta koefisien determinasi.

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem yang beralamat di Banjar Dinas Dukuh, Desa Sangkan Gunung, Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Waktu Penelitian ini dimulai pada bulan Januari sampai Juli 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum pengujian hipotesis yang meliputi uji normalitas, uji linieritas, dan uji multikolineritas. Uji prasyarat analisis menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 24 *for Windows*. Hasil uji prasyarat analisis adalah sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Faktor-faktor itu terbatas pada faktor kepuasan kerja dan beban kerja.

Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan LPD

Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel kepuasan kerja responden memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan kerja dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 4 responden (19%), kategori sedang sebanyak 14 responden (66,7%), dan kategori rendah sebanyak 3 responden (14,3%). Penilaian responden terhadap variabel kepuasan kerja dalam kategori sedang, hal ini berarti bahwa kepuasan terhadap gaji, kepuasan terhadap rekan kerja, dan kepuasan terhadap supervisor yang dirasakan karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem cukup terpenuhi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem.

Pada prinsipnya setiap perusahaan selalu mengharapkan karyawannya bekerja secara optimal agar dapat meningkatkan keuntungan dan membantu mempercepat pencapaian tujuan organisasi lainnya. Oleh karena itu untuk mewujudkan harapan tersebut sudah selayaknya apabila perusahaan juga mampu dan bersedia memberikan dorongan yang dapat mengakibatkan karyawan merasa puas terhadap pekerjaannya.

Sistem pemberian gaji pada LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem dihitung berdasarkan target kerja yang telah dicapai karyawan. Jadi besaran gaji pokok yang akan diterima karyawan itu berdasarkan hitungan jumlah target kerja yang dapat diselesaikan oleh karyawan. Selain itu LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem memberikan tambahan bonus bagi karyawan yang dapat menyelesaikan pekerjaan melebihi target kerja yang ditetapkan LPD. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem merasa puas dengan gaji yang diterimanya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artadi (2015), Andini dan Sahputra (2015), Andrianto (2016), Najiba, *dkk* (2017), dan Damayanti, *dkk* (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel bebas (kepuasan kerja) terhadap variabel terikat (kinerja karyawan). Ini berati jika kepuasan kerja meningkat maka kinerja karyawan akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi karyawan terhadap beban kerja terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel beban kerja sebanyak 5 responden (23,8%) memberikan nilai dalam kategori tinggi, kategori sedang sebanyak 11 responden (52,4%), dan kategori rendah sebanyak 5 responden (23,8%).

Penilaian responden dalam variabel beban kerja dalam kategori sedang, hal ini berarti bahwa pandangan karyawan mengenai target yang harus dicapai, kondisi pekerjaan, dan standar pekerjaan dalam LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem cukup terpenuhi. Hal menunjukkan bahwa bisnis keuangan seperti LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem, yang menentukan kinerja dan upah seorang karyawan berdasarkan target kerja yang dicapai, sehingga karyawan memiliki penilaian yang positif mengenai sejumlah tuntutan tugas atau kegiatan yang harus ia selesaikan dalam waktu tertentu. Apabila karyawan tersebut memiliki persepsi yang positif maka mereka akan menganggap beban kerja sebagai tantangan dalam bekerja sehingga mereka lebih bersungguh-sungguh dalam bekerja dan menghasilkan sesuatu yang

bermanfaat bagi dirinya maupun perusahaan tempat bekerja. Sebaliknya jika persepsi negatif yang muncul maka beban kerja dianggap sebagai tekanan kerja sehingga dapat mempengaruhi kinerja karyawan, memiliki dampak negatif bagi dirinya maupun perusahaan tempat bekerja.

Secara keseluruhan dapat dilihat bahwa mayoritas karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem memiliki pandangan yang positif mengenai beban kerjanya. Positifnya persepsi terhadap beban kerja akan mempengaruhi tingginya kinerja karyawan. Semakin positif persepsi terhadap beban kerja karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Artadi (2015), Andini dan Sahputra (2015), Adityawarman, *dkk* (2015), Andrianto (2016), Najiba, *dkk* (2017), yang didapatkan bahwa beban kerja yang dirasakan oleh karyawan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh Kepuasan dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Selanjutnya penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh positif kepuasan kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Hasil pengujian dengan uji F didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,00 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima. Artinya ada pengaruh kepuasan kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan secara simultan (bersama-sama). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Artadi (2015), Andini dan Sahputra (2015), Andrianto (2016), Najiba, *dkk* (2017), yang didapatkan bahwa secara simultan kepuasan kerja dan beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Semakin karyawan merasa puas dan semakin positif persepsi mengenai beban kerja mereka, maka akan semakin meningkatkan kinerja mereka. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) kepuasan kerja dan beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem.

Berdasarkan uji delta koefesien determinasi yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,438. Hal ini berarti bahwa kepuasan kerja dan beban kerja hanya berpengaruh sebesar 43,8% terhadap kinerja karyawan dan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun variabel lain yang tidak diteliti yang bisa mempengaruhi kinerja karyawan yakni usia, jenis kelamin, pendidikan, lama kerja, motivasi, dan lain-lain.

Keterbatasan penelitian ini adalah jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini masih sangat sedikit, sehingga diharapkan bagi peneliti lain untuk menggunakan perusahaan yang lebih besar dengan subyek penelitian yang lebih luas. Disamping itu variabel yang diteliti masih terbatas, sehingga diharapkan juga untuk menguji variabel lain yang diduga kuat dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka simpulan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat jawaban responden yang telah diteliti yaitu dapat di kemukakan bahwa kepuasan kerja dapat digunakan sebagai indikator peningkatan kinerja individu karyawan. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan sebesar (B) 0,310. Jadi jika karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem terpenuhi aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan kerja, maka kinerja karyawan akan mengalami peningkatan.
2. Beban kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Dari hasil analisis regresi dapat disimpulkan pula bahwa hipotesis kedua diterima. Hal ini terjadi karena LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem menerapkan sistem pengupahan berdasarkan target kerja yang dicapai karyawan. Berdasarkan hasil statistik dapat diketahui bahwa beban kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan sebesar (B) 0,375. Jadi dengan adanya beban kerja yang tinggi, maka karyawan dituntut untuk memberikan kinerja yang tinggi pula.
3. Kepuasan kerja dan beban kerja secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Berdasarkan hasil statistik, diketahui diperoleh nilai F_{hitung} = 13,513 dan F_{tabel} = 8,783 dan dengan probabilitas sebesar 0,00. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan kerja dan beban kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem. Dengan kepuasan kerja yang tinggi, hal ini tentunya baik bagi organisasi. Karyawan yang merasa puas akan memililki dedikasi dan semangat tinggi sehingga kinerjanya akan meningkat. Beban kerja yang sesuai dengan keadaan karyawan dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran baik kepada perusahaan maupun LPD Desa Pakraman Dukuh Kecamatan Sidemen Kabupaten Karangasem pada khususnya yakni sebagai berikut:

1. Kepuasan kerja terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, sehingga pimpinan perusahaan agar lebih memperhatikan aspek-aspek yang dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan, misalnya kepuasan terhadap gaji yang diterima karyawan, dukungan dari rekan kerja yang saling mendukung, dan pimpinan memberikan motivasi dan perhatian kepada karyawan.
2. Persepsi karyawan terhadap beban kerja terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, sehingga pimpinan perusahaan agar memperhatikan aspek-aspek yang dapat meningkatkan beban kerja karyawan. Apabila seorang karyawan memiliki beban kerja yang tinggi maka akan menghasilkan kinerja karyawan yang tinggi pula dan begitu pun sebaliknya. Perusahaan harus mampu menciptakan suasana tempat kerja yang lebih baik agar karyawan dapat menikmati pekerjaannya. Selain itu, perusahaan sebaiknya mempertahankan target yang telah ditentukan, agar hasil kerja karyawan tidak mengalami penurunan. Menyangkut disiplin kerja, sebaiknya pimpinan perlu mengefektifkan fungsi pengawasan serta pemberian *reward and punishment* yang objektif dan transparan kepada karyawan, sehingga karyawan menjadi lebih baik dalam mengoptimalkan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Adityawarman, Y; Sanim, B; & Sinaga, BM. 2015. Pengaruh Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Krekot. *Jurnal Manajemen dan Organisasi.* VI (1). http://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/12182 (diakses pada tanggal 15 Mei 2020).

Andini, N & Sahputra, A. 2015. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Prestasi Kerja Hotel Sudi Mampir Blok Songo Labuhanbatu Selatan. *Jurnal Ecobisma.* 2 (1). http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/718/705. (diakses pada tanggal 12 Mei 2020).

Andrianto, D. 2016. Analisis Pengaruh Beban Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Qomari Prima Publisher Solo, Jawa Tengah. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga. http://digilib.uin-suka.ac.id/23366/ (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Arikunto, S. 2008. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.

Artadi, FF. 2015. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Merapi Agung Lestari. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. https://eprints.uny.ac.id/16338 (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Damayanti, R; Hanafi, A; & Cahyadi, A. 2018. Pengaruh Kepuasan

Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Karyawan Non Medis RS Islam Siti Khadijah Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*. Tahun XV No 2. http://repository.unsri.ac.id/6113/ (diakses pada tanggal 15 Mei 2020).

Darmansyah, A. 2016. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv. Bintang Bersinar (Baboon T-Shirt) Malang. *Skripsi*, Universitas Brawijaya.

Darendehe, A. 2013. Gaji, Kepemimpinan, dan Sikap Rekan Kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan PT. Askes (Persero) Cabang Manado. *Jurnal EMBA* 23. 1 (4). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2554/2088 (diakses pada tanggal 12 Mei 2020).

Dewi, AT. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Staf PT DIC Astra Chemicals. *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta. http://repository.fe.unj.ac.id/8925/ (diakses pada tanggal 12 Mei 2020).

Effendi, SA & Romas, MZ. 2014. Hubungan Kepuasan Kerja Dengan Absensi Karyawan Pada Divisi Pertambangan PT X. *Jurnal Psikologi*. 10 (1). https://ejournal.up45.ac.id/index.php/psikologi/article/view/116 (diakses pada tanggal 17 Mei 2020).

Handoko, H. T. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II, Cetakan Keempat Belas. BPFE. Yogyakarta.

Haryanti; AF; & Purwaningsih, P. 2013. Hubungan Antara Beban Kerja Dengan Stres Kerja Perawat Di Instalasi Gawat Darurat RSUD Kabupaten Semarang. *Jurnal Managemen Keperawatan*, 1 (1). http://103.97.100.145/index.php/JMK/article/view/949/1001 (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Hasibuan, S. P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan kesembilan*. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Komaruddin (dalam Bariyah, K). 2014. Implementasi Disiplin Kerja dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah.Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*. 16 (2) https://www.neliti.com/publications/235036/implementasi-disiplin-kerja-dan-beban-kerja-terhadap-kinerja-karyawan (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Kurniasari, TW. 2007. Lembaga Perkreditan Desa (Lpd) Dalam Perspektif Hukum: Sebuah Lembaga Keuangan Adat Hindu Penggerak Usaha Sektor Informal Di Bali. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*. 9 (1). https://jurnal.dpr.go.id/index.php/kajian/article/view/783/527 (diakses pada tanggal 17 Mei 2020).

Kusuma, AA & Soesatyo, Y. 2014. Pengaruh Beban Kerja Terhadap Stres Kerja Dan

Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2 (2).

Luthans, F. 2006. *Perilaku Organisasi* 10th. Edisi Indonesia. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

Mahmudi, A. 2013. Analisis Kemampuan Intelektual, Kemampuan Fisik, Sikap Terhadap Pekerjaan, Dan Perilaku Waktu Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Air Mancur Solo. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. http://eprints.ums.ac.id/25622/ (diakses pada tanggal 12 Mei 2020)

Mathis, R. L., & Jackson, J. H. 2006. *Human Resource Management Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 10 ed.). Salemba Empat. Jakarta.

Mangkunegara, A. P. 2005. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama. Bandung.

Muhammad, SR; Adolfina; & Lumintang, G. 2016. Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pendapatan Daerah Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 4 (1). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/11558 (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Najiba, BU; Rudi, A; & Rafani, Y. 2017. Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadapkinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Dealer Honda PT Nusantara Surya Sakti Cabang Pangkalpinang*). Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB).* 18 (2). https://e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/235/pdf (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Nasution, EH; Musnadi, S; & Faisal. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pegawai Kanwil Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Aceh. *Jurnal Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. 2 (1). http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JMM/article/view/10327 (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Paramitha, SM. 2019. Pengaruh Motivasi dan Komitmen Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. MUSTIKA AGUNG TEKNIK. *Skripsi*. Universitas Buddhi Dharma. http://repositori.buddhidharma.ac.id/221/ (diakses pada tanggal 17 Mei 2020).

Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 Tentang Lembaga Perkreditan Desa.

Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 2017 Tentang Lembaga Perkreditan Desa.

Prayuginingsih. 2011. Pengaruh Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Buruh Wanita di Gudang Tembakau Tempu Rejo Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. *Jurnal Agritech*. 13 (1).

Robbins, S. P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jilid 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Simamora, H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. STIE YKPN. Yogyakarta.

Sinambela, LP. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.

Sitepu, AT. 2013. Beban Kerja Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1 (4). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2871 (diakses pada tanggal 14 Mei 2020).

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.

_____2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cetakan Ke 23. Alfabeta. Bandung

Surat Keputusan (SK) Gubernur No 972 Tahun 1984 Tentang Pendirian Lembaga Perkreditan Desa di Provinsi Daerah Tingkat I Bali.

Murtafia, I & Suryalena. 2015. Hubungan Lingkungan Kerja Dengan Kepuasan Kerja Karyawan (Kasus Bagian Pengolahan PT. Surya Bratasena Plantation Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan). *Jurnal FISIP*. 2 (2). https://media.neliti.com/media/publications/32514 (diakses pada tanggal 17 Mei 2020).

Taurisa, CM & Ratnawati, I. 2012. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi pada PT. Sido Muncul Kaligawe Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 19 (2).

HARGA, *DESIGN*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI APV DI DEALER TOP MOTOR BATU BULAN

Wiryawan Suputra Gumi[1], Galuh Nanda Apriyanto[2,]
[12]Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia, Stmi Handayani Denpasar
Email: wiryawansuputra@gmail.com

Abstract*: The purpose of this study was to determine the effect of Price, Design, Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions of Suzuki APV Cars. This research was conducted at the Top Motor Dealer Batu Bulan. The population in this study were 150 Suzuki APV buyers at Batu Bulan Motor Top Dealers in 2019. The sample was selected using the Slovin formula and the number of samples was 109 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that 1) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions; 2) Design has a positive and significant effect on purchasing decisions; 3) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions; 4) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions; 5) Price, design, product quality and promotion influence purchasing decisions.*
Keywords: *Price, Design, Product Quality, Promotion, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Transportasi adalah aspek yang amat penting dalam kemajuan sebuah jaman. Transportasi mempermudah mobilitas manusia dalam melakukan aktivitasnya. Kemajuan teknologi yang kian canggihnya membuat teknologi otomotif juga bergerak semakin maju, berbagai macam sarana transportasi mulai berkembang dengan pesat, sehingga kendaraan tidak hanya menjadi sarana transportasi akan tetapi telah menjadi gaya hidup masyarakat modern. Dewasa ini hampir 70% penduduk di dunia memiliki sarana transportasi modern, mulai dari yang paling sederhana seperti sepeda hingga kendaraan bermotor yang canggih (Akmal dan Zuliestiana, 2019). Meningkatnya kebutuhan hidup manusia dalam transportasi membuat mobil menjadi salah satu kebutuhan penting bagi keluarga saat ini.

Industri otomotif mengalami perkembangan pesat karena mobil yang menjadi salah satu produk yang dijual secara luas. Berbagai perusahaan dengan bermacam merk mengeluarkan produk mobil yang beranekaragam (Gerung *et al*, 2017). Mulai dari type mobil yang berbeda-beda, mesin yang berbeda tergantung cc hingga kapasitas yang berbeda untuk disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Perusahaan yang berkembang menjadi produsen mobil yang cukup besar di Asia adalah Toyota, Suzuki, Daihatsu, Honda, dan lain-lain. Sebagai salah satu perusahaan produsen mobil terbesar Suzuki selalu menerapkan strategi pemasaran yang bersaing agar tetap memiliki eksistensi (suzukidewisartika.com, 2019).

Ketiadaan adanya sebuah strategi dalam usaha milik seseorang tidak mampu bertahan seiring waktu kompetitor yang terus bermunculan seiring banyaknya angka permintaan dari seorang konsumen yang semakin meningkat. Hal ini juga berlaku bagi usaha milik seseorang yang ingin memperoleh sebuah keuntungan dalam usaha milik seseorang dibidang otomotif (Suryo *et al*, 2020). Pada dasarnya sebuah tujuan yang sudah berdiri pada usaha milik seseorang yaitu untuk memperoleh sebuah keuntungan yang

ingin dicapai. Pencapaian sebuah tujuan ddi dalam usaha milik seseorang mampu diperoleh dengan kegiatan dalam pasarannya adalah menjual pencapaian dari produknya sendiri. Kegiatan pasaran punya arti yang amat penting dan mampu dibilang sebagai ujung tombaknya usaha milik seseorang

Keputusan dari seorang pembeli yaitu proses yang mana seorang konsumen akan mengenali masalahnya, mengetahui inormasi tentang produknya serta melakukan evaluasi sejauh mana kehandalan dari produk itu sendiri, yang akhirnya akan memutuskan dalam melakukan pembelian (Tjiptono dan Diana, 2019). Keputusan dalam melakukan pembelian yaitu sebuah proses yang mana seorang konsumen akan melewati beberapa tahapan, seperti perkenalan sebuah masalah, mencari sebuah informasi, mengevaluasi alternatif yang terjadi, membuat keputusan dalam melakukan pembelian, serta perilakunya dalam pasca pembelian yang di start jauh debelum adanya pembelian terjadi serta punya dampak yang amat lama setelahnya. Pada industri otomotif, keputusan dalam melakukan sebuah pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai hal, konsumen mempertimbangkan banyak hal saat akan memutuskan membeli sebuah mobil, hal-hal yang dipertimbangkan pada umumnya adalah harga, desain, kualitas, dan bonus promosi yang diberikan.

Selain itu, ditengah merebaknya pandemi akibat virus corona perekonomian Indonesia mengalami penurunan pertumbuhan yang signifikan, akan tetapi penjualan Suzuki khususnya mobil APV mengalami kenaikan. PT SIS mencatat peningkatan penjualan satu modelnya di tengah pandemi virus Corona. Angka penjualan Suzuki APV meningkat dengan mayoritas digunakan sebagai ambulans (otomotif.tempo.co, 2020).

Suzuki APV mempunyai keunggulan yang diperkirakan bahwa hal hal ini yang membuat banyak orang memilih mobil ini daripada mobil merk lainnya dalam tahun tahun belakangan ini.Berikut ini adalah prediksi dan perkiraan Suzuki APV yang stabil dan meningkat penjualannya dalam beberapa tahun belakangan ini. 1) Suzuki APV mempunyai keunggulan yang terletak pada faktor penjualannya karena dijual dengan harga yang relatif tidak mahal. 2) Suzuki APV mempunyai keunggulan yang terletak pada faktor designnya. Suzuki APV mempunyai design dengan bentuk mobil Van, Bodynya besar dan mempunyai kapasitas tempat duduk sebanyak 8 orang. Hal ini membuat banyak konsumen melakukan pembelian karena selain harganya yang murah kapasitas tempat duduknya banyak sangat ideal untuk para keluarga Indonesia. 3) Suzuki APV mempunyai keunggulan dengan kegunaannya yang bisa dijadikan mobil untuk usaha Travel Antar Kota, mobil ini memang cukup laris terjual di perusahaan Travel antar kota karena sangat ideal dan harganya pun terjangkau.Suzuki APV mempunyai fungsi yang bisa digunakan untuk bekerja sebagai seorang Driver Taxi Online. Karena sangat memenuhi syarat yang ada dari perusahaan Driver Taxi Online seperti Uber Car dan Grab Car.

Top Motor adalah salah satu dealer Suzuki populer di Gianyar yang terletak di Provinsi Bali. Sebagai salah satu dealer Suzuki di Bali, penjualan yang dilakukan harusnya sejalan dengan penjualan Suzuki secara global. Hal itu disebabkan karena daya beli masyarakat di Bali khususnya daerah Gianyar cukup tinggi. Bali merupakan salah satu daerah pariwisata, sehingga kebutuhan mobil

untuk membawa tamu traveling dan *rent car* cukup tinggi. Hal ini menjadi salah satu alasan tingginya peminat APV sebagai mobil bisnis. Sehingga keputusan pembelian konsumen bulat pada APV. Berikut adalah data penjualan APV pada Dealer Top Motor Gianyar.

Tabel 1 Data Penjualan Suzuki APV tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Penjualan APV
2016	136 unit
2017	117 unit
2018	168 unit
2019	150 unit

Sumber: Top Motor Gianyar (2020)

Mengacu pada Tabel 1 bahwa penjualan Suzuki APV pada Dealer Top Motor Gianyar mengalami fluktuasi, dan menunjukkan penurunan pada tahun 2019. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian Suzuki APV pada Top Motor Gianyar masih belum maksimal dan ternyata tidak sesuai dengan penjualan Suzuki APV secara global.

Keputusan dalam melakukan suatu pembelian mampu dipengaruhi oleh faktor harga (Lubis dan Hidayat, 2019). Kebijakan untuk tetapan dari ebuah harga amat menjadi penentu guna melakukan pemasaran dalam sebuah produk serta jasa, karena harga amat menjadi penentu pada pasaran dalam sebuah produk serta jasa, dikarenakan harga sendiri yatu unsure yang menjadi bauran pada pasaran yang memberi pendapatan dalam melakukan organisasi dalam sebuah usaha milik seseorang. Harga mampu diubah dengan amat cepatnya, harga merupakan jumlah uang yang ditambahkan dalam sebuah barang yang mampu memebri sebuah kombinasi pada barang serta pelayannan yang diberikan. Harga juga menjadi sebuah atribut dalam melekatkan sesuatu pada sebuah barang yang nantinya barang tersebut mampu memenuhi sebuah kebutuhannya (*needs*), keinginannya (*wants*) serta pemuasan konsumennya (*satisfaction*) yang dinyatakan berupa uang. Penelitian yang dilakukan oleh Karim *et al* (2019) menunjukkan bahwa harga punya pengaruh kepada keputusan dalam melakukan sebuah pembelian.

Design juga mampu memengaruhi keputusan dalam melakukan sebuah pembelian. Putri (2019) desain pada sebuah produk yaitu sebuah aspek dalam pembentuk citra produk. Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakankesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakinmodern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Desain APV yang luas dan nyaman diindikasikan menjadi penyebab keputusan dalam melakukan sebuah pembelian konsumen. Penelitian dari Deatami dan Khasanah (2019) memberi gambaran bahwa desain punya pengaruh kepada keputusan dalam melakukan sebuah pembelian.

Kualitas dari sebuah produk yaitu faktor yang memengaruhi keputusan dalam melakukan sebuah pembelian. Kompetisi yang makin meningkat menjadikan usaha milik seseorang pada penawarannya punya nilai tambah yang lain dengan produk saingnya. Kualitas

yaitu sebuah fungsi serta kegunaan yang ada pada ketahan dari produk itu endiri bisa berupa kenyamanan, eksklusifitas, bentuk terluarnya (pewarnaan, bukusan, dan lain sebagainya) (Hasan, 2011:49). Produk yang punya kualitas yang bagus akan memberi pertumbuhan yang baik serta menempati pangsa sebuah pemasaran. Penelitian oleh Suari *et al* (2019) memberi gambaran bahwa kualitas dari sebuah produk punya pengaruh kepada keputusan ddalam melakukan sebuah pembelian.

Faktor lainnya yang memengaruhi keputusan dalam melakukan sebuah pembelian adalah promosi. Menurut Assauri (2012:178), promosi yaitu sebuah variable yang ada pada bauran sebuah pasar serta mat penting untuk dijalankan oleh usaha milik seseorang dalam pemasarannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:56), dengan melakukan promosi maka seseorang yang awalnya memiliki ketidak tertarikan akan menjadi tertarik serta mencoba sebuah produk dan akhirnya membuatnya melakukan sebuah pembelian. Penelitian oleh Christian *et al* (2019) memberi gambaran bahwa promosi punya pengaruh kepada keputusan dalam melakukan sebuah pembelian. Mengacu pada uraian diatas makan peneliti tertarik untuk mengangkat judul "Harga, *Design*, Kualitas Produk dan Promosi PengaruhnyaTerhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan".

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan dari seorang pembeli yaitu proses yang mana seorang konsumen akan mengenali masalahnya, mengetahui inormasi tentang produknya serta melakukan evaluasi sejauh mana kehandalan dari produk itu sendiri, yang akhirnya akan memutuskan dalam melakukan pembelian (Tjiptono dan Diana, 2019).

Harga

Kebijakan untuk tetapan dari sebuah harga amat menjadi penentu guna melakukan pemasaran dalam sebuah produk serta jasa, karena harga amat menjadi penentu pada pasaran dalam sebuah produk serta jasa, dikarenakan harga sendiri yatu unsure yang menjadi bauran pada pasaran yang memberi pendapatan dalam melakukan organisasi dalam sebuah usaha milik seseorang (Lubis dan Hidayat, 2019).

Design

Putri (2019) desain pada sebuah produk yaitu sebuah aspek dalam pembentuk citra produk. Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk.

Kualitas Produk

Kualitas yaitu sebuah fungsi serta kegunaan yang ada pada ketahan dari produk itu endiri bisa berupa kenyamanan, eksklusifitas, bentuk terluarnya (Hasan, 2011:49). Produk yang punya kualitas yang bagus akan memberi pertumbuhan yang baik serta menempati pangsa sebuah pemasaran.

Promosi

Menurut Assauri (2012:178), promosi yaitu sebuah variable yang ada pada bauran sebuah pasar serta mat penting untuk dijalankan oleh usaha milik seseorang dalam pemasarannya.

METODE PENELITIAN

Obyek penelitian ini adalah keputusan dalam melakukan sebuah pembelian yang dipengaruhi oleh harga, desain, kualitas produk, dan promosi.

Subjek penelitian ini adalah Dealer Top Motor Batubulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan tahun 2019 yang berjumlah 150 orang dengan jumlah sampel 109 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) memakai skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan persamaan seperti berikut:

$$Yi = \alpha + \beta_1X_1+\beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4 X_4 + ei \quad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots(1)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Mengacu pada uji validitasnya bahwa nilai r hitungnya melebihi r batasnya 0,30 mengartikan bahwa instrument butir pernyataanya dinyatakan valid. Mengacu pada uji reliabilitasnya bahwa nilai dari koef. Cronbach's Alphanya melebihi 0,60 menyatakan bahwa terpenuhinya reliabilitas atau kehandalan.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan jawaban responden, variabel harga memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,95 dengan kategori setuju, skor terendah yaitu pada pernyataan "Harga mobil APV pada Dealer Top Motor Batubulan sesuai dengan manfaat yang dirasakan" sebesar 3,73 dengan kategori setuju, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan "Harga mobil APV pada Dealer Top Motor Batubulan terjangkau oleh semua kalangan" sebesar 4,15 dengan kategori setuju.

Berdasarkan jawaban responden, variabel *design* memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,86 dengan kategori setuju, skor terendah yaitu pada pernyataan "Motif yang dimiliki mobil APV dari Dealer Top Motor sangat menarik dan sesuai dengan selera saya" sebesar 3,60 dengan kategori setuju, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan "Saya memilih mobil APV dari Dealer Top Motor karena memiliki model bentuk yang praktis dan elegan" sebesar 4,05 dengan kategori setuju.

Berdasarkan jawaban responden, variabel kualitas produk memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 3,95 dengan kategori setuju, skor terendah yaitu pada pernyataan "Desain dari mobil APV dari Dealer Top Motor memiliki model yang bagus dan menarik" sebesar 3,63 dengan kategori setuju, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan "Saya merasa mobil APV dari Dealer Top Motor dapat digunakan lebih dari 10 tahun" sebesar 4,20 dengan kategori setuju.

Berdasarkan jawaban responden, variabel promosi memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,13 dengan kategori setuju, skor terendah yaitu pada pernyataan "Iklan mengenai produk mobil APV dari Dealer Top Motor Batubulan sering saya lihat di berbagai media yaitu media cetak, media elektronik, dan media sosial" sebesar 4,10 dengan kategori setuju, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan "Dealer Top Motor Batubulan melakukan promosi penjualan melalui berbagai media seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial" sebesar 4,17 dengan kategori setuju.

Berdasarkan jawaban responden, variabel keputusan pembelian memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,16 dengan kategori setuju, skor terendah yaitu pada pernyataan "saya mencari informasi dari banyak sumber mengenai mobil APV dari Dealer Top Motor" sebesar 4,07 dengan kategori setuju, sedangkan skor tertinggi yaitu pada pernyataan "Kebutuhan saya terhadap mobil APV

dari Dealer Top Motor tinggi" sebesar 4,28 dengan kategori setuju.

Uji Asumsi Klasik

Mengacu pada pengujian normalitas dengan memakai statistika kolmogorov-smirnov terlihat bahwa Asym. Signya (2-tailed) 0,708 melebihi 0,05 mengartikan bahwa data terdistribusi dengan normal. Mengacu pada pengujian Multikolinearitas babhwa nilai tolerance bagi tiap variabelnya melebihi 0,10 serta nilai VIFnya tidak lebih dari 10, mengartikan bahwa ketiadaan adanya multikolinearitas. Mengacu pada pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan memberi sebuah gambaran bahwa tiap variabelnya punya nilai sig. yang melebihi 0,05 mengartikan bahwa ketiadaan adanya heterokedastisitas. Mengacu pada hasil uji autokorelasi bahwa nilai *Durbin Watson* (d-hitung) senilai 1,995. Yang mana nilainya dU (Durbin Upper) pada penelitiannya yaitu dU = 1,7644, DW = 1,995, dan (4-dU) = 2,2356 maka diperoleh hasil 1,7644< 1,995 < 2,2356. Mengartikan tidak terjadinya autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,195	0,971		7,411	0,000
	Harga	0,146	0,064	0,195	2,284	0,024
	Design	0,234	0,108	0,204	2,171	0,032
	Kualitas Produk	0,279	0,053	0,428	5,257	0,000
	Promosi	0,163	0,069	0,156	2,343	0,021

Sumber: Data diolah, 2020

Mengacu pada Tabel 2 bahwa persamaannya seperti berikut: $Y = 7{,}195 + 0{,}146\ X_1 + 0{,}234X_2 + 0{,}279\ X_3 + 0{,}163\ X_4$

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,820[a]	0,672	0,659	1,003

a. Predictors: (Constant), Promosi , Design, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Mengacu pada Tabel 3 bahwa nilai dari R square-nya adalah 0,659 mengartikan bahwa 65,9% variasi keputusan dalam melakukan sebuah pembelian dipengaruhi oleh variasi harga, *design*, kualitas produk dan promosi serta 34,1% dijelaskan oleh faktor lainnya.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F (F-test)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213,797	4	53,449	53,177	0,000[b]
	Residual	104,533	104	1,005		
	Total	318,330	108			

Sumber: Data diolah, 2020

Mengacu pada Tabel 4 pengujian ANOVA bahwa nilai F senilai 53,177 dengan sig.nya 0,000 < 0,05, mengartikan bahwa model regresinya ini layak untuk dipakai. Hasil ini mengartikan bahwa harga, design, kualitas produk serta promosi punya pengaruh kepada keputusan dalam melakukan sebuah pembelian .

Tabel 5. Hasil Uji Statistik t (t-test)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7,195	0,971		7,411	0,000
	Harga	0,146	0,064	0,195	2,284	0,024
	Design	0,234	0,108	0,204	2,171	0,032
	Kualitas Produk	0,279	0,053	0,428	5,257	0,000
	Promosi	0,163	0,069	0,156	2,343	0,021

Sumber: Data diolah, 2020

Pengaruh Harga Kepada Keputusan Pembelian

Mengacu pada Tabel 5 bahwa nilai signifikansinya 0,024 < 0,05 dengan nilai koefisien betanya 0,146 bernilai positif sehingga H_1 diterima. Hasil ini mengartikan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh *Design* terhadap Keputusan Pembelian

Mengacu pada Tabel 5 bahwa nilai signifikansinya 0,032 < 0,05 dengan nilai koefisien betanya senilai 0,234

bernilai positif sehingga H_2 diterima. Hasil ini mengartikan bahwa *design* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Mengacu pada Tabel 5 bahwa nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien beta 0,279 bernilai positif sehingga H_3 diterima. Hasil ini mengartikan bahwa kualitas dari sebuah produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Mengacu pada Tabel 5 bahwa nilai signifikansinya senilai 0,021 < 0,05 dengan nilai koefisien betanya senilai 0,163 bernilai positif sehingga H_4 diterima. Hasil ini mengartikan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Top Motor Batu Bulan

Harga punya pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dengan kata lain semakin baik harga Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Hal ini didukung oleh Hidaya dan Lubis (2019), Habiba dan Sumiati (2016) menemukan bahwa harga punya pengaruh positif terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian.

Pengaruh *Design* Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Top Motor Batu Bulan

Design punya pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dengan kata lain semakin baik *design* Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Hal ini didukung oleh Putri (2019) dan Simanihuruk (2016) menyatakan bahwa *design* memiliki pengaruh yang signifikan kepada keputusan dalam melakukan sebuah pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap **Keputusan Pembelian di Dealer Top Motor Batu Bulan**

Kualitas dari sebuah produk punya pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dengan kata lain semakin baik kualitas Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Hal ini didukung oleh Kaharu *et al* (2016) yang menyatakan bahwa kualitas dalam sebuah produk sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam melakukan pembelian.

Pengaruh Promosi terhadap **Keputusan Pembelian di Dealer Top Motor Batu Bulan**

Promosi punya pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian. Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dengan kata lain

semakin baik promosi Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Hal ini didukung oleh Karim *et al* (2019), Pasaribu *et al* (2019) serta Noviyanti *et al* (2019) menemukan hasil bahwa promosi memiliki hubungan positif serta signifikan terhadap keputusan dalam melakukan pembelian.

Pengaruh Harga, Design, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Dealer Top Motor Batu Bulan

Mengacu pada tabel pengujian ANOVA bahwa nilai F senilai 53,177 dengan sig.nya 0,000 < 0,05, mengartikan bahwa model regresinya ini layak untuk dipakai. Hasil ini mengartikan bahwa harga, design, kualitas produk serta promosi punya pengaruh terhadap keputusan dalam melakukan sebuah pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dengan kata lain semakin baik harga, *design*, kualitas produk dan promosi Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Hal ini didukung oleh Gerung dkk (2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga, serta promosi secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Mengacu pada hasil analisis di atas, adapun simpulan dalam penelitian ini adalah seperti berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan, yang artinya semakin baik harga yang diberikan, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelianMobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dilihat dari hasil nilai signifikansi 0,024< 0,05 sehingga H_1 diterima.
2. *Design* punya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan, yang artinya semakin baik design yang ada, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dilihat dari hasil nilai signifikansi 0,032< 0,05 sehingga H_2 diterima.
3. Kualitas produk punya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan, yang artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dilihat dari hasil nilai signifikansi 0,000< 0,05 sehingga H_3 diterima.
4. Promosi punya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan, yang artinya semakin baik promosi yang dilakukan, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan. Dilihat dari hasil nilai signifikansi 0,021< 0,05 sehingga H_4 diterima.
5. Harga, *design*, kualitas produk dan promosi punya pengaruh terhadap keputusan pembelian

Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan, yang artinya semakin baik harga, *design*, kualitas produk dan promosi Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian Mobil Suzuki APV di Dealer Top Motor Batu Bulan.

Saran

Mengacu pada hasil analisis diatas, adapun saran yang dapat disampaikan yaitu seperti berikut:

a. Mengoptimalkan keputusan dalam melakukan sebuah pembelian melalui variabel harga dapat dilakukan dengan cara menawarkan harga yang kompetitif kepada konsumen agar sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat, serta memberikan discount pada setiap pembelian.
b. Mengoptimalkan keputusan dalam melakukan sebuah pembelian melalui variabel *design* dapat dilakukan dengan cara selalu mengevaluasi serta memperbaharui *design* mobil dengan inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan serta trend yang ada di masyarakat.
c. Mengoptimalkan keputusan dalam melakukan sebuah pembelian melalui variabel kualitas produk dapat dilakukan dengan cara selalu meningkatkan kualitas produk dengan mendengarkan kritik serta saran dari konsumen sebelumnya serta melakukan inovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dimasa sekarang.
d. Mengoptimalkan keputusan dalam melakukan sebuah pembelian melalui variabel promosi yang dapat di lakukan dengan cara melakukan promosi di berbagai media baik itu media cetak atau sosial media seperti faceboook, instagram dan lain – lain.

DAFTAR PUSTAKA

Akmal, F., & Zuliestiana, D. A. 2019. Pengaruh Iklan Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada Showroom Yosi Motor. *eProceedings of Management*, *6*(3).

Assauri, S. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Christian, K., Handoyo, S., Kelvin, K., Hondo, P., & Fitriano, A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rem Cakram Dan Rem Tromol Motor Honda Matic Pada Pt. Mega Anugerah Mandiri Medan. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*, *8*(1).

Deatami, N. M., & Khasanah, I. 2019. Analisis Pengaruh Iklan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi pada konsumen Sariayu di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, *8*(4): 141-151.

Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *5*(2).

Habibah, U. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *1*(01).

Hasan, A. 2011. *Marketing*. Media Utama. Yogyakarta.

Hidaya, A. D. S., & Lubis, D. S. W. 2019. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, *1*(1).

Kaharu, D., & Budiarti, A. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, *5*(3).

Karim, A., Putra, E., Wiselee, C., & Wijaya, V. F. 2019. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Mobil Merek Toyota Pada Pt Deltamas Surya Indah Mulia. *Aksara Public*, *3*(1): 102-113.

Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (13th ed.).
Erlangga. Jakarta.

Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, *5*(1).

Noviyanti, I., Hayati, F. A., & Saputra, R. 2019. Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Story-I Mall Alam Sutera. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, *3*(2), 230-243.

Pasaribu, R. F. A., Kakana, L. A., Hutahuruk, T. E., & Hutasoit, E. A. 2019. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Pt. Salim Ivomas Pratama, Tbk Lubuk Pakam. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*, *9*(1): 183-194.

Putri, C. K. 2019. Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lengan Pendek Di Distro Destroyer Bandung. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *3*(2): 389-396.

Simanihuruk, P. 2019. Pengaruh Promosi, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *19*(1): 82-89.

Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. 2019. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *5*(1): 26-33.

Suryo, A. A., Suddin, A., & Widajanti, E. 2020. Pengaruh Harga, Iklan, Citra Merk, Dan Pelayanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Wilayah Surakarta. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, *13*(2).

Tjiptono Fandy, Diana Anastasia. 2019..Pemasaran. Andi. Yogyakarta

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM PADA MASA PANDEMI COVID – 19 DI KOTA DENPASAR

Putu Ari Mulyani[1)], Ni Luh Indiani[2)]
[1,2] Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta Denpasar
email: [1]putuarimulyani@gmail.com, [2]email: luhindiani12@gmail.com

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are currently experiencing difficulties due to the Covid-19 pandemic which has made the economy decline. MSMEs as one of the supporting forces for Indonesia's economic growth, especially in Denpasar City, Bali Province, should get more attention from the local government. In the midst of pandemic like this, internal environmental factors and external factors are an obstacle for MSME actors. In anticipating these environmental changes and not having a marketing strategy, MSMEs have no competitiveness compared to other products. This study uses SWOT analysis which is the right alternative to helphave MSMEs determine marketing strategies and anticipate environmental changes due to the Covid-19 pandemic both from internal factors: strength (strength), weakness (weaknesess) while threats (Threats), opportunities (Opportunities) is part of external factors or competitors. From this research, it was found that there were 4 marketing strategies for MSMEs to increase competitiveness, namely the S-O Strategy for MSMEs to innovate products, make characteristics of the products being sold and utilize technology to market products. The W-O strategy, MSME players must look at the consumer market share, and the W-T Strategy introduces products in areas outside the city of Denpasar and innovative product packaging. Government policies are very important in terms of the assisting MSMEs through grant funding programs and banking policies in the form of low interest capital loans.*

Keywords : *marketing strategy , Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs,), pandemic*

PENDAHULUAN

Pada akhir tahun 2019 dunia internasional di landa pandemi global yaitu Covid – 19 yang awalnya berasal dari daerah cina dan tiba di Indonesia pada awal tahun 2020. Tidak hanya di Indonesia pandemi ini berpotensi merubah tatanan ekonomi dunia yang ditandai dengan berubahnya system perdagangan dunia internasional dan mengakibatkan melemahnya berbagai bidang usaha.

Data dari Badan Pusat Statistik Indonesia mencatat pertumbuhan ekonomi pada Kuartal I bulan Januari sampai dengan maret 2020 hanya 2,79%. Angka ini melambat dari 4,97% pada Kuartal IV tahun 2019. Bahkan, pertumbuhan jauh di bawah pencapaian Kuartal I tahun 2019 yang mencapai 5,07%. Dan pada Kuartal II Tahun 2020 laju pertumbuhan ekonomi Indonesia minus -5,32%. Angka itu berbanding terbalik dengan Kuartal II Tahun 2019 sebesar 5,05 %.

Semenjak Covid – 19 ditetapkan berstatus pandemic, ada banyak sektor ekonomi global dan domestic yang

mengalami dampaknya. Dampak pandemi yang paling terasa terjadi pada sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Dilaporkan bahwa sejumlah 56% UMKM mengalami penurunan pada hasil omzet penjualan akibat pandemic Covid – 19, 22 % lainnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan / Kredit, 15% mengalami permasalahan dalam distribusi dan pemasaran produk, dan 4% sisanya melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku (Kemenkop UMKM, 2020)

Data Bank Indonesia, 2020 mengungkapkan bahwa UMKM yang bergerak di sektor ekspor impor merupakan yang paling banyak terpengaruh, yaitu sekitar 95,4% dari total eksport. UMKM yang bergerak dalam sektor kerajinan dan pendukung pariwisata terpengaruh sebesar 89,9%. Sementara sektor yang paling kecil terimbas pandemic Covid – 19 adalah sektor pertanian, yakni sebesar 41,5%. Sementara pada level pengusaha pedagang besar dan pedagang eceran mengalami dampak pandemic Covid – 19 yang paling tinggi yaitu 40,92%, UMKM penyedia akomodasi, makanan minuman sebanyak 26,86% dan yang paling kecil terdampak adalah industry pengolahan sebanyak 14,25%.

Kota Denpasar yang merupakan bagian dari Provinsi Bali di kenal sebagai pusat perkembangan bisnis, pendidikan dan pemerintahan yang dimana sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor pariwisata. Pandemi Covid – 19 membawa dampak yang dignifikan bagi semua aspek kehidupan masyarakat baik secara ekonomi, social dan budaya bali. Pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali pada triwulan I tahun 2020 minus -1,14% sedangkan pada triwulan II tahun 2020 perekonomian Provinsi Bali menurun hingga mencapai angka -10,98%, pertumbuhan yang lambat ini disebabkan oleh penurunan tajam pendapatan dari sektor utama Provinsi Bali yaitu pariwisata.

Jumlah wisatawan mancanegara di Bali telah menurun sejak awal pandemi hingga 99,97 persen pada Mei 2020. Bali mengalami kerugian sekitar 9,7 triliun Rupiah setiap bulan dari sektor pariwisata saja. Berdasarkan data Dinas Tenaga Kerja dan Sumber Daya Mineral Provinsi Bali, per 25 Mei 2020, sebanyak 71.313 tenaga kerja sektor formal di-PHK dan 2.570 orang kehilangan pekerjaan Sejak terjadinya pandemi covid – 19 di dunia global yang menyebabkan sektor pariwisata ini sangat melemah, masyarakat yang dulunya bekerja di sektor pariwisata beralih ke sektor UMKM yang dianggap sektor menguntungkan secara finansial melalui daya kreativitas dan inovasi seseorang.

Masyarakat yang beralih dari pekerja formal ke informal dengan menjual produk – produk UMKM seperti makanan, minuman, pakaian, serta produk – produk hasil pertanian selama pandemic Covid – 19 yang kemudian menimbulkan persaingan ketat di level UMKM. Adanya kebijakan pemerintah terkait pembatasan usaha di masa pandemic covid – 19 membuat pekerja di

sektor formal kehilangan pekerjaan, di PHK atau dirumahkan dan sebagainya. Mereka selanjutnya masuk ke sektor UMKM untuk bertahan hidup baik berjualan secara offline maupun online.

Pendapatan antar pelaku UMKM yang sebelumnya harus berbagi dengan UMKM baru di masa pandemi ini. Hal tersebut memerlukan adaptasi bisnis dan melakukan inovasi produk yang menyesuaikan dengan keadaan pasar. Strategi marketing harus diperhatikan oleh para usahawan. Proses marketing inilah yang memastikan bahwa setiap produk dari UMKM bisa sampai kepada konsumen. Pada saat pebisnis melakukan strategi marketing yang tepat maka tinggi kemungkinan bisnis yang sedang di rintis akan mampu menarik konsumen.

Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, kegiatan memasarkan bisnis tidak menjadi hal yang sulit untuk dilakukan. Munculnya berbagai media promosi seperti media social memungkinkan strategi pemasaran bisa dilakukan secara efektif dan meminimalisir pengeluaran. Namun, meski wadah untuk melakukan promosi kini semakin beragam dan efektif, pemilik sebuah usaha harus bisa mentargetkan konsumen secara tepat. Jika strategi pemasaran yang di rencanakan secara sembarangan, maka promosi tersebut akan memberikan hasil yang nihil.

KAJIAN LITERATUR

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang di jadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut:“strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan”(Kotler, 2001)

Menurut Radiosunu 2001 strategi pemasaran didasarkan atas lima konsep strategi berikut : segmentasi pasar, market positioning, targeting, marketing mix strategy, dan timing strategy.

Marketing mix merupakan variabel – variabel yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen. Variabel yang terdapat di dalamnya (4P) adalah produk, harga, distribusi, promosi dan dikembangkan menjadi 7P yaitu : *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.*

Kotler dan Amstrong, 2008 mengemukakan bauran promosi merupakan panduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasive dan membangun hubungan pelanggan.

Seorang pemasar yang baik, harus mampu memahami calon konsumen dalam segala hal yang mempengaruhi kedalam proses keputusan pembelian. Karena dalam memahami perilaku konsumen membuat keputusan pembelian terdapat beberapa fektor penting yang saling mempengaruhi keputusan pembelian. Ada beberapa faktor yang

dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti faktor – faktor pembelian menurut Kotler dan Keller (2009) antara lain :

1. Faktor Budaya
   Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang saling mendasar. Sub-Budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Banyak sub-budaya yang membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasar yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.
2. Faktor Sosial
   Terdiri dari kelompok referensi yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku.
3. Faktor Pribadi
   Usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta gaya hidup dan nilai
4. Faktor Psikologis
   Yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori.

   Dalam pemilihan suatu produk atau jasa terdapat proses keputusan pembelian yang terdiri dari beberapa tahap keputusan, dari awal, proses hingga proses terakhir pembelian. Menurut Fandy Tjiptono (2008) Keputusan pembelian konsumen merupakan Tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kota Denpasar dengan metode sampling terhadap UMKM yang cukup berkembang di masa pandemic Covid -19 ini. Menurut Sugiyono (2010), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan tujuan tertentu. Pengumpulan data ini meliputu (1) Metode studi Pustaka (2) Metode survei (3) metode observasi.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Non – Probability Sampling, yaitu dengan metode Accidental Sampling yang siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang ditentukan sebanyak 150 UMKM. Dalam pemecahan masalah tersebut, diperlukan alat analisis untuk strategi pemasaran dalam pengembangan dengan analisis SWOT sehingga diperoleh rekomendasi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk pengembangannya.

Analisis SWOT menurut Kotler dan Armstrong (2008) merupakan penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weakneses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya,

kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masa pandemi Covid – 19 di Indonesia bahkan sampai ke dunia Internasional mempengaruhi segala aspek terutama pada kondisi kesehatan dan perekonomian. Negara yang dilanda pandemi saat ini sedang dalam kondisi yang bisa dibilang sangat tidak stabil. Berbagai macam cara dilakukan oleh pemerintah untuk mengurangi dan mneghentikan pandemic ini, mulai dari *distancing, physical distancing*, pembatasan social beskala besar (PSBB), dan larangan berpergian. Pada sisi lain, kebijakan ini bermanfaat untuk ketahanan kesehatan namun mempunyai dampak secara ekonomi yang signifikan bagi dunia usaha di Kota Denpasar.

Kegiatan usaha para pelaku UMKM benar-benar terdampak oleh pandemic COVID – 19 yang sedang terjadi sekarang ini. Hal ini ditunjukkan oleh penurunan omset, penurunan ordet, dan penurunan pendapatan serta kendala-kendala lain terkait dengan kegiatan usaha seperti proses produksi, pemasaran, dan distribusi. Mengharapkan adanya bantuan dana / modal usaha, pemasaran produk, dan kebutuhan pokok. Mereka juga membutuhkan alat-alat kesehatan yang dapat mendukung proses produksi selama pandemic.

Kegiatan pemasaran bagi sebagian pelaku UMKM tidak berjalan selama pandemic Covid – 19 ini dikarenakan pangsa pasar yang sepi dan terkait dengan aturan pembatasan social yang di lakukan selama pandemic sehingga para pelaku usaha menutup tokonya untuk sementara yang pemasarannya tidak berjalan secara maksimal.

Sebagian perusahaan memutuskan untuk merumahkan karyawannya, atau pun memberhentikannya dan memberi gaji tidak penuh pada karyawan tersebut sehingga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka mencoba untuk mendirikan usaha UMKM baik di bidang kuliner, kosmetik, pakaian ataupun hasil-hasil pertanian dan perkebunan.

Tabel 1. Analisis SWOT Strategi Pemasaran UMKM Masa Pandemi Covid -19 di Kota Denpasar

Faktor Internal **Faktor Eksternal**	**STRENGTHS (S)** . Memiliki segmentasi dan taget pasar . Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat . Adanya dukungan dari pemerintah kota Denpasar untuk membangkitkan UMKM berupa memfasilitasi melalui pameran produk . Lokasi yang strategis di pusat kota . Harga bersaing . Memiliki konsumen tetap . Inovasi Produk	**WEAKNESSES(W)** . Area pemasaran yang terbatas . Kurangnya pemanfaatan teknologi pemasaran . Pengemasan produk kurang menarik . Kurangnya pemahaman strategi pemasaran . Kurangnya pembinaan dan pelatihan UMKM . Keterbatasan modal usaha. . Keterbatasan konsumen dalam membeli produk
OPPORTUNITIES (O) Perkembangan teknologi memberikan pemasaran produk lebih luas Penjualan produk bisa dilakukan secara online Menciptakan produk – procuk baru	**Strategi SO** . Melakukan Inovasi Produk dan menciptakan produk baru untuk memperkuat posisi daya saing . Menampilkan ciri khas atas produk yang dijual . Melakukan promosi dan penjualan dengan pemanfaatan perkembangan teknologi	**Strategi WO** . Melakukan Pemasaran dan memperkenalkan produk di luar daerah dengan memanfaatkan teknologi . Memperhatikan dan memenuhi keinginan pasar juga konsumen . Melakukan Inovasi Pada Produk . Memberikan pelatihan oleh Dinas terkait.
THREATS (T) Pelaku usaha memproduksi produk yang sama sehingga memunculkan persaingan usaha. Memakai merk dari brand yang sudah ternama Pangsa pasar sepi peminat Promosi yang dilakukan tidak menarik konsumen Sulitnya memperoleh bantuan modal.	**Strategi ST** Membuat ciri khas yang menonjol pada produk Melakukan Inovasi pada Promosi Produk Membuat proteksi pada produk. Kebijakan Lembaga keuangan dalam membantu ketersediaan modal usaha	**Strategi WT** . Memperkenalkan produk pada klister wilayah . Membuat kemasan dan produk yang Inovatif berdasarkan dengan khas produk.

Berdasarkan matriks SWOT, dapat dirumuskan bahwa inovasi produk dan pemasaran secara online merupakan strategi utama bagi UMKM di Kota Denpasar karena konsumen menginginkan produk yang senantiasa berkembang nilai fungsionalnya. Pelaku UMKM harus bisa melakukan survei pasar dan mempersiapkan pada keinginan konsumen yang berubah. Inovasi produk sebaiknya dilakukan secara berkala. Banyak yang dapat dilaksanakan untuk mendapatkan ide pada inovasi produk. Saat ini penggunaan teknologi informasi seperti internet bukan hal yang baru. Dengan memanfaatkan internet, pelaku UMKM bisa mengekses informasi yang tersedia di seluruh dunia pada masa covid – 19 ini.

Penjualan secara langsung umumnya mengalami penurunan dikarenakan pola masyarakat yang lebih berdiam di rumah. Selain itu banyak UMKM yang memilih untuk tidak membuka took atau usaha karena adanya pemnatasan social. Salah satu cara untuk tetap menjalankan usaha dan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar yang dapat dilakukan oleh

UMKM adalah memperluas jaringan dengan memanfaatkan penjaualan secara online. Pelaku UMKM disarankan mengeluarkan sedikit dana guna membuat inovasi pada produk yang dihasilkan sehingga dapat bersaing dengan produk lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pandemi covid – 19 yang terjadi di Indonesia berdampak di berbagai daerah khususnya di Kota Denpasar, terjadinya ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM ini merasakan dampak langsung berupa penurunan omset penjualan, penurunan order dan penurunan pendapatan serta kendala – kendala lain terkait dengan kegiatan usaha seperti proses produksi yang terganggu dan kegiatan pemasaran dan distribusi yang terhambat.

Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemic ini dan di tuntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi.

Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan, sebagai berikut :

1. Mengatur Keuangan. Persiapkan bisnis dengan rencana mengatur keuangan atau modal usaha sehingga mampu mendapatkan keuntungan yang diinginkan.
2. Memanfatkan Teknologi. Masa pandemi merupakan waktu yang tepat untuk menjadi inovatif guna mencari cara baru menjangkau konsumen lewat bantuan teknologi. Mulailah berjualan di pasar daring atau media sosial, atau bahkan menjual dalam jumlah besar untuk meningkatkan omzet. Pertimbangkan lebih banyak promosi, dan tingkatkan

upaya pemasaran digital Anda melalui strategi dan konten yang terjangkau namun menarik.

3. Melakukan Inovasi Produk. Membuat inovasi produk berdasarkan kebutuhan adalah salah satu strategi untuk bertahan di tengah pandemi. Sebelum melakukan inovasi produk, Anda sebaiknya lakukan survei terlebih dulu. Cari tahu mengapa produk lama yang dijual saat ini menjadi kurang diminati konsumen.
4. Perhatikan kualitas produk. Walaupun saat ini sedang dilanda pandemi, usahakan untuk tetap mempertahankan kualitas produk dan memastikan konsumen puas dengan produk dan pelayanan usaha.
5. Kebijakan pemerintah juga sangat penting dalam hal membantu UMKM melalui program dana hibah dan kebijakan dalam hal perbankan dalam bentuk pinjaman modal dengan bunga rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Edisi 2. ALFABETA. Bandung.

Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.

Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Dharmesta, B.S. & Handoko. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.

Hardilawati, W.L (2019). Model Pemasaran Hubungan Pelanggan, Inovasi Dan E – Commerce dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 9 (2): 213-222.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Andi. Yogyakarta

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. COVID-19. Infeksi Emerging [serial online]. 7 April 2020 [diakses 7 April 2020]. Diunduh dari:*https://infeksiemerging.kemkes.go.id*

Kotler, Plilip. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Kotler & Amstrong, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip, 2010, *Manajamen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2

Pakpahan, A.K. (2020). Covid – 19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*. (p-ISSN: 2614-2562, e-ISSN: 2406-8748).

Radiosunu, 2001, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Analisis*. BPFE. Yogyakarta.

Umar, Husein, 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Kencana. Jakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*: CV Alfabeta. Bandung.

Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannnya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.

URGENSI HUKUM BISNIS INDONESIA YANG BERBASIS NILAI-NILAI SOSIAL BUDAYA

Ida Bagus Radendra Suastama
STIMI Handayani Denpasar
Emal: idabagusradendra@gmail.com

Abstract: *This paper objective is to examine the ideas related to the importance of designing and enforcing legal principles and rules that based on the values that live and applied in society, especially in the field of business law. Business Law includes, among others, company law, commercial law, investment law, civil law, intellectual property law, capital market law, banking law, consumer protection law, anti-monopoly law, and others. Some of the contents of the current provisions of business law in Indonesia are based on values that are not native to Indonesia. With the recent trend of free trade which tends to be based on capitalistic and neo-liberalistic thinking, the tendency to adopt uniform values from global relations also seems to be increasing. This paper aims to find out the importance of local / regional socio-cultural values originating from Indonesia as a source of content and regulation of business law in Indonesia.*

The approach method in this research is a normative legal research method with a qualitative research approach. This research comes to the conclusion that based on literature research on legal ideas, it is necessary to have an inventory of the values of original Indonesian legal principles related to the design and application of legal principles and principles that take into account the living and applied values in society, and that the original local / regional socio-cultural values of Indonesia should be optimized as the source of the content and regulation of business law in Indonesia.

Keywords*: Law, Business, Social Values, Culture*

PENDAHULUAN

Sebagian besar peraturan-perundang-undangan di Indonesia saat ini, bahkan mungkin juga di banyak negara lain di dunia, tampaknya cenderung semakin seragam. Ada seperangkat nilai tertentu yang dipercaya sebagai nilai yang baik (bahkan terbaik) dan oleh karenanya kemudian cenderung diadopsi oleh banyak negara, termasuk Indonesia, untuk diberlakukan melalui peraturan-peraturan perundangannya. Contoh salah satunya adalah undang-undang tentang perusahaan di Indonesia, misalnya Undang-Undang (UU) tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Apabila dibandingkan antara UU PT Nomor 1 Tahun 1995 dengan UU PT Nomor 40 Tahun 2007 maka tampak bahwa arahnya adalah cenderung semakin menyesuaikan dengan spirit *Free Trade*/WTO, atau secara ideologis adalah nilai-nilai globalisme/neoliberal yang berjiwa kapitalistik (Suastama, 2019 b:27).

Gejala serupa itu juga terdapat pada Undang-Undang (UU) tentang Hak Cipta yaitu UU Nomor 19 Tahun 2002 yang telah diganti dengan dengan UU Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, sebagaimana dikatakan dalam penjelasan Undang-Undang (UU) tersebut antara lain bahwa pembaharuan UU Hak Cipta antara lain didasari oleh kenyataan bahwa Indonesia telah menjadi anggota perjanjian internasional pembentukan WTO (*World Trade Organisation*) dan karenanya "berkewajiban" mengikuti ketentuan-ketentuan tersebut. Hal tersebut sebenarnya sampai batas tertentu dapat

dipahami, karena pandangan global demikian itu memang semakin populer dan dianggap baik oleh tokoh-tokoh dari negara besar atau negara-negara maju. Di sisi lain, juga patut dipertimbangkan adanya pemikiran, bahwa nilai-nilai asing tersebut sesungguhnya dinilai tidak sesuai dengan kepribadian bangsa atau kepribadian asli kita sebagai bangsa Indonesia atau setidaknya Bangsa Timur.

Tulisan ini sebagaimana dinyatakan di atas, bertujuan mengkaji dan mengetahui pandangan-pandangan dan konsep-konsep yang berkaitan dengan pentingnya penyerapan dan akomodasi nilai-nilai sosial budaya lokal regional dalam penyusunan dan pemberlakuan asas, norma, proses, dan kerangka institusional dari kerangka hukum, khususnya dalam konteks ini adalah kerangka Hukum Bisnis di Indonesia. Tulisan ini bukan hendak mengatakan bahwa UU yang baru tentu lebih buruk daripada UU yang lama, namun bermaksud untuk menemukan dan memunculkan dasar-dasar ilmiah yang lebih lengkap mengenai konsep penyusunan peraturan-perundang-undangan yang ideal berdasarkan konsep-konsep dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam teori hukum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Menurut Bungin (2003:21. Dalam Suastama 2019b:7) yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah penelitian untuk mencari dan memahami makna yang terdapat pada para pelaku fenomena sosial, atau mencari alasan (*reason*) di balik pelaku tindakan sosial. Dalam lingkup penelitian ilmu hukum penelitian ini termasuk dalam penelitian hukum normatif, yang secara lebih rinci lagi dapat dikelompokkan dalam penelitian penelusuran asas-asas hukum (Soekanto, 2003).

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka oleh karena penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang mengkaji dan menelusuri asas asas hukum, maka sumber data penelitian ini adalah berupa dokumen hukum, primer maupun sekunder (Suastama, 2019b:7). Salahsatunya, Naskah yang diteliti ini adalah *Koetara Agama* (atau Kutara Agama) yang disusun oleh Djelantik (1918).

PEMBAHASAN

Pertama-tama, adalah sangat pantas apabila dalam melakukan pengkajian ilmiah di bidang hukum ini untuk tidak sekali-sekali mengabaikan dimensi idealistik filosofis dari Hukum. Salahsatu dari kajian-kajian penting secara filosofis hukum adalah mengenai persoalan “tujuan” dari adanya Hukum. Persoalan lainnya antara lain mencakup bahasan mengenai: Mengapa diperlukan adanya hukum? Mengapa orang mentaati hukum? dan sebagainya, yang menjadi pertanyaan-pertanyaan prinsipil dalam Filsafat Hukum. Mengenai tujuan hukum, antara lain dapat dikatakan bahwa Hukum adalah bertujuan mewujudkan keadilan, ketertiban, dan kemanfaatan dalam kehidupan bermasyarakat (Suastama, 2019a:1).

Keadilan memiliki makna yang sangat luas dan perspektifal. Jika kita mengkaji pengertian keadilan dari berbagai sumber maka dapat dijumpai begitu banyaknya pengertian keadilan yang telah dirumuskan para penulis. Ada yang merumuskan keadilan sebagai pembagian yang sama kepada semua pihak, dengan konsep asalkan sama maka itu adil dan jika tidak sama maka itu tidak adil. Pandangan ini tidak sepenuhnya diterima berbagai pihak. Ada yang

mengatakan bahwa membagikan jumlah yang sama kepada semua pihak tanpa melihat kontribusi pihak-pihak itu adalah justru tidak adil, menurut mereka yang adil adalah keseimbangan antara hak dan kewajiban, memberi penghargaan yang sama kepada pihak yang rajin maupun yang malas menurut pandangan terakhir ini justru tidak adil. Adil tidak selalu berarti sama rata, demikian pandangan mereka.

Berbicara mengenai tujuan hukum lainnya, yakni kepastian dan kemanfaatan, juga akan memunculkan dikursus yang menarik. Ada pihak yang mengatakan bahwa kepastian hukum adalah sangat penting, bahkan lebih penting daripada tujuan hukum lain yaitu keadilan dan kemanfaatan. Terdapat pernyataan misalnya: Hukum adalah perintah penguasa/atau pihak yang berwenang/berkuasa/berdaulat, dan tidak ada kaitannya dengan persoalan baik atau buruk sebagaimana lazimnya dikaitkan dengan moral (Rasjidi, 2002:57).

Pandangan yang cukup ekstrem dari pemikiran positivisme hukum tersebut kemudian mendapatkan tanggapan dari para ahli hukum lainnya, yang memang wajar jika ditinjau dari perbedaan pola pikir dan perspektifnya, menyatakan penolakan terhadap pandangan Legisme Positivisme hukum, yang menurut mereka dalam konteks dan batas-batas tertentu dapat melahirkan kecenderungan kurang baik, yakni mengabaikan nilai-nilai yang dianut dan dianggap baik di kalangan masyarakat tersebut.

Pendekatan yang terlampau menekankan pada tujuan hukum berupa kepastian hukum dapat pula menimbulkan ekses, diantaranya adalah hanya berfokus pada peraturan-perundangan tertulis dan mengabaikan nilai-nilai di luar itu. Cara berpikir seperti inilah yang lazim disebut sebagai cara pikir Legisme Positivisme. Kelemahan dari pandangan positivis ini antara lain adalah mengabaikan nilai-nilai yang hidup dan berlaku di masyarakat, yang sesungguhnya memiliki kemungkinan lebih besar untuk dapat diterima oleh masyarakat, atau bahkan juga lebih memenuhi nilai-nilai keadilan yang hidup dan berlaku di tengah-tengah masyarakat. Dalam Suastama (2019b:34) dinyatakan antara lain bahwa Hukum semestinya meliputi dan mempertimbangkan faktor selain hukum tertulis (hukum tertulis sebagaimana dimaksud di sini adalah hukum yang tertulis dalam peraturan-perundang-undangan resmi).

Prof. Satjipto Rahardjo dalam buku Membedah Hukum Progresif (2006) antara lain menyatakan bahwa sejarah hukum modern erat dengan kegelisahan untuk mengaitkan hukum dengan sesuatu yang lebih besar daripada sekadar "hukum untuk hukum" saja, sebagai contoh adalah Jepang yang berusaha menerapkan hukum modern terutama karena tidak ingin dinilai ketinggalan jaman dari pergaulan internasional, namun sesungguhnya penerimaan itu dilakukan Jepang dengan kegelisahan di dalam hatinya, karena hukum modern itu tidak sesuai dengan nilai-nilai Jepang (Rahardjo, 2006:12). Demikian pula di Korea, kata beliau.

Slametmulyana dalam buku *Nagarakretagama* (1979:183) menyatakan bahwa sejak jaman dahulu kala sesungguhnya bangsa kita telah memiliki suatu perangkat sistem hukum yang mengatur tata kehidupan dalam masyarakat, antara lain pada jaman kerajaan Majapahit. Dikatakan pula

bahwa pada jaman tersebut sudah terdapat kitab "Undang-Undang" Majapahit yang bernama *Kutara Manawa* atau lazim pula disebut *Kutara Agama* (Slametmulyana, 1979:203). Di dalam buku yang sama disampaikan juga oleh Prof. Slametmulyana, bahwa Prof Djokosutono, ahli hukum adat Universitas Indonesia, pernah menyatakan dengan nada menyesal: Seandainya peraturan peraturan pada jaman Majapahit tercatat dan sampai kepada kita maka kita sudah memiliki dasar hukum nasional, tidak seperti sekarang ini.

Pernyataan itu dapat ditafsirkan bahwa beliau ingin menggunakan perundang-undangan Majapahit sebagai landasan hukum nasional Negara Republik Indonesia. Prof Djokosutono saat itu menjabat sebagai Kepala Lembaga Hukum Nasional dan mendapat tugas khusus dari Presiden untuk menyusun Hukum Nasional sebagai pengganti Hukum Kolonial yang sebagiannya bahkan masih diterapkan sampai dengan saat ini (Slametmulyana, 1979:181). Pandangan-pandangan tersebut di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai asli yang dimiliki suatu masyarakat atau suatu bangsa sesungguhnya dapat menjadi sumber materi hukum yang baik dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk bersesuaian dengan nilai-nilai yang berlaku dalam suatu masyarakat.

Pengkajian terhadap sejarah hukum dengan demikian memiliki makna yang penting dalam konteks ini. Bagi sebagian pihak tertentu, mungkin sejarah hukum dianggap kurang memiliki manfaat untuk dijadikan objek kajian misalnya dengan alasan bahwa kaidah-kaidah di dalamnya sudah tidak lagi berkuatan mengikat dan sekadar bernilai menjadi catatan sejarah yang pantas diletakkan di museum, namun beberapa pandangan di atas menunjukkan bahwa sejarah hukum dan penelusuran asas-asas serta nilai-nilai yang melandasi ketentuan hukum di masa lalu, ternyata memiliki manfaat yang cukup besar. Sebagaimana dikatakan pula oleh Munir Fuady, bahwa pengkajian terhadap sejarah hukum akan menemukan nilai-nilai yang masih relevan dan kontekstual, sebagaimana ditulisnya dalam bukunya: *Filsafat dan Teori Hukum Postmodern* (2005:121) bahwa sejarah hukum mengandung nilai-nilai universal yang abadi.

Dalam buku *Antropologi dan Hukum* (1984:26), yang disusun oleh Ihromi (editor), antara lain dinyatakan bahwa penegak hukum perlu memiliki wawasan yang tidak hanya legalistik atau yuridis saja, tetapi perlu mengerti segi-segi budaya dan sosiologis. Pandangan ini tampaknya ingin menegaskan bahwa dalam ilmu hukum dan penegakan hukum (termasuk penyusunan asas dan kaidah hukum) yang ideal adalah tidak dapat dilepaskan dari bidang-bidang lain yang terkait misalnya, bahkan terutama, adalah Budaya dan Sosiologi.

Budaya mencakup keseluruhan tatanan nilai-nilai, kebiasaan, adat, tradisi, kepercayaan, bahasa, dan sebagainya yang dianut dan diterapkan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu. Adapun Sosiologi dapat diartikan sebagai ilmu pengetahuan tentang masyarakat yang antara lain mempelajari hubungan dan pengaruh timbal-balik antar komponen-komponen dalam masyarakat, struktur masyarakat, dan berbagai fenomena dalam masyarakat. Artinya, Hukum yang baik adalah hukum yang mampu mengakomodasi nilai-nilai yang dianut dalam masyarakat yang antara lain dihasilkan dari berbagai fenomena dalam masyarakat.

Prof. Dr. Daoed Joesoef, mantan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang terkemuka, dalam Buku: *Beberapa Pemikiran Hukum Memasuki Abad XXI; Mengenang Almarhum Prof. Dr. Komar Kantaatmadja, SH, LL.M.* (1998) yang kata pengantarnya diberikan oleh Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja (Mantan Menteri Luar Negeri Republik Indonesia yang juga Guru Besar Ilmu Hukum pada Universitas Padjadjaran Bandung), antara lain menyatakan "Yuris sebagai arsitek pembangunan" (pada halaman 475 buku tersebut). Pernyataan Prof Daoed Joesoef yang notabene bukan seorang Profesor Hukum, tentang penting dan strategisnya peran Yuris (Ahli Hukum) sebagai penentu arah dan bentuk perkembangan pembangunan, melukiskan betapa hukum merupakan bidang kajian dan bidang kegiatan yang sangat strategis dan karenanya perlu pemikiran hukum berbasis sosial dan budaya guna menciptakan hukum yang ideal.

Hukum bukan hanya menyoal aturan dan kepastian hukum saja, namun yang lebih hakiki justru terletak pada pencapaian dan penciptaan Keadilan bagi setiap orang. Pertanyaan yang sering muncul adalah apakah definisi keadilan tersebut ? Sangat banyak definisi keadilan yang disampaikan para penulis, salahsatunya yang terkemuka dengan Teori Keadilannya adalah John Rawls. Menurut Rawls, terdapat dua prinsip keadilan, pertama, tiap orang memiliki hak sama atas kebebasan dasar dan itu sama bagi semua, kedua, ketimpangan mesti diatur sedemikian agar menguntungkan semua orang, dan semua jabatan terbuka bagi semua orang (Rawls, 2006:72). Dikatakan pula oleh Rawls bahwa konsepsi keadilan harus dapat menjamin tiap warga memiliki sesuatu yang tidak bisa dihapus, yang berakar pada keadilan, yang bahkan kepentingan umum pun tidak boleh menggusurnya (dalam Rasuanto, 2005:35).

Prof Satjipto Rahardjo, seorang Gurubesar Sosiologi Hukum yang terkenal, dalam salahsatu penjelasannya mengenai esensi dan filsafat hukum antara lain menjelaskan mengenai salahsatu aliran atau mazhab yang penting dalam perjalanan kajian hukum yakni aliran Sejarah Hukum, beliau menyatakan antara lain bahwa: Hukum tidak hanya berbentuk Undang-undang melainkan juga kebiasaan dan adat istiadat dalam masyarakat (Rahardjo, 2006:164). Lebih lanjut beliau juga menyatakan bahwa Fungsi hukum nasional adalah memfasilitasi tumbuhnya nilai-nilai hukum pada masyarakat yang pluralis dan mengharmonisasikannya dalam kerangka hukum nasional, dan tidak memaksakan nilai-nilai yang belum tentu dibutuhkan/sesuai dengan kebutuhan hukum masyarakat yang pluralis (Rahardjo, 2016:188). Selanjutnya ditegaskan juga oleh beliau bahwa Hukum adalah untuk manusia dan bukan manusia untuk hukum. Dan hukum ada bukan untuk dirinya sendiri tetapi untuk hal lebih luas yaitu harkat, kebahagiaan, kesejahteraan, dan kemuliaan manusia (2016:188).

Ahli Hukum lainnya menyatakan bahwa hubungan antara hukum dan nilai-nilai sosial budaya adalah bahwa hukum yang baik tidak lain adalah hukum yang mencerminkan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat (Rasjidi, 2002:75). Munir Fuady dalam bukunya *Filsafat dan Teori Hukum Postmodern* (2005:121) menyatakan bahwa sejarah hukum mengandung nilai-nilai universal yang

abadi). IB Radendra Suastama dalam bukunya *Ekonomi dan Politik Dalam Arthasastra*, menyatakan bahwa dalam kitab manajemen tertua di dunia, Arthasastra, telah disebutkan bahwa salahsatu sumber hukum yang harus dijadikan dasar bagi hakim (*Dharmastha*) dalam mengadili dan menegakkan hukum adalah kebiasaan yakni tradisi yang diterima dan dipraktekkan dalam masyarakat (2007:86). Suastama juga manyatakan dalam bukunya *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, bahwa Hukum bertujuan mewujudkan keadilan, ketertiban, dan kemanfaatan dalam kehidupan bermasyarakat (Suastama, 2019a:1).

Menurut Plato (dalam Artadi, 2003:76) Hukum adalah pemikiran atau pandangan yang dianut suatu masyarakat yang bersumber atau tumbuh dari adat kebiasaan. Sejalan dengan pandangan Plato ini, maka dapat dilihat peran penting dari nilai-nilai yang telah hidup dan berkembang dalam suatu masyarakat tersebut sebagai sumber dari hukum positif. Menurut Windia (1995:113) dalam bukunya berjudul *Menjawab Masalah Hukum*, hukum adat adalah hukum yang tidak tertulis, dan juga bersifat situasional kondisional sesuai tempat, waktu, dan keadaan. Hukum adat menganut asas kekeluargaan dan yang terpenting menurut hukum adat bukanlah kepastian hukum/kebenaran, namun kepatutan.

Berbagai pandangan tersebut menunjukkan bahwa hukum yang baik adalah hukum yang berbasiskan pada nilai-nilai tertentu yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan dipraktikkan oleh suatu masyarakat di mana hukum itu akan diberlakukan. Meski dikatakan pula bahwa hukum adalah sarana untuk mengubah masyarakat, sebagaimana konsepsi yang dianut Mazhab *Sociological Jurisprudence*, namun konsep bahwa Hukum sebaiknya sejalan dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat juga sama benarnya. Jika keduanya dikombinasikan maka pendekatannya dapat menjadi: perubahan masyarakat yang dipandu oleh hukum mestinya melalui hukum yang didasari nilai-nilai yang sejalan dan sesuai dengan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat tersebut.

Sebagaimana telah disampaikan di atas, salah satu sumber data riset ini adalah Koetara Agama, sebuah kitab undang-undang Majapahit. Majapahit adalah sebuah kerajaan besar di Indonesia tempo dulu yang wilayahnya bahkan melebihi luasnya wilayah Republik Indonesia saat ini (mencakup juga wilayah yang saat ini adalah wilayah Malaysia, Singapore, dan negara lainnya). Menurut Ida Bagus Sidemen dalam bukunya tahun 2010: *Dari Wilatikta Ke Swecapura*, pada halaman 23 antara lain dinyatakan bahwa dahulu kala pernah ada upaya untuk mengislamkan Bali oleh para penyebar agama, sebagaimana upaya itu telah dilakukan di Jawa dan pulau lainnya, namun upaya terhadap Bali tersebut ternyata gagal. Pengaruh Majapahit sampai kini masih ada di Bali. Sebagai salahsatu orang Bali, penulis merasa terpanggil untuk ikut melestarikan nilai-nilai yang mendasari hukum era kerajaan Majapahit, kerajaan besr yang membanggakan tersebut.

Pasal 29 dan pasal 30 dari kitab *Koetara Agama* bisa menjadi contoh kasus dari pengaturan beberapa hal terkait hukum perdata atau hukum bisnis (tidak semua ketentuan hukum perdata termasuk dalam kategori hukum bisnis, namun dalam konteks ini dicari contoh yang kebetulan terkait dengan aspek keperdataan dari hukum bisnis. Dalam pasal 29 *Koetara Agama* dinyatakan: Ada orang meminjam

kain lalu membuatnya kotor atau robek, orang itu wajib mengganti dengan kain baru yang serupa; apabila kain itu hilang maka wajib diganti dengan kain baru.

Dalam pasal 30 Koetara Agama dinyatakan: Ada orang meminjam cincin emas, baik emas muda maupun emas tua, jika cincin itu hilang, haruslah ia mengganti dengan cincin emas tua. Begitulah patutnya. Dilihat dari hukum yang berlaku di Indonesia saat ini, aturan dalam *Kutara Agama* tadi tampaknya dapat dibandingkan dengan ketentuan berikut ini. Dalam *Burgerlijk Wetboek* (BW) atau Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer), antara lain dalam pasal 1763 dan pasal 1764, diatur beberapa ketentuan tentang pinjam meminjam.

Dinyatakan bahwa pihak yang menerima pinjaman sesuatu adalah mempunyai kewajiban untuk mengembalikannya dalam jumlah dan keadan yang sama dan pada waktu yang ditentukan (pasal 1763). Dinyatakan pula bahwa jika si peminjam tidak dapat memenuhi kewajibannya tersebut, maka ia diwajibkan membayar harga dari yang dipinjamnya, dengan memperhatikan waktu dan tempat di mana barang itu mestinya dikembalikan, sesuai perjanjian yang telah dibuat. Apabila ternyata waktu dan tempat pengembalian tidak ditetapkan sebelumnya, maka pengembalian/pelunasannya harus dilakukan menurut harga pada tempat dan saat peminjaman terjadi (pasal 1764).

Dalam ketentuan lainnya pada KUHPer, antara lain dinyatakan bahwa orang yang meminjamkan tidak dapat meminta kembali apa yang telah dipinjamkan sebelum waktu sesuai yang diperjanjikan. Apabila waktu tersebut tidak ditetapkan atau diperjanjikan, maka jika pemberi pinjaman meminta pengembalian, maka Hakim berwenang memberikan sekadar kelonggaran kepada si peminjam (Pasal 1759 dan 1760 KUHPer). Jika dikaitkan dengan ketentuan dalam *Koetara Agama* tersebut, hikmah apakah yang bisa diserap?

Pertama adalah bahwa secara umum asas dan nilai yang melandasi ketentuan hukum yang mengatur hubungan atau tindakan pinjam meminjam adalah relatif sama antara Hukum Asli kita (Majapahit) yaitu *Koetara Agama* dengan asas dan nilai yang melandasi Hukum dari Barat (KUHPer), antara lain yakni terdapat kewajiban bagi si peminjam untuk mengembalikan barang yang dipinjamnya dalam keadaan baik dan tepat waktu. Prinsip bahwa orang yang memberi pinjaman semestinyalah tidak dirugikan, rupanya merupakan prinsip yang diakui oleh Hukum Timur maupun Barat.

Selain dari kesamaan asas tersebut sesungguhnya terdapat sebuah asas yang sangat khas dan patut dijadikan inspirasi dan perspektif bagi Hukum kita saat ini. Apakah itu? Dalam ketentuan *Koetara Agama* yang dicontohkan di atas, tampak antara lain bahwa mengotori atau membuat robek kain pinjaman maka kewajibannya adalah mengganti dengan kain baru. Demikian pula ketika menghilangkan cincin emas berkarat rendah maka harus diganti dengan cincin berbahan emas dengan nilai karat tinggi. Tersirat dari bunyi ketentuan dalam Hukum Timur tersebut atau asas hukum yang dianut para leluhur kita, bahwa kepercayaan adalah sebuah hal yang sangat bernilai. Diberi kepercayaan untuk meminjam/memakai sesuatu pada hakikatnya diberikan suatu kehormatan

dan tanggungjawab, yang nilainya tidak hanya sebatas harga barang pinjaman tersebut, namun juga nilai kepercayaan yang ternoda apabila barang yang dipinjam sampai rusak atau hilang.

Dalam konteks hukum modern dewasa ini, asas atau nilai tersebut dapat dituangkan dalam bentuk kaidah hukum yang menentukan bahwa terhadap barang pinjaman yang rusak atau berkurang manfaatnya atau bahkan hilang maka tanggungjawab yang muncul karenanya adalah tidak sebatas pada penggantian nilai barang tersebut saja, tetapi ditambah dengan denda kelalaian atau denda atas ikut hilangnya nilai immateriil dari barang tersebut, misalnya nilai historis, nilai kelangkaannya, dan sebagainya yang tidak begitu saja dapat digantikan dengan sejumlah uang tertentu.

SIMPULAN

Riset ini sampai pada kesimpulan bahwa berdasarkan penelitian kepustakaan terhadap pemikiran-pemikiran hukum maka:

1. Diperlukan inventarisasi nilai-nilai asas hukum asli Indonesia yang diharapkan bermanfaat dalam perancangan dan pemberlakuan asas dan kaidah hukum yang mempertimbangkan nilai-nilai yang hidup dan berlaku di masyarakat.
2. Nilai-nilai sosial budaya lokal/regional asli Indonesia patut dioptimalkan sebagai sumber dari isi dan pengaturan hukum bisnis di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Artadi, I Ketut. 2003. *Hukum Adat Bali Dengan Aneka Masalahnya*. Pustaka Bali Post. Denpasar.

Bungin, Burhan. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.

Djlantik, I Goesti Poetoe. 1918. *Wetboek Koetara Agama*. Landsdrukkerij. Batavia.

Fuady, Munir. 2005. *Filsafat dan Teori Hukum Postmodern.* Citra Aditya Bakti. Badung.

Ihromi (editor), 1984. *Antropologi dan Hukum*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kusumaatmadja, Mochtar (kata pengantar). 1998. *Beberapa Pemikiran Hukum Memasuki Abad XXI ; Mengenang Almarhum Prof. Dr. Komar Kantaatmadja, SH, LL.M.* Penerbit Angkasa. Bandung.

Rahardjo, Satjipto. 2006. *Membedah Hukum Progresif*. Penerbit Buku Kompas. Jakarta.

Rasjidi, Lili (& Ira Thania Rasjidi). 2002. *Pengantar Filsafat Hukum*. Penerbit Mandar Maju. Bandung.

Rasuanto, Bur. 2005. *Keadilan Sosial*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Rawls, John. 2006. *Theory of Justice Teori Keadilan*. Penerbit Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Sidemen, Ida Bagus. 2010. *Dari Wilatikta Ke Swecapura*. Penerbit PT Tunas Jaya Sanur. Denpasar.

Sinaga, Niru Anita. 2018. "Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian", *Binamulia Hukum*. 7 (2).

Soekanto, Soerjono. (& Sri Mamudji). 2003. *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Slametmulyana, *Nagara Kertagama* … 1979. *Nagarakretagama*. Bhratara Karya Aksara. Jakarta.

Suastama, IB Radendra. 2007. *Ekonomi dan Politik Dalam Arthasastra*. Program Magister Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia (UNHI) bekerjasama dengan Penerbit Widya Dharma Denpasar. Denpasar.

Suastama, Ida Bagus Radendra. 2019a. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Cetakan III. ESBE Buku. Denpasar.

Suastama, Ida Bagus Radendra. 2019b. *Ideologi Di Balik Putusan – Putusan Mahkamah Konsitusi Yang Kontroversial*. Cetakan II. ESBE Buku. Denpasar.

Windia, Wayan. 1995. *Menjawab Masalah Hukum*. Penerbit Bali Post (BP). Denpasar.

PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* BAGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KELURAHAN RENON KECAMATAN DENPASAR SELATAN, BALI

Ni Putu Andini Desiyanti Laksmi
Fakultas Ekonomi, Universitas Mahendradatta Denpasar
e-mail: angel0n3arth@gmail.com

Abstract *- Digital marketing is a promotional activity and market search through digital media online by utilizing various means such as social networking. The purpose of this research is to increase knowledge and skills about digital marketing, especially social media, for Small and Medium Enterprises (SMEs) business people to increase their sales and profits. Attended by UMKM participants from Renon Village, South Denpasar District, Bali, the methods used in this activity were; first, an explanation using a power point slide and an LCD projector; second, sharing experiences and discussions; and finally, the direct practice of creating social media accounts (Facebook and Instagram) and how to make them attractive to buyers (images, words, stories, etc.). The results show that some business actors are actively using social media as their promotional tool and they have not separated their online store accounts from their personal accounts, some other people use them occasionally, and the rest of the participants never use social media marketing due to a lack of technology skills. All participants showed great interest in using social media marketing on a continuous basis.*

Keywords— Digital Marketing, MSMEs, Social Media

PENDAHULUAN

Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertum-buhan kepemilikan *smartphone* yang menyediakan kemudahan akses inter-net, perbaikan infrastruktur telekomu-nikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncur-kannya layanan 4G. Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat *mobile* (Utomo, 2016).

Pesatnya perkembangan tekno-logi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi *digital* (*online*). Strategi *digital marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Digital marketing adalah kegiat-an promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan

terpadu memudahkan interaksi antara produ-sen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Pembeli kini semakin mandiri dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan hasil pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Platform yang sering digunakan dalam *digital marketing* adalah media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki karakteristik yang berbeda. Ada yang sifatnya untuk pertemanan seperti Facebook, Path, Instagram, dan Twitter, ada pula yang khusus untuk mencari dan membangun relasi seperti yang ditawarkan Linkedin. Selain itu tersedia pula media yang lebih pribadi seperti *electronic mail* (*e-mail*) dan pesan teks. *Search engine* seperti Google dan Yahoo pun dapat diberdayakan. Selain itu pelaku usaha juga dapat memanfaatkan media *blog* ataupun situs pribadi.

Data yang dilansir oleh We are Social, sebuah agensi *digital marketing* di Amerika, menyebutkan bahwa platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2017 adalah Youtube (49%) dan oleh Facebook (48%). Posisi selanjutnya ditempati oleh Instagram (39%), Twitter (38%), Whatsapp (38%), dan Google (36%). Sisanya ditempati secara berurutan oleh FB Messenger, Line, Linkedin, BBM, Pinterest, dan Wechat (Kemp, 2017).

Salah satu perusahaan yang telah membuktikan keefektifan *digital marketing* adalah Acer Indonesia. Helmy Anam, General Manager Komunikasi dan Pemasaran Acer Indonesia, menyatakan bahwa terjadi kenaikan yang luar biasa di Facebook dan *blogger engagement* Acer Indonesia mencapai lebih dari 130% yang menempatkan Acer Indonesia pada posisi pertama dilihat dari *"share of voice"*(Rahayu, 2012). Ia juga menambahkan bahwa *digital marketing* merupakan cara komunikasi dua arah yang tidak hanya dapat menimbulkan *awareness*, namun dapat pula meningkatkan *engagement* masyarakat terhadap merek Acer.

Sri Widowati, Country Head Facebook Indonesia, menyampaikan bahwa pengguna Facebook di Indonesia membuka halaman Faceboook milik mereka rata-rata 80 kali sehari (Utomo, 2016). Ia juga mengungkap data bahwa sebanyak 45% pengguna internet di Indonesia lebih suka berbelanja secara *online*. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Hal ini mencerminkan perilaku masyarakat Indonesia yang semakin mengarah ke gaya hidup digital. Namun peluang ini sepertinya

tidak diikuti oleh perubahan perspektif mayoritas perusahaan dan individu yang terlibat dalam dunia *digital marketing*. Meski perusahaan besar, kecil, maupun individu kini sudah mulai menggunakan digital dan media sosial sebagai salah satu alat berpromosi atau mendekatkan diri kepada konsumen, namun sayangnya jumlahnya masih sangat terbatas.

Pemanfaatan pemasaran melalui media digital (*digital marketing*) masih belum maksimal jika dibandingkan dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet yang drastis. Berdasarkan hasil riset McKinsey, baru sekitar 30% usaha di Indonesia yang menggunakan instrumen digital dalam mengembangkan usahanya (Supriadi, http://www.marketing.co.id, 2016). Melihat hal ini, dapat kita simpulkan bahwa potensi *digital marketing* di Indonesia masih sangat besar.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam laju ekonomi Indonesia terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan rumah tangga yang mendukung pendapatan rumah tangga. Keberadaan UMKM diharapkan mampu memacu perekonomian di tengah perlambatan ekonomi yang terjadi saat ini. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital (*digital marketing*) memberikan harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi.

Era digital memang tidak mungkin untuk dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembang-an digital (Maulana, 2017). Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online* dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara *online* pula. Media sosial merupakan suatusarana *digital marketing* yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sebelum sebuah usaha memiliki situs, tidak jarang kita menemukan terutama di pasar seperti Indonesia bahwa mereka telah memulai memasu-ki ranah dunia maya melalui media sosial. Hal ini dapat menjadi stimulant perkembangan kewirausahawanan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (*engage*) calon konsumen. Oleh karena itu tidak heran bahwa pelaku usaha justru lebih menitikberatkan peman-faatan media sosial dibanding dengan pengembangan sebuah situs.

Para pelaku UMKM tersebut terhadang kendala masih minimnya pengetahuan terhadap *digital marketing* dan *electronic commerce (e-commerce).* Potensi pemanfaatan *digital marketing* ini mengharuskan masyarakat untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan

pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan bisnisnya.

Penulis tertarik untuk mengkaji sejauh mana pemanfaatan *digital marketing* yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM di Kelurahana Renon, Kecamatan Denpasar Selatan, Bali.

Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas,maka dapat diidentifikasi terdapat permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadi peralihan tren pemasaran dari konvensional (*offline*) ke digital (*online*).
2. Jumlah pelaku usaha khususnya UMKM yang memanfaatkan *digital marketing* tidak sebanding dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet.
3. Masih sedikit pelaku UMKM yang tidak paham bagaimana cara melakukan digital marketing dengan memanfaatkan jejaring sosial.

Identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas membawa kita ke perumusan masalah berikut:

1. Sejauh mana pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing bagi usaha mereka?

2. Sejauh mana kemampuan pelaku UMKM dalam mempraktikkan digital marketing dengan memanfaatkan jejaring sosial?

Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya digital marketing bagi usaha mereka;
2. Mengajarkan praktik digital marketing dengan memanfaatkan jejaring social kepada pelaku UMKM.

Kompetensi yang diharapkan tercapai dari kegiatan ini adalah:

1. Pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM yang menjadi peserta akan pentingnya digital marketing bagi usaha mereka;
2. Kemampuan pelaku UMKM yang menjadi peserta dalam mempraktikkan digital marketing dengan memanfaatkan jejaring sosial.

Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat yangdiperoleh dari kegiatan ini adalah:

a. Peserta

   1. Pelaku UMKM yang menjadi Peserta menjadi tahu dan paham akan pentingnya digital marketing bagi usaha mereka;
   2. Pelaku UMKM yang menjadi peserta dapat mempraktikkan secara langsung digital marketing dengan peranakan jejaring sosial;

3. Pelaku UMKM yang menjadi peserta dapat terinspirasi dan termotivasi untuk menggunakan digital marketing sebagai sarana komunikasi dan promosinya.

b. Tim Pengabdian Masyarakat

1. Memberikan kontribusi pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh instruktur;

2. Memahami praktik langsung pemanfaatan jejaring social dalam rangka peralihan cara promosi UMKM dari konvensional menuju digital marketing.

KAJIAN TEORETIS

Digital Marketing

Teknologi digital saat ini telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi,bertindak,dan mengambil keputusan. Aktivitas pemasaran puntak lepas dari pengaruh teknologi digital. Istilah pemasaran berbasis digital (digital marketing) telah mengalami evolusi dari awalnya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang menggunakan saluran digital hingga pengertian yang lebih luas yaitu proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, mempromosikan merek, memelihara konsumen, dan meningkatkan penjualan.

Konsep *digital marketing* berasal dari internet dan mesin pencari (*search engines*) pada situs. Ketika penggunaan internet meledak di tahun 2001, pasar didominasi oleh Google dan Yahoo sebagai *search engine optimization* (SEO). Penggunaan pencarian melalui internet berkembang pada tahun 2006 dan pada tahun 2007 penggunaan perangkat *mobile* meningkat drastis yang juga meningkatkan penggunaan internet dan masyarakat dari berbagai penjuru dunia mulai berhubungan satu sama lain melalui media sosial (Khan & Siddiqui, 2013).

Definisi *digital marketing* menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berke-pentingan lainnya (Kannan & Hongshuang, 2016). Chaffey (2013) mendefinisikan *digital marketing* sebagai penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen dengan cara menyesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Sawicky (2016) mengartikan *digital marketing* sebagai eksploitasi terhadap teknologi digital yang digunakan untuk menciptakan suatu saluran untuk mencapai resipien potensial untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemenuhan kebutuhan konsumen yang lebih efektif. *Digital marketing* didefinisikan juga sebagai kegiatan pemasaran yang

menggunakan media berbasis internet (Wardhana, 2015). Internet adalah alat yang cukup berpengaruh untuk bisnis. Roger dalam Rahardjo (2011) mengungkapkan ciri-ciri internet adalah sebagai berikut:

1. *Interactivity*, kemampuan perang-kat teknologi memfasilitasi komu-nikasi antar individu seperti bertatap muka langsung. Komuni-kasi terjalin sangat interaktif sehingga para partisipan bisa berkomunikasi dengan lebih akurat, efektif, dan memuaskan.
2. *Demassification*, pesan dapat dipertukarkan kepada partisipan yang terlibat dalam jumlah besar.
3. *Asynchronous*, teknologi komuni-kasi mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu yang dikehendaki setiap peserta.

Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai konsumen dan membangun hubungan yang lebih personal. Zhu dan Chen (2015) membagi media sosial ke dalam dua kelompok sesuai dengan sifat dasar koneksi dan interaksi:

1. *Profile-based*, yaitu media sosial berdasarkan profil yang fokus kepada anggota individu. Media sosial kelompok ini mendorong koneksi yang terjadi karena individu tertarik kepada pengguna media sosial tersebut (e.g. Facebook, Twitter, WhatsApp).
2. *Content-based*, yaitu media sosial yang fokus kepada konten, diskusi, dan komentar terhadap konten yang ditampilkan. Tujuan utamaya adalah menghubungkan individu dengan suatu konten yang disediakan oleh profil tertentu karena individu tersebut menyukainya (e.g.Youtube, Instagram, Pinterest).

Media sosial telah membuka pintu bagi pelaku usaha untuk berkomunikasi dengan jutaan orang mengenai produk mereka dan telah menciptakan peluang pemasaran baru.

Pemanfaatan *Digital Marketing* oleh Pelaku UMKM

Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya (Stelzner, 2012).Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi dan teknologi dari Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Stockdale, Ahmed, & Scheepers, 2012).

Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi *online* tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (*engage*) masyarakat. Dalam konteks bisnis, *people engagement* dapat mengarah kepada penciptaan profit.

Wardhana (2015) menemukan bahwa strategi *digital marketing* berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Strategi tersebut terdiri dari:

1. Ketersediaan informasi produk dan panduan produk;
2. Ketersediaan gambar-gambar seperti foto atau ilustrasi produk;
3. Ketersediaan video yang mampu memvisualisasikan produk atau menampilkan presentasi pendukung;
4. Ketersediaan lampiran dokumen-dokumen yang berisi informasi dalam berbagai format;
5. Ketersediaan komunikasi *online* dengan pengusaha;
6. Ketersediaan alat transaksi dan variasi media pembayaran;
7. Ketersediaan bantuan dan layanan konsumen;
8. Ketersediaan dukungan opini *online*;
9. Ketersediaan tampilan testimonial;
10. Ketersediaan catatan pengunjung;
11. Ketersediaan penawaran khusus;
12. Ketersediaan sajian informasi terbaru melalui SMS-blog;
13. Kemudahan pencarian produk;
14. Kemampuan menciptakan visibilitas dan kesadaran merek;
15. Kemampuan mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru;
16. Kemampuan penguatan citra merek yang diterima oleh konsumen.

Pemanfaatan *digital marketing* memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan;
2. Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan tindakan koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai;
3. Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional;
4. Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis;
5. Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu;
6. Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian *online*;
7. Kampanya bisa dipersonalisasi;
8. Bisa melakukan *engagement* atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menum-buhkan kepercayaan konsumen.

Di sisi lain, *digital marketing* pun memiliki kelemahan, di antaranya:

1. Mudah ditiru oleh pesaing;
2. Dapat disalahgunakan oleh pihak-pihak tidak bertanggung jawab;
3. Reputasi menjadi tidak baik ketika ada respon negatif;
4. Belum semua orang menggunakan teknologi internet/digital.

Stockdale, Ahmed, dan Scheepers (2012) berhasil mengidentifikasi *business value* dari penggunaan media sosial bagi UMKM, seperti:

1. Terciptanya saluran pemasaran yang berkelanjutan;

2. Kenaikan pendapatan jangka pendek dan penjualan jangka panjang;
3. Penurunan biaya *advertising* hingga 70%;
4. Reduksi dalam biaya pemasar - an secara keseluruhan;
5. Terciptanya *competitive advantage*;
6. Kemudahan promosi lintas *platform* media sosial;
7. Peningkatan popularitas merek dan produk;
8. Pengenalan organisasi atau perusahaan ke masyarakat.

Sosialisasi strategi *digital marketing* dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

METODOLOGI

Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka atau tahapan dalam kegiatan sosialisasi ini adalah sebagai berikut:

Analisis Kebutuhan

Berdasarkan diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada program kegiatan ini, masyarakat khususnya pelaku UMKM memerlukan program kegiatan ini dengan pertimbangan, kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya *digital marketing* bagi usaha mereka; Kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam mempraktikkan *digital marketing* dengan memanfaatkan jejaring sosial.

Rancangan Instruksional

Dalam menentukan rancangan instruksional ini perlu dipertimbangkan aspek-aspek berikut:

1. Isi materi program kegiatan yang relevan dengan kebutuhan mereka. Tim pengabdian masyarakat ini telah memetakan kebutuhan materi keseluruhan bagi pelaku UMKM yang dibagi dalam dua materi kegiatan yangdijelaskan pada bagian materi kegiatan.
2. Latar belakang pelaku UMKM seperti usia, jenis kelamin dan sebagainya.
3. Jenis usaha dan lama usaha yang digeluti.

Tahap Pengembangan

Pada kegiatan ini, tim pengabdian masyarakat berupaya mengembangkan kegiatan baik dalam hal penyampaian materi kegiatan, praktik,maupun tanya jawab atas materi yang disampaikan.

Realisasi Pemecahan Masalah

Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 1 Maret 2020 bertempat di Kantor Kepala Desa Renon. Jl. Tukad Balian 109 Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Waktu yang dialokasikan untuk kegiatan adalah lima jam. Kegiatan berlangsung jam 09.00 – 14.00 WIB.

Khalayak Sasaran

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini sebanyak 13 orang pelaku UMKM di bertempat tinggal di sekitar Kelurahan Renon, Denpasar Selatan,Bali Seluruh peserta berjenis kelamin wanita dengan rentang usia 30 tahun hingga 51 tahun. Wanita dipilih sebagai sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dalam rangka membantu pemberdayaan wanita Indonesia terutama di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain itu, pada umumnya wanita lebih tidak tanggap terhadap kemajuan teknologi dibandingkan dengan pria, sehingga diharapkan kegiatan ini dapat membantu pemahaman dan kemampuan praktik *digital marketing*.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada peserta kegiatan. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode penjelasan, *sharing*, tanya jawab, diskusi dan praktik.

Pada metode penjelasan, setiap instruktur menyampaikan materi terkait dan membuat tampilan visual berupa *slide power point* yang ditampilkan ke layar dengan alat LCD proyektor. Modul ringkas kegiatan dan alat tulis dibagikan kepada peserta kegiatan agar peserta memiliki pegangan untuk dibaca yang dapat langsung ditambahkan dengan catatan-catatan yang mereka perlukan. Instruktur dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur "sharing" atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan *digital marketing* dalam promosi bisnis yang dimiliki instruktur sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta.

Pada metode praktik, peserta membawa perangkat elektronik (*smartphone)* mereka yang tersambung ke internet untuk sama-sama berlatih *digital marketing*. Peserta diajarkan bagaimana cara membuat akun media sosial, cara membuat materi *posting* yang menarik dan mudah dicari, dan kapan harus mengunggah *post*.

Materi Kegiatan dan Instruktur

Pada sesi awal, peserta diberikan penjelasan mengenai apa itu *digital marketing*, perkembangan *digital marketing* secara umum, keunggulan serta kelemahan dari pemanfaatannya. Dijelaskan pula media-media yang dapat digunakan untuk pemasaran secara digital untuk kemudian fokus kepada media sosial. Sesuai dengan hasil riset yang menyatakan Facebook dan Instagram berada pada peringkat dua dan tiga media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, kedua *platform* media sosial ini kemudian dipilih sebagai media sosial yang dibahas dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

Pada sesi selanjutnya, peserta diajarkan cara membuat akun Facebook serta akun *page* Facebook. Setelah akun terbuat, peserta dijelaskan mengenai simbol-simbol yang terpampang di halaman beranda Facebook. Di sini pun diberikan arahan mengenai cara-cara

mengunggah foto dan mengedit profil. Setelah itu peserta diajarkan langkah-langkah cara membuat *pages* pada Facebook. *Pages* dibutuhkan jika pemasaran ingin dilakukan secara serius. Peraturan Facebook melarang akun personal utk digunakan berjualan, selain itu pertemanan hanya terbatas untuk 5,000 orang. Sementara itu, *pages* Facebook memungkinkan *followers* yang tak terbatas, sifatnya untuk konsumsi publik, orang tidak perlu mendapat persetujuan untuk menjadi teman mengikuti berita terbaru dari kita.Setelah selesai dengan Facebook, penjelasan dilanjutkan ke pembuatan akun Instagram. Langkah-langkahnya hampir sama dengan pembuatan akun Facebook. Di sini juga diajarkan cara

mengunggah dan mengedit foto, serta hal-hal lain yang berkaitan.

Beberapa tips diberikan untuk membuat *postingan* yang menarik, seperti penggunaan foto beresolusi tinggi agar gambar tetap jelas ketika diunggah, penggunaan tanda pagar (*hashtag*) yang relevan dan jelas, keterangan (*caption*) yang menarik yang biasanya memiliki inti cerita sendiri, dan pemilihan jam yang tepat untuk pengunggahan berita atau foto (pagi hari sekitar pukul 7-9, siang sekitar pukul 12-14, sore dan malam hari sekitar pukul 17-21), pengaturan jeda waktu "*postingan*".

Sesi terakhir kegiatan adalah tanya jawab tentang hal-hal yang masih belum dipahami oleh peserta, atau sekedar berkonsultasi dan meminta tips tentang *digital* marketingyang sesuai untuk bisnis yang sedang mereka jalankan. Materi kegiatan yang disampaikan serta instruktur pada program kegiatan ini dirangkum pada tabel1

Tabel 1. Materi Kegiatan dan Instruktur

NO	MATERI	WAKTU
1	Pembukaan dan sambutan	30 Menit
2	Sosialisasi *Digital Marketing*	60 Menit
3	Pemanfaatan *Digital Marketing* bagi pelaku UMKM melalui aplikasi media sosial	120 Menit
4	*Sharing*, tanya jawab, diskusi	90 Menit
	Total Alokasi Waktu	**300 Menit/ 5 Jam**

Tabel 2. Data Peserta Kegiatan

No.	Nama	Usia	Usaha	Nama Usaha	Lama Usaha	*Social Media Marketing*
1.	Doni	31 tahun	Kedai Kopi	Bravery Coffee	2 tahun	Facebook, Instagram
2.	Komang Indrayanti	40 tahun	Katering,	Catering Ayu	5 tahun	Facebook, WhatsApp
3.	Nyoman Pager	43 tahun	Jual Lawar	Warung Nyoman	3 tahun	-
4.	Dewi Puspa	30 tahun	Jual Baju	Dewi Butik	2 tahun	Facebook, Instagram,
5.	Yuyun	40 tahun	Titip jual kue basah tradisional	Toko Kue Ayu	2 tahun	Grup WhatsApp
6.	Komang Febria	40 tahun	Jual Nasi Jinggo	-	1 tahun	-Whatsapp
7.	Yulia	31 tahun	Jual Nasi Jinggo	-	1 tahun	
8.	Merry	30 tahun	Jual Jajan Bali	-	5 tahun	
9.	Yeni	40 tahun	Penyalur tas	-	2 tahun	Pernah OLX dan Facebook
10.	Sulis	30 tahun	Baju anak	Sulis Kids	2 tahun	-
11.	Ningsih	47 tahun	Penyalur mentah	sosis -	5 bulan	-
12.	Suryani	44 tahun	Kantin makanan	Kantin Hijau	1 tahun	
13.	Risky	40 tahun	MLM Herbal	Herbal HPAI	5 bulan	-

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta yang hadir sebanyak 13 orang, melebihi target awal 10 orang. Seluruh peserta berjenis kelamin wanita, berusia antara 30 hingga 51 tahun. Produk usaha mereka bervariasi dari mulai makanan, baju, tas, kue, hingga produk jasa seperti penulis cerita anak. Mereka telah menjalankan usaha selama 5 bulan hingga yang terlama 5 tahun. Dari 13 orang peserta, baru 2 orang yang telah menggunakan media sosial secara aktif untuk memasarkan produk mereka. *Platform* media sosial utama yang mereka gunakan adalah Facebook karena *platform* ini yang paling familiar bagi mereka. Sebanyak 2 orang peserta lain pernah menggunakan media sosial untuk pemasaran produknya namun tidak mereka tekuni. Selain menganggap penggunaan *digital marketing* cukup sulit, mereka juga merasa tidak banyak transaksi aktuaL yang terjadi dibandingkan dengan berjualan langsung. Sebanyak 9 orang peserta lainnya belum pernah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Mereka enggan untuk mencoba karena tidak paham produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. *Digital marketing* juga merupakan cara komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan *awareness* dan *engagement* masyarakat terhadap produk dan merek tertentu.*Platform* yang sering digunakan untuk *digital* dengan cara pembuatan dan penggunaannya, meski ada pula yang merasa usahanya tidak membutuhkan pemasaran secara digital.

Meski media sosial belum dimanfaatkan secara optimal, tapi para pelaku UMKM ini telah menggunakan media digital lain untuk proses transaksi. Mereka menggunakan aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp dan Messenger untuk bertukar pesan, promosi, dan bertransaksi, serta menggunakan transfer elektronik (*mobile banking*, *internet banking*) untuk melakukan pembayaran.

SIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan teknologi digital telah memengaruhi semua aspek kegiatan manusia, termasuk pemasaran. Pemasaran berbasis digital digunakan untuk memperoleh konsumen, membangun preferensi mereka, promosi merek, memelihara konsumen, serta meningkatkan penjualan yang pada akhirnya meningkatkan profit.*Digital marketing* memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai *marketing* adalah media sosial, terutama Facebook dan Instagram.

Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM yang menggunakan *digital marketing*, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia.

Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi digital menjadi harapan bagi UMKM untuk berkembang menjadi pusat kekuatan

ekonomi. UMKM dapat menggunakan media sosial sebagai sarana *digital marketing*. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen.

Minimnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai *digital marketing* menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Jika pelaku UMKM paham akan pentingnya *digital marketing* bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, diperoleh wawasan bahwa sesungguhnya para pelaku UMKM tertarik untuk menggunakan *digital* marketing dna memanfaatkan media sosial secara optimal, namun mereka menghadapi beberapa kendala. Kendala yang dihadapi contohnya adalah kurangnya pemahaman mengenai pentingnya *digital* marketing, kurangnya pengetahuan mengenai teknologi informasi dan komunikasi serta cara-cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang baik, tidak sabar ingin segera mendapat hasil, serta kurangnya pemahaman untuk menciptakan "*postingan*" yang menarik.

Saran yang dapat disampaikan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat adalah pelatihan-pelatihan semacam ini perlu lebih sering dilaksanakan untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai *digital marketing* dan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat dan mengelola akun media sosial, materi yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan.

Di sisi lain, pelaku UMKM harus menumbuhkan keberanian untuk mencoba hal yang baru, berlaku profesional, dan sabar menunggu hasil sambil terus berkreasi. Dalam hal *digital marketing* dengan media sosial, pelaku UMKM sebaiknya:

1. Membuat akun media sosial untuk usaha yang terpisah dari akun pribadi;
2. Membuat nama akun yang sederhana, mudah diingat, menjelaskan tentang usahanya, dan memiliki nama yang sama dengan *platform*
3. media sosial lain yang digunakan;
4. *Post* secara berkala dan rutin, disesuaikan dengan "*golden moment*";
5. Usahakan setiap *post* selalu berkaitan dengan usaha;
6. Buatlah tanda pagar (*hashtag*) unik yang mencirikan usaha kita dan gunakan itu di setiap *post*;
7. Jawab segala pertanyaan yang ditanyakan oleh *follower* untuk menandakan bahwa akun aktif.

Selain itu, perlu dukungan pula dari pemerintah misalnya kerja Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) bekerja sama dengan Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Teknologi mengadakan pelatihan-pelatihan semacam ini, membuat komunitas bagi para pelaku UMKM untuk saling berinteraksi dan berbagi tips dan trik untuk *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

Kannan, P. K., & Hongshuang, L. (2016). Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. International Journal of Research in Marketing . Kemp, S. (2017, February 16).

Retrieved February 18, 2017, from http://wearesocial.com/: http://wearesocial.com/blog/2017/02/digital-southeast-asia-2017

Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The Importance of Digital Marketing: An Exploratory Study to Find The Perception and Effectiveness of Digital Marketing amongst The Marketing Proffesionals in Pakistan. Journal of Information Sytems and Operations Management ,

1-8. Maulana, Y. (2017, 2 6). http://swa.co.id/swa/csr-corner/. Retrieved 2 17, 2017, from http://swa.co.id/: http://swa.co.id/swa/csrcorner/yuswohady-ukm-harusmanfaatkan-perkembangan-digital Rahayu, E. M. (2012, March 19). http://swa.co.id/swa/trends/marketing/. Retrieved February 17, 2017, from http://swa.co.id/: http://swa.co.id/swa/trends/marketing/digital-marketing-carakomunikasi-dua-arah-acer

Stelzner, M. (2012, April). How Marketers are Using Social Media to Grow Their Business.

Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying Business Value from The Use of Social Media: An SME Perspective. Pacific Asia Conference on Information Systems. Association for Inforamtion System Electronic Library.

Supriadi, C. (2016, November 16). Retrieved February 18, 2017, from http://www.marketing.co.id: http://www.marketing.co.id/dukung-wirausaha-wanita-lewat-aplikasi-dbsbusinessclass/

Supriadi, C. (2016, October 21). Retrieved February 18, 2017, from http://www.marketing.co.id/: http://www.marketing.co.id/menkop-puspayoga-ukm-harus-manfaatkaninternet/

Utomo, R. M. (2016, October 20). http://m.metrotvnews.com/teknologi/newsteknologi/. Retrieved February 17, 2017, from metrotvnews.com: http://m.metrotvnews.com/teknologi /news-teknologi/GNGyEMrkpemanfaatan-digital-marketing-diindonesia-masih-minim

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia.

PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK, DISILPIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BALI ADVENTURE TOURS

Ida Ayu Komang Juniasih[1], Ni Luh Ari Artini[2]
[1,2]STIMI Handayani Denpasar
Email:idaayukomangjuniasih@gmail.com;ariartini094@gmail.com

ABSTRACT: *This study aims to determine the effect of intrinsic motivation, work discipline, and work environment on employee performance at PT Bali Adventure Tours. The population in the study were all employees of PT Bali Adventure Tours, totaling 109 respondents. Methods of data analysis using Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Test, and Hypothesis Test (t test). Based on the results of the analysis, it shows that intrinsic motivation has a significant positive effect on the performance of PT Bali Adventure Tours employees as indicated by the t-count value of 1.204 sig 0.001 and a significant value less than ¬a = ¬ 0.05 (0.001 <0.05). Work discipline has a significant positive effect on the employee performance of PT Bali Adventure Tours, indicated by the t-count value of 2.598 sig 0.001 and a significant value less than a = 0.05 (0.001 <0.05). The work environment has a significant effect on the employee performance of PT Bali Adventure Tours, indicated by the t-count value of 5.035 sig 0.000 and a significant value less than a = 0.05 (0.000 <0.05).*

The conclusion is that all independent variables have a positive and significant effect on the dependent variable. From the analysis, work environment variables have the most dominant influence on performance variables.

Keywords: *Intrinsic Motivation, Work Discipline, Work Environment, and Employee Performance*

PENDAHULUAN

Perusahaan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas, terutama di era globalisasi sekarang ini. Sumber daya manusia dalam hal ini karyawan selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi karena manusia sebagai perencana, pelaku serta penentu terwujudnya tujuan organisasi. Penggunaan tenaga kerja yang efektif dan terarah merupakan kunci kearah peningkatan kinerja karyawan sehingga dibutuhkan suatu kebijakan perusahaan untuk penggerak karyawan agar mau bekerja lebih produktif sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Kinerja sebagai perwujudan perilaku kerja seorang karyawan yang ditampilkan sebagai prestasi kerja sesuai dengan peranannya dalam sebuah perusahan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini menandakan kinerja pegawai sebagai penentu keberhasilan serta kelangsungan hidup organisasi. Dalam setiap organisasi, manusia merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam menghidupkan organisasi tersebut. Hal ini harus didukung dengan kinerja yang baik pula karena tanpa kinerja yang baik, organisasi tidak akan mencapai tujuannya. Menurut Mangkunegara (2000:67) Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Kinerja seseorang dipengaruhi oleh motivasi untuk melakukan suatu pekerjaan dengan baik. Menurut Sondang Siagian (2003:138) motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengarahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau ketrampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Hadari Nawawi (2003:359) motivasi dibedakan menjadi dua bentuk motivasi, yaitu motivasi intriksik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah pendorong kerja sebagai individu, berupa kesadaran mengenai pentingnya atau manfaat akan pekerjaan yang akan dilaksankannya. Sedangkan motivasi ekstrinsik pendorong kerja yang bersumber dari luar diri pekerja sebagai individu berupa suatu kondisi yang mengharuskannya melaksanakan pekerjaan secara maksimal.

Hal tersebut menunjukkan bahwa motivasi intrinsik merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kinerja, sehingga penting untuk diteliti. Wawan Prahiyana dan Nopiyana (2014), menghasilkan penelitian bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Fakhrian, dkk (2015), menghasilkan penelitian bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan Hastuti Dan Risma (2010), menghasilkan penelitian bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja.

Keberhasilan suatu perusahaan tidak saja ditentukan oleh motivasi intriksik kerja karyawan, tetapi juga harus didukung dengan adanya disiplin kerja yang tinggi. Karena kurangnya disiplin karyawan dalam bekerja dapat mengakibatkan kerugian bahkan jatuhnya perusahaan tersebut. Begitu juga apabila tanpa disiplin karyawan yang baik, maka sulit bagi sebuah perusahaan mencapai hasil yang optimal.

Menurut Veithzal Rivai (2009:825) disiplin kerja merupakan suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma – norma sosial yang berlaku. Dalam penelitian terdahulu menurut Rio Sanjaya (2016) menghasilkan penelitian bahwa disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja, sedangkan Kezia Alfarika (2015) menghasilkan penelitian sebaliknya bahwa disiplin kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja.

PT. Bali Adventure Tours merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan wisata petualangan yang selama 30 tahun mampu bersaing di industri pariwisata yang menangani wisatawan yang berasal dari negara kawasan Asia bahkan Eropa. Perusahaan ini berlokasi di kawasan Denpasar Selatan. Untuk memberikan jasa pelayanan perjalanan wisata petualangan ke Bali dengan baik, peningkatan kinerja pegawai PT. Bali Adventure Tours dapat dilihat dari jumlah tamu yang memesan setiap bulannya.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan PT. Bali Adventure Tours Tahun 2019

No.	Bulan	Wisatawan Pribadi	Wisatawan Group	Jumlah Wisatawan	Jumlah Persentase (%)
1.	Januari	600	1444	2044	
2.	Februari	525	1211	1736	-15,07
3.	Maret	300	801	1101	-31,07
4.	April	267	650	917	-9,00
5.	Mei	152	836	988	3,48
6.	Juni	412	693	1105	5,72
7.	Juli	256	824	1080	-1,22
8.	Agustus	426	794	1220	6,85
9.	September	251	875	1126	-4,60
10.	Oktober	325	1165	1490	17,81
11.	November	489	933	1422	-3,33
12.	Desember	520	1047	1567	7,09

Sumber: PT. Bali Adventure Tours (2019)

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan bahwa adanya presentase naik turunnya jumlah wisatawan yang memesan tiap bulannya di PT. Bali Adventure Tours pada tahun 2019. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh masih kurangnya kualitas kinerja karyawan terhadap pelayanan yang diberikan kepada wisatawan sehingga mempengaruhi penjualan. Faktor lain yang mempengaruhi kinerja karyawan di PT. Bali Adventure Tours sehingga menurunnya tingkat kunjungan tamu pada tahun 2019, kurangnya disiplin kerja pada karyawan seperti adanya absensi kosong tiap bulannya yang mengakibatkan penurunan kualitas pelayanan jasa yang akan ditawarkan kepada para tamu.

Menurut Mudiartha Utama (2001:93), rata – rata tingkat absensi 2-3% perbulan masih dianggap baik, absensi 15-20 persen perbulan menunjukkan disiplin kerja yang buruk dan tidak layak di dalam perusahaan. Masih ditemukan karyawan yang masih bolos kerja tanpa ada keterangan pada saat jam kerja. Indikasi lainnya yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah lingkungan kerja. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan yang dapat mempengaruhi karyawan dalam menjalankan tugas – tugas yang ditugaskan oleh pimpinannya. Menurut Sedarmayanti (2012:21) lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi lingkungan sekitarnya, dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok. Pada penelitian terdahulu Aliyyah (2017) menghasilkan penelitian bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sedangkan penelitian terdahulu Bayu dan Corry (2017) menghasilkan penelitian sebaliknya bahwa lingkungan kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Lingkungan kerja PT. Bali Adventure Tours yang belum mendukung seperti contohnya pengadaan mesin *fotocopy* pada setiap departemen. Hal tersebut menyebabkan karyawan harus bergiliran untuk menggunakannya. Tata warna dan keindahan ruangan kantor juga mempengaruhi kenyamanan tamu yang datang berkunjung. Penggunaan tempat makan (kantin) jarang dibersihkan. Dan tidak tersedianya air minum di setiap ruangan. Dari semua penyebab – penyebab lingkungan kerja tersebut dapat ditelusuri menyebabkan kinerja pada pegawai PT. Bali Adventure Tours masih belum baik.

Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi intrinsik, disiplin kerja, lingkungan kerja, dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Bali Adventure Tours.

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Motivasi Intrinsik

Menurut Herzberg dalam Luthans (2011:160), motivasi intrinsik adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri individu tersebut, yang lebih dikenal dengan faktor motivasional. Sedangkan Suwatno (2011:175), menyatakan bahwa "motivasi intrinsik adalah motif – motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu". Dari kedua pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi intrinsik adalah motivasi yang mendorong diri seseorang untuk berprestasi yang bersumber dari dalam diri individu.

Disiplin Kerja

Menurut Rivai (2009:825) disiplin adalah suatu alat yang yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma – norma sosial yang berlaku. Asmani (2009:102) disiplin kerja adalah simbol konsisten dan komitmen seseorang dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara maksimal. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja adalah suatu keadaan tertib dimana seseorang atau sekelompok yang tergabung dalam organisasi tersebut berkehendak mematuhi dan menjalankan peraturan yang ada, baik yang tertulis maupun tidak tertulis.

Menurut Rivai (2011:444), indikator – indikator disiplin kerja adalah sebagai berikut:

a. Kehadiran
   Hal ini menjadi indikator yang mendasar untuk mengukur kedisiplinan, dan biasanya karyawan yang memiliki disiplin kerja rendah terbiasa untuk terlambat dalam bekerja.
b. Ketaatan pada peraturan kerja
   Karyawan yang taat pada peraturan kerja tidak akan melalaikan prosedur kerja dan akan selalu mengikuti pedoman kerja yang ditetapkan oleh perusahaan.
c. Ketaatan pada standar kerja
   Hal ini dapat dilihat melalui besarnya tanggung jwab karyawan terhadap tugas yang diamanahkan kepadanya.
d. Tingkat kewaspadaan tinggi
   Karyawan memiliki kewaspadaan tinggi akan selalu berhati – hati, penuh perhitungan dan ketelitian dalam bekerja, serta selalu menggunakan sesuatu secara efektif dan efisien.
e. Bekerja etis
   Beberapa karyawan mungkin melakukan tindakan yang tidak sopan ke pelanggan atau terlibat dalam tindakan yang tidak pantas. Hal ini merupakan salah satu bentuk tindakan indisipliner, sehingga bekerja etis sehingga bekerja etis sebagai salah satu wujud dari disiplin kerja karyawan.

Lingkungan Kerja

Menurut Mangkunegara (2005:17) lingkungan kerja yang dimaksud antara lain uraian jabatan yang jelas, target kerja yang menantang, pola komunikasi kerja yang efektif, iklim kerja dan fasilitas kerja yang relatif memadai. Sedarmayati (2009:21) definisi lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya di mana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok. Dari pendapat di atas, disimpulkan bahwa lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar karyawan pada saat bekerja, yang dapat mempengaruhi dirinya dan pekerjaannya saat bekerja.

Indikator Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti (2009:28) indikator – indikator lingkungan kerja yaitu sebagai berikut:

a. Penerangan/cahaya di tempat kerja
   Cahaya atau penerangan sangat besar manfaatnya bagi pegawai guna mendapat keselamatan dan kelancaran kerja, oleh sebab itu perlu diperhatikan adanya penerangan (cahaya) yang terang tetapi tidak menyilaukan. Cahaya yang kurang jelas (kurang cukup) mengakibatkan penglihatan menjadi kurang jelas, sehingga pekerjaan akan lambat, banyak mengalami kesalahan, dan pada akhirnya menyebabkan kurang

efisien dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga tujuan organisasi sulit tercapai.

b. Sirkulasi udara di tempat kerja
   Oksigen merupakan gas yang dibutuhkan oleh makhluk hidup untuk menjaga kelangsungan hidup, yaitu untuk proses metabolisme. Udara di sekitar dikatakan kotor apabila kadar oksigen dalam udara tersebut telah berkurang dan telah bercampur dengan gas atau bau-bauan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh. Sumber utama adanya udara segar adalah adanya tanaman disekitar tempat kerja. Tanaman merupakan penghasil oksigen yang dibutuhkan oleh manusia.
c. Kebisingan di tempat kerja
   Salah satu polusi yang cukup menyibukkan para pakar untuk mengatasinya adalah kebisingan, yaitu bunyi yang tidak dikehendaki oleh telinga. Tidak dikehendaki, karena terutama dalam jangka panjang bunyi tersebut dapat mengganggu ketenangan bekerja, merusak pendengaran, dan menimbulkan kesalahan komunikasi, bahkan menurut penelitian, kebisingan yang serius dapat menyebabkan kematian.
d. Bau tidak sedap di tempat kerja

Adanya bau-bauan di sekitar tempat kerja dapat dianggap sebagai pencemaran, karena dapat mengganggu konsentrasi bekerja, dan bau-bauan yang terjadi terus-menerus dapat mempengaruhi kepekaan penciuman. Pemakaian "air condition" yang tepat merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk menghilangkan bau-bauan yang mengganggu disekitar tempat kerja.

e. Keamanan di tempat kerja Guna menjaga tempat dan kondisi lingkungan kerja tetap dalam keadaan aman maka perlu diperhatikan adanya keamanan dalam bekerja. Oleh karena itu faktor keamanan perlu diwujudkan keberadaannya. Salah satu upaya untuk menjaga keamanan ditempat kerja, dapat memanfaatkan tenaga Satuan Petugas Pengaman (SATPAM).

Kinerja

Menurut Mangkunegara (2000:67) kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Wirawan (2009:5) kinerja adalah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam waktu tertentu. Sedangkan Menurut Rivai (2005:15) kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan sesuatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawab dengan hasil seperti yang diharapkan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Jadi dapat disimpulkan bahwa definisi kinerja hasil kerja karyawan baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam periode tertentu sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

Indikator – Indikator Kinerja

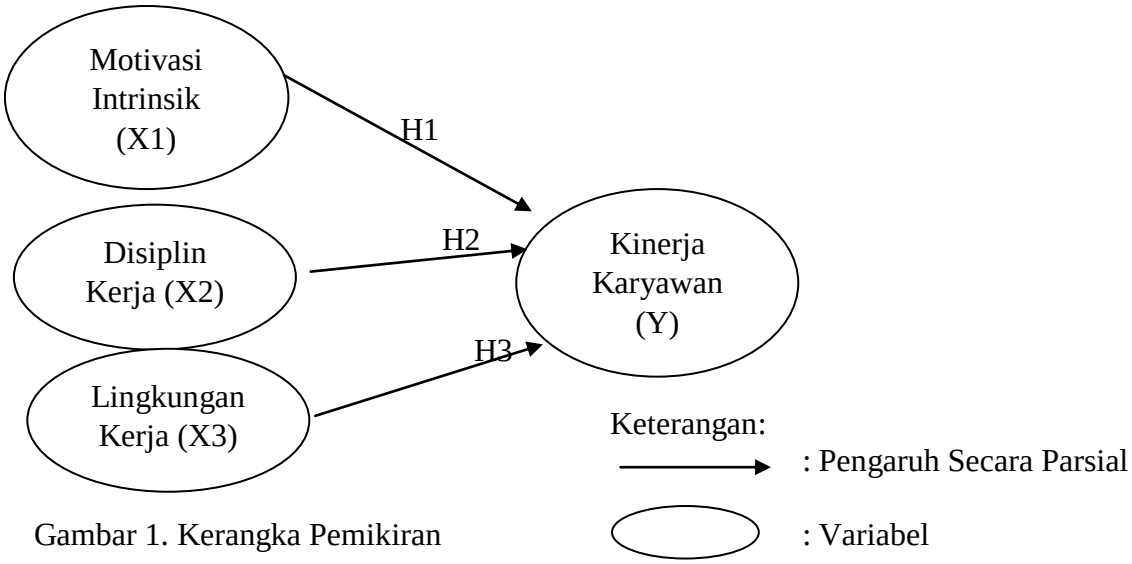
Menurut Robert L. Mathis (2006:378) untuk mengukur kinerja dapat menggunakan indikator - indikator sebagai berikut:

a. Kuantitas
   Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah

seperti jumlah unit, jumlah jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan. Kuantitas yang diukur dari persepsi pegawai terhadap jumlah aktivitas yang ditugaskan beserta hasilnya.

b. Kualitas
   Kualitas adalah ketaatan dalam prosedur, disiplin, dedikasi. Tingkat dimana hasil aktivitas yang dikehendaki mendekati sempurna dalam arti menyesuaikan beberapa cara ideal dari penampilan aktivitas, maupun memenuhi tujuan – tujuan yang diharapkan dari suatu aktivitas. Kualitas kerja diukur dari persepsi pegawai terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap ketrampilan dan kemampuan pegawai.
c. Keandalan
   Keandalan adalah kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang disyaratkan dengan supervisi minimum.
d. Ketepatan waktu
   Waktu Harus Dimanfaatkan sebaik mungkin dan secara optimal. Penundaan penggunaan waktu dapat menimbulkan berbagai konsekuensi biaya besar dan kerugian.
e. Kemampuan bekerja sama
   Kemampuan bekerja sama adalah kemampuan seorang tenaga kerja untuk bekerja bersama dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan pekerjaan yang telah ditetapkan sehingga mencapai daya guna yang sebesar–besarnya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. H1: Diduga motivasi intrinsik mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan PT. Bali Adventure Tours.
2. H2: Diduga disiplin kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan PT. Bali Adventure Tours.
3. H3: Diduga lingkungan kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan PT. Bali Adventure Tours.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian adalah motivasi intrinsik, disiplin kerja, lingkungan kerja, dan kinerja karyawan staf PT. Bali Adventure Tours. Sedangkan Subjek penelitian PT. Bali Adventure Tours yang beralamat di jalan By Pass Ngurah Rai Pesanggaran, Pemogan, Denpasar Selatan. Populasi penelitian Menurut (Sugiyono, 2010:61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan definisi di atas, maka populasi berjumlah populasi sebanyak 109 orang karyawan yang semuanya dijadikan sampel penelitian metode *sampling jenuh* atau sensus. Sugiyono (2009:124), sampling jenuh adalah penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

Jenis Data adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data, adalah data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah: observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi (Umar, Husein. 2005:83).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif dengan statistik inferensial. Data kuesioner diolah menggunakan bantuan program *SPSS* versi 20. Adapun tahapan teknik analisis data sebagai berikut:

Uji Instrumen Penelitian

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir - butir pertanyaan yang ada dalam sebuah kuesioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliabel. Jika butir tersebut sudah bisa untuk mengukur faktornya

Uji Validitas

Validasi atau valid yaitu berarti alat ukur yang digunakan penelitian untuk mengukur, mendapatkan data yang hendaknya diukur (Sugiyono, 2009:228). Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Bivariate Pearson (produk momen pearson) yaitu dengan mengkorelasi skor tiap item dengan skor totalnya. Apabila koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3 dengan tingkat kepatuhan alpha 0,05 maka indikator dikatakan valid. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{yx} = \frac{n\sum x - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x^2)][n\sum y^2 - (\sum y^2)]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

y = Skor total

x = Skor jawaban setiap item

n = Jumlah responden

1) Jika pernyataan memiliki r-hitung positif dan r-hitung > r-tabel, maka butir pertanyaan tersebut valid.

2) Jika butir pertanyaan memiliki r-hitung < r-tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Uji Reliabitas

Uji reliabilitas diperlukan untuk menunjukan sejauh mana suatu alat ukur atau suatu instrumen dapat dipercaya atau diandalkan. Formula statistik yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas adalah alpha Cronbach, kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6 (Sugiyono, 2009). Secara statistik pengujian ini dapat menggunakan koefisien alpha (α) dari Cronbach yang rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{(k)}{(k-1)}\left(1 - \frac{\sum \delta_{b^2}}{\delta^2 b}\right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butiran pertanyaan atau butiran soal

$\sum \delta_{b^2}$ = Jumlah variasi butir

$\delta^2 b$ = Variabel total

Jika pertanyaan memiliki r-alpha positif dan r-alpha > r-tabel, maka butir pertanyaan tersebut reliablel.

Jika butir pertanyaan memiliki r-alpha < r-tabel, maka pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu pengaruh Motivasi Intrinsik (X1), Disiplin Kerja (X2), dan Lingkungan Kerja (X3) terhadap Kinerja Karyawan (Y) pada PT. Bali Megah Wisata Tours & Travel.

Adapun rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2008: 258):

Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3

Keterangan :

Y : Variabel dependent (kinerja karyawan)

a : Nilai konstan

b1 : Koefisien regresi dari X1

b2 : Koefisien regresi dari X2

b3 : Koefisien regresi dari X3

X1 : Variabel independent (motivasi intrinsik)

X2 : Variabel independent (disiplin kerja)

X3 : Variabel independent (lingkungan kerja)

Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji t (t-test) dimana pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Selanjutnya pengujian ini digunakan untuk membuktikan hipotesis pertama, kedua dan ketiga dalam penelitian ini yaitu motivasi intrinsik, disiplin kerja dan lingkungan kerja secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan digunakan uji probabilitas sebagai berikut :

a. Jika nilai probabilitas atau p < 0,05 maka koefisien regresi signifikan.

b. Jika nilai probabilitas > α 5% maka koefisien regresi tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan jawaban responden atas pernyataan mengenai motivasi intirnsik (X1), disiplin kerja (X2), lingkungan kerja (X3), dan kinerja karyawan (Y) di deskripsikan sebagai berikut :

1. Motivasi Intrinsik (X1)

Tabel 2. Deskripsi Variabel Motivasi Intrinsik

No	Indikator	Total Jawaban Responden
1	X1.1 *Achievement* (Keberhasilan)	402
2	X1.2 *Recognition* (Pengakuan/Perhargaan)	367
3	X1.3 *Work it self* (Pekerjaan itu sendiri)	413
4	X1.4 *Responsibility* (Tanggung Jawab)	401
5	X1.5 *Advancement* (Pengembangan)	359

Sumber: data primer (2020)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner pada Tabel 2, maka dapat diketahui bahwa jumlah dari masing – masing indikator variabel motivasi intrinsik, dimana hasil tertinggi diperoleh sebesar 413 dari indikator X1.3 *work it self* (pekerjaan itu sendiri) dengan pernyataan responden yaitu terdorong untuk selalu mengembangkan potensi yang ada pada diri. Sedangkan hasil terendah diperoleh 359 dari indikator X1.5 *advancement* (pengembangan) dengan pernyataan responden yaitu mengerjakan pekerjaan yang menantang.

2. Disiplin Kerja (X2)

Tabel 3. Deskripsi Variabel Disiplin Kerja

No	Indikator	Total Jawaban Responden
1	X2.1 Kehadiran	407
2	X2.2 Ketaatan pada peraturan kerja	380
3	X2.3 Ketaatan pada standar kerja	419
4	X2.4 Tingkat kewaspadaan tinggi	406
5	X2.5 Bekerja etis	369

Sumber: data primer (2020)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner pada Tabel 3, maka dapat diketahui perhitungan jumlah dari masing – masing indikator disiplin kerja dimana hasil tertinggi diperoleh sebesar 419 dari indikator X2.3 ketaatan pada standar kerja dengan pernyataan para responden yaitu bekerja sesuai dengan standar kerja yang ditetapkan perusahaan. Sedangkan perolehan hasil terendah 369 terdapat pada indikator X2.5 bekerja etis dengan pernyataan para responden yaitu selalu beretika baik dalam bekerja.

3. Lingkungan Kerja (X3)

Tabel 4. Deskripsi Variabel Lingkungan Kerja

No	Indikator	Total Jawaban Responden
1	X3.1 Suasana kerja	398
2	X3.2 Hubungan dengan rekan kerja	364
3	X3.3 Tersedianya fasilitas kerja	403
4	X3.4 Penerangan/cahaya	398
5	X3.5 Sirkulasi udara	359
6	X3.6 Keamanan	403

Sumber: data primer (2020)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner pada Tabel 4, maka dapat diketahui perhitungan jumlah dari masing – masing indikator lingkungan kerja, dimana hasil tertinggi diperoleh sebesar 403 dari indikator X3.3 tersedianya fasilitas kerja dengan pernyataan para responden yaitu perusahaan menyediakan peralatan kerja dalam mendukung kelancaran kerja dan indikator X3.6 keamanan dengan pernyataan para responden yaitu adanyan petugas keamanan yang membuat karyawan merasa

aman dalam bekerja dengan hasil perolehan yang sama. Sedangkan perolehan hasil pernyataan para responden yang terendah sebesar 359 dari indikator X3.5 sirkulasi udara dengan pernyataan responden yaitu adanya fasilitas air minum di setiap ruangan.

4. Kinerja Karyawan (Y)

Tabel 5. Deskripsi Variabel Kinerja karyawan

No	Indikator	Total Jawaban Responden
1	Y1.1 Kuantitas	404
2	Y1.2 Kualitas	378
3	Y1.3 Keandalan	413
4	Y1.4 Ketepatan waktu	394
5	Y1.5 Bekerja Sama	371

Sumber: Hasil olahan peneliti (2020)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner pada Tabel 5, maka dapat diketahui perhitungan jumlah dari masing – masing indikator lingkungan kerja, dimana hasil tertinggi diperoleh sebesar 413 dari indikator Y1.3 keandalan dengan hasil pernyataan para responden yaitu menyelesaikan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab sesuai yang ditentukan perusahaan. Sedangkan perolehan hasil terendah sebesar 371 terdapat pada indikator Y1.5 dengan pernyataan para responden dalam hal mampu untuk bekerjasama dengan karyawan lain.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, menunjukan bahwa r_{hitung} pada semua variabel lebih besar dari nilai r_{tabel} , nilai r_{tabel} = 0,187. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian variabel yang digunakan adalah valid. Pada semua variabel memiliki nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tersebut reliabel, selanjutnya indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk menganalisis statistik lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam model analisis regresi linier berganda yang menjadi variabel terikatnya adalah kinerja, sedangkan yang menjadi variabel bebasnya adalah motivasi intriksik, disiplin kerja dan lingkungan kerja. Hasil regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 6, berikut;

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.795	1.588		1.13	0.001
	Motivasi Intrinsik	0.125	0.104	0.121	1.204	0.001
	Disiplin Kerja	0.254	0.254	0.243	2.598	0.001
	Lingkungan Kerja	0.438	0.438	0.454	5.035	0

Sumber: data primer (2020)

$Y = 1{,}795 + 0{,}125X_1 + 0{,}254X_2 + 0{,}438X_3$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Koefisien konstanta sebesar 1,795 menunjukkan bahwa jika motivasi intrinsik, disiplin kerja, dan lingkungan kerja konstan maka koefisien kinerja karyawan pada PT Bali Adventure Tours adalah sebesar 1,795.

b. Nilai koefisien regresi motivasi intrinsik ($X_{1)}$ atau $b_1 = 0{,}125$ mempunyai arti, jika terjadi kenaikan variabel motivasi intrinsik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan, maka kinerja karyawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,125 satuan dan sebaliknya. Dengan demikian motivasi intrinsik (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y).

c. Nilai koefisien regresi disiplin kerja (X_2) atau $b_2 = 0{,}254$ mempunyai arti, jika terjadi kenaikan disiplin kerja sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan, maka kinerja karyawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,254 satuan dan sebaliknya. Dengan demikian disiplin kerja (X_2)

memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y).

d. Nilai koefisien regresi lingkungan kerja (X_3) atau $b_3 = 0{,}438$ mempunyai arti, jika terjadi kenaikan lingkungan kerja sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan, maka kinerja karyawan akan mengalami kenaikan sebesar 0,438 satuan dan sebaliknya. Dengan demikian lingkungan kerja (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y).

e. Variabel independen yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel lingkungan kerja.

Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk membuktikan hipotesis pertama, kedua, dan ketiga dilakukan uji t, selanjutnya untuk mengetahui keberartian koefisien regresi secara parsial dengan melihat hasil regresi melalui program SPSS dengan cara membandingkan t-hitung dengan tingkat signifikansi ($t < 0{,}05$) untuk masing – masing variabel bebas.

Hasil uji t pada Tabel 5, *coefficient* diatas menunjukkan t-hitung = 1,204 untuk variabel motivasi intrinsik dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari motivasi intrinsik terhadap

kinerja karyawan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan diterima. Untuk variabel selanjutnya disiplin kerja besarnya t-hitung = 2,598 dengan tingkat signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan diterima. Selanjutnya untuk variabel lingkungan kerja besarnya t-hitung = 5,035 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan diterima.

Pembahasan

Pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja karyawan

Hasil analisis terhadap pengujian hipotesis pertama menunjukkan variabel motivasi intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Ini berarti hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi intrinsik yang dirasakan karyawan, maka kinerja karyawan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wawan Prahiawan dan Nopiyana Simbolon (2014) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa motivai intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Munparidi (2012) tidak sejalan dimana hasil penelitian bahwa motivasi intrinsik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Hasil analisis terhadap pengujian hipotesis kedua menunjukkan variabel disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Ini berarti hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi disiplin kerja yang dilakukan, maka kinerja karyawan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rio Sanjaya (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Kezia Alfarilka (2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan

Hasil analisis terhadap pengujian hipotesis ketiga menunjukkan variabel lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Ini berarti hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja pada PT Bali Adventure Tours yang baik maka kinerja karyawan semakin meningkat. Hal ini menunjukan hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu dan Corry (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Alliyyah (2017) dimana hasil penelitian menunjukkan sejalan dengan penelitian sekarang bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan.

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dalam penelitian ini mengenai motivasi intrinsik, disiplin kerja, lingkungan kerja pengaruhnya terhadap kinerja karyawan PT Adventure Tours, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi intrinsik dengan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi 0,125 yang berpengaruh positif dan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai t-hitung = 1,204 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hipotesis pertama, motivasi intrinsik berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan diterima.
2. Disiplin kerja dengan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi 0,254 yang berpengaruh positif dan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai t-hitung = 2,598 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hipotesis kedua, disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan diterima.
3. Lingkungan kerja dengan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien regresi 0,438 yang berpengaruh positif dan hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan nilai t-hitung = 5,035 dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05 berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hipotesis ketiga, lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan diterima.
4. Variabel independen yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel lingkungan kerja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dikemukakan saan-saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya ada motivasi kerja berupa pengakuan prestasi kerja karyawan seperti *the best employee*, agar terciptanya peningkatan kinerja yang lebih baik dan menjadikan motivasi bagi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya.
2. Karyawan yang kurang beretika di tempat kerja, sebaiknya pimpinan perusahaan lebih tegas dalam pengawasan, pembinaan, dan dan bila perlu memberikan sanksi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Yoeti, Oka. 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi*. Angkasa. Bandung.

Aditya. 2016. Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Razer Brothers. *Skripsi* pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

Alliyah Fauziyyah. 2017. Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja karyawan PT. Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Palembang. *Skripsi* pada Program Studi Perbankan Unversitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Asmani, Jamal Ma'mur. 2009. *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Profesional.* DIVA Press. Yogyakarta.

Bayu Dwilaksono Hanafi dan Corry Yohana. 2017. Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel

Mediasi Pada PT BNI Lifeinsurance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis,* 5 (1): 73-89.

Fakhrian Harza Maulana, dkk. 2015. Pengaruh Motivasi Intrinsik, Motivasi Ekstrinsik dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank BTN Kantor Cabang Malang. *Skripsi* pada Program Studi Ilmu Administrasi dan Bisnis. Universitas Brawijaya.

Fendi Septiawan, 2016. Motivasi Wisatawan Berkujung ke Taman Merdeka Metro. Diakses dari website https://docplayer.info/36578472-Segmentasi-wisatawan.html. Diunduh 13 Juni 2020

Gaouzali, Saydam. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Suatu Pendekatan Mikro).* Djambatan. Jakarta.

Hadari Nawawi. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P. 2009. *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah Edisi Revisi.* Bumi Aksara. Jakarta.

Hastuti Dan Risma. 2010. Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Entrinsik Terhadap Kinerja Karyawan Honorer di SMA Negeri 3 Tuban. *Skripsi* pada Program Studi Kependidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Husein, Umar. 2005. *Metode Penelitian.* Salemba Empat. Jakarta.

Kezia Alfarika Mangiri. 2015. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Astra Credit Companies Cabang Samarinda. *Skripsi* pada Program Studi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman.

Luthans. 2011. *Organizational Behavior: An Evidence-Based Approach.* McGraw-Hill. New York.

Marwansyah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Alfabeta. Bandung.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Meyers, Koen. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Unesco Office. Jakarta.

Munparidi. 2012. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Intrinsik, Pelatihan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Skripsi* pada Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Negeri Palembang.

Mudiartha Utama, I Wayan. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Udayana. Denpasar.

Nitisemito. 2000. *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia. Ed. 3*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

Riandinata, I Wayan Anggik. 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Mengunjungi Daya Tarik Wisata Pura Luhur Uluwatu di Desa Pecatu, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. *Skripsi* pada Program Studi Manajemen STIMI Handayani Denpasar.

Rio Sanjaya, M T. 2015. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Ros In Yogyakarta. *Skripsi* pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta.

Rivai, Veithzal. 2005. *Manjemen Sumber Daya Manusia*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Robert L. Mathis dan John H. Jackson. 2006. *Human Resource Management, edisi 10.* Salemba Empat. Jakarta.

Siagian, Sondang P. 2003. *Teori Dan Praktek Kepemimpinan.* PT Rineka Cipta. Jakarta.

Sumarlin, I Wayan. 2012. Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Budaya Pura Luhur Uluwatu, Kabupaten Badung. *Skripsi* pada Program Studi Manajemen STIMI Handayani Denpasar.

Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Cetakan Ketiga. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Suwatno. 2011. *Manajemen SDM Dalam Organisasi Dan Bisnis.* Alfabeta. Bandung.

Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. CV Mandar Maju. Bandung.

Wawan Prahiyana dan Nopiyana Simbolon. 2014. Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Intimas lestari Nusantara. *Jurnal* Ekonomi Universitas Esa Unggul.

Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori Aplikasi dan Penelitian*. Salemba Empat. Jakarta.

DAMPAK PERKEMBANGAN VILLA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT KELURAHAN SEMINYAK KECAMATAN KUTA, KABUPATEN BADUNG

I Nyoman Gede Pariyasa[1], I Wayan Sonder[2], Fatrisia Yulianie[3]
[1,2,3]Akademi Pariwisata (AKPAR) Denpasar
Email: [1]komangpariyasa@gmail.com, [2] sonderiwayan@gmail.com, [3]Fatrisiayulianie85@gmail.com

***ABSTRACT**: Seminyak is one of tourist destination area in Bali . The development of tourism in the Seminyak accompanied by a fairly rapid growth of villas has reach the residential areas.The existence of this phenomenon is believed impacting the social and economic life of the community. Therefore, the purpose of this study is to determine the types of impact, the factors that led to the emergence of impact and efforts to do related to the impact of un-concentrated development of villas in Seminyak area. The results showed that un-concentrated villa's developments in the Seminyak gives social and economic impact of local communities. The social impact such as improving the quality of public education, increasing solidarity between citizens, and rising crime. Impact on the economy field such as increasing employment opportunities, incomes, and also increasing the food prices. Side factor causing the emergence of social impact in terms of the influence of foreign tourists visiting, the quantity and quality of adequate educational facilities, increasing people's income, the immigrant community, location villas scattered, weak oversight of the villa, boost the economy, and the increasing influence of the surrounding environment land prices. Side factor causing the emergence of the economic impact such as growing amount of tourism infrastructure, manpower requirements at all levels, spending and the number of tourist arrivals, the high price of handicraft products, targeted changes to the traders and travelers interest in local food. Efforts to do in the field of social such as, increase security and preserve the stability of the local culture, while in the economic field is classified according to the type of target market stalls.*

Keywords: impacts, social and economic, tourism

PENDAHULUAN

Pembangunan kepariwisataan di Bali merupakan prioritas di samping pertanian dan industri kecil, dan menjadi

yang dapat menghasilkan devisa seperti hutan dan tambang, pembangunan pariwisata yang bermodalkan kebudayaan daerah semakin ditingkatkan sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam hal penerimaan devisa, meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, mendorong kegiatan ekonomi rakyat, pelestarian budaya dan keindahan alam.

andalan bagi pembangunan ekonomi daerah (Budiarti, 2005:1). Sebagai daerah yang tidak memiliki sumber daya alam

Kebijakan mengenai pemberhentian sementara pemberian rekomendasi pembangunan hotel bintang dan hotel melati di Kabupaten Badung, yand dituangkan dalam Surat Edaran Gubernur Bali No. 556.2/8702/1993 BINPPORDA, menjadikan para investor mencari celah lain untuk mengembangkan usahanya dalam industri pariwisata, yaitu salah satunya dengan membuat sarana akomodasi pariwisata

yang berbeda dengan hotel, akan tetapi kenyamanan menyerupai hotel berbintang yaitu akomodasi pariwisata yang berupa vila. Vila kemudian menjadi salah satu akomodasi pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan. Menurut *Team Tourist Study* (2006:3) pesatnya perkembangan vila disebabkan oleh terjadinya perubahan pola perjalanan wisatawan dari *mass tourism* menjadi *privateindividual* dengan pelayanan yang bersifat pribadi serta alasan keamanan (Negara, 2010:6).

Kepopuleran vila di kawasan Seminyak menjadikan perkembangan terhadap akomodasi jenis ini menyebar luas hingga merambah lokasi-lokasi pemukiman masyarakat. Hal ini menimbulkan jenis-jenis dampak yang bervariasi baik dari segi sosial maupun ekonomi.

Berdasarkan larar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: (1). Apa sajakah jenis dampak perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kelurahan Seminyak, Kecamatan Kuta? (2). Apakah faktor lain yang menyebabkan munculnya dampak perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kelurahan Seminyak, Kecamatana Kuta? (3). Apakah upaya-upaya yang dapat dilakukan dalam bidang sosial dan ekonomi dari dampak yang ditimbulkan perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kelurahan Seminyak, di Kecamatan Kuta ?

KAJIAN LITERATUR

Dampak Perkembangan Villa Yang Menyebar

Pitana dan Diarta (2009:184) menjelaskan bahwa wisatawan yang memiliki fasilitas dan berkunjung ke suatu destinasi wisata dapat dipandang sebagai konsumen sementara. Mereka datang ke daerah tersebut dalam jangka waktu tertentu, menggunakan sumber daya dan fasilitas serta biasanya mengeluarkan uang untuk berbagai keperluan, kemudian meninggalkan tempat tersebut untuk kembali ke rumah atau negaranya. Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1991), dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat dari suatu kegiatan yang berlangsung, baik bersifat positif maupun negatif. Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, yang dimaksud dengan dampak adalah akibat yang ditimbulkan dari kegiatan yang terjadi yaitu pembangunan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat baik itu bersifat positif maupun negatif.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (1991), perkembangan berarti ’’mekar, terbuka atau membentang, menjadi luas dan banyak, serta manjadi bertambah sempurna dalam hal kepribadian, pikiran, pengetahuan, dan sebagainya”. Perkembangan merupakan suatu keadaan dimana berubahnya suatu wilayah, keadaan, maupun sistem kepercayaan. Perkembangan merupakan proses yang pasti seperti orang lahir dan mati yang terjadi pada setiap makhluk, berubahnya suatu wilayah berpotensi baru menjadi tempat yang diminati, dan juga berubahnnya sikap dan keadaan suatu kegiatan yang berkesinambungan (Gautama, 2011:11). Secara singkat, perkembangan (*development*) adalah proses atau tahapan pertumbuhan ke arah yang lebih maju.

Dampak perkembangan vila yang menyebar yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah, akibat yang ditimbulkan dari adanya pembangunan

vila yang tidak terkonsentrasi pada satu area terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Dampak perkembangan vila yang menyebar dapat menjadi masalah karena perubahan yang disebabkan oleh perkembangan pembangunan selalu lebih luas daripada sasaran pembangunan yang direncanakan. Dampak perkembangan vila yang menyebar tersebut dapat bersifat positif ataupun sebaliknya bersifat negatif.

Teori Hegemoni

Hegemoni adalah sebuah rantai kemenangan yang didapat melalui mekanismekonsensus (*consenso*) dari pada melalui penindasan terhadap kelas sosial lain. Adaberbagai cara yang dipakai, misalnya melaluiyang ada di masyarakat yang menentukansecara langsung atau tidak langsung struktur-struktur kognitif dari masyarakat iu. Itulahsebabnya hegemoni pada hakekatnya adalah upaya untuk menggiring orang agar menilai dan memandang problematika sosial dalam kerangka yang ditentukan (Gramsci, dalam http://repo.isidps.ac.id/226/1/Teori Hegemoni Sebuah Kebudayaan Kontemporer). Ada tiga tingkatan yang dikemukakan oleh Gramsci, yaitu hegemoni total (*integral*), hegemoni yang merosot (*decadent*) dan hegemoni yang minimum (Femia,1981). Dalam konteks ini dapat dirumuskan bahwa konsep hegemoni merujuk padapengertian tentang situasi sosial politik. Teori ini dipergunakan untuk membahas permasalahan mengenai faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya dampak perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kelurahan Seminyak, khususnya faktor-faktor yang bersifat eksternal.

Teori Motivasi

Teori ini dikemukakan oleh A.H. Maslow tahun 1943. Teori ini juga merupakan kelanjutan dari *Human Science Theory Elton Mayo* (1880-1949) yang menyatakan bahwa kebutuhan dan kepuasaan seseorang itu jamak yaitu kebutuhan biologis dan psikologis berupa material dan nonmaterial. Dasar teori hierarki kebutuhan, ialah bahwa manusia adalah makhluk sosial yang berkeinginan. Teori ini dipergunakan untuk menjawab rumusan permasalahan yang kedua yaitu faktor-faktor yang menyebabkan munculnya dampak khususnya faktor yang berasal dari internal masyarakat sekitar, karena teori ini menegaskan bahwa kebutuhan individu masyarakat memiliki peranan yang cukup penting dalam terjadinya perubahan dalam masyarakat, sehingga menimbulkan dampak terhadap kehidupan masyarakat secara umum.

Teori Perubahan Sosial

Perubahan sosial merupakan perubahan dalam suatu struktur sosial dalam pola hubungan sosial antara lain mencakup sistem status, hubungan-hubungan dalam keluarga, sistem politik, kekuasaan dan perubahan penduduk (Bhasama, 2003:38). Pada umumnya perubahan sosial dapat terjadi karena pengaruh dari faktor internal dan eksternal. Pengaruh internal di antaranya bertambah dan berkurangnya penduduk, penemuan baru, terjadi suatu pertentangan dan revolusi masyarakat, sedangkan pengaruh dari faktor eksternal seperti bencana alam, pengaruh kebudayaan masyarakat lain, peperangan dan sebagainya. Teori ini juga dipergunakan untuk membahas permasalahan yang pertama, yaitu jenis

dampak perkembangan vila yang menyebar khususnya terhadap kondisi sosial masyarakat setempat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualiltatif dengan membahas atau mengkaji masalah perkembangan akomodasi pariwisata jenis vila di Kelurahan Seminyak. Metode kualitatif menghasilkan data deskriptif kualitatif, berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2002:3).

Untuk menentukan tingkat perubahan yang dialami, maka dilakukan pengumpulan data baik yang berupa data primer maupun data sekunder yang mengGambarkan kondisi jenis – jenis dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan fisik, sosial dan ekonomi masyarakat dalam perode tahun 2011

Pengumpulan data primer dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan ditambah informasi kualitatif dengan suatu rangkaian langkah-langkah yang dibuat secara sistematis, sehingga fenomena sosial yang disajikan dengan tabel-tabel menjadi semakin luas.

Data sekunder diperoleh dengan melakukan kajian terhadap literatur, dokumen resmi serta laporan ilmiah yang terkait dengan aktivitas pariwisata di kawasan Seminyak. Data yang diperoleh ini selanjutnya dianalisis untuk mendeskripsikan perubahan yang terjadi selama periode tersebut.

PEMBAHASAN

Jenis–jenis Dampak Pembangunan Villa yang Menyebar

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditentukan bahwa jenis – jenis dampak perkembangan vila yang menyebar di Kelurahan Seminyak terhadap kehidupan sosial dan ekonomi yaitu:

Menurunnya Kondisi Keamanan

Perkembangan pariwisata di kawasan Seminyak, memberikan peluang besar bagi masyarakat baik masyarakat lokal maupun pendatang, dimana sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang bersifat padat karya. Hal tersebut menjadikan kawasan Seminyak sebagai salah satu kawasan yang padat akan penduduk dari berbagai wilayah di Indonesia. Pembangunan vila di sekitar pemukiman warga menjadikan wilayah yang tadinya dihuni oleh penduduk yang bersifat homogen terikat dalam suatu sistem sosial lokal, menjadi heterogen oleh adanya penduduk pendatang yang bekerja ataupun bermukim di lingkungan masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh di Kantor Polisi Sektor Kuta (Polsek Kuta), maka dapat dilihat bahwa keamanan wilayah Kuta secara umum cenderung menurun meskipun tidak menunjukkan angka yang signifikan dari tahun 2006 sampai 2010. Data tersebut seperti yang terlihat pada Tabel 5.1 berikut.

Tabel 5.1
Perkembangan Keamanan Sektor Kuta
Tahun 2006 - 2010

No	Isu Keamanan	Tahun				
		2006	2007	2008	2009	2010
1	Pencurian	99	153	327	324	373
2	Pembunuhan	0	0	0	4	2
3	Penganiayaan	18	26	46	33	54
3	Narkotika	0	0	1	2	1
3	Ancaman Bom	1	0	0	1	0
Jumlah		118	179	374	364	430

Sumber : Polsek Kuta 2012

Meningkatnya Pendidikan Masyarakat

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat di Kelurahan Seminyak mengalami peningkatan yang cukup baik di setiap tahunnya, terhitung

sejak lima tahun terakhir seperti yang terlihat pada Tabel 5.2 berikut.

Tabel 5.2
Perkembangan Tingkat Pendidikan Masyarakat Kelurahan Seminyak dari Tahun 2007 – 2011

No	Tingkat Pendidikan	Tahun				
		2007	2008	2009	2010	2011
1	Belum Sekolah	723	715	715	660	690
2	Belum Lulus SD	620	611	605	540	542
3	Lulus SD	980	989	992	1.071	1.093
4	Lulus SMP	391	400	407	452	466
5	Lulus SMA	1.082	1.082	1.094	1.102	1.133
6	Diploma	70	72	73	76	88
7	Sarjana	119	123	123	123	141
Jumlah		3.985	3.992	4.009	4.030	4.153

Sumber : Kelurahan Seminyak 2012

Berdasarkan data pada Tabel 5.2 dan uraian pada halaman sebelumnya, menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata yang diiringi dengan perkembangan vila yang tersebar di sekitar masyarakat, telah memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan pendidikan masyarakat setempat. Peningkatan jumlah anggota masyarakat yang memiliki pendidikan cukup tinggi menjadi salah satu faktor penentu perkembangan Kelurahan Seminyak di masa datang, untuk memberikan pelayanan yang berkualitas serta kegiatan kepariwisataan yang berkelanjutan dan mensejahterakan masyarakat lokal.

Bergesernya Mata Pencaharian Masyarakat

Bergesernya mata pencaharian mayoritas dari masyarakat Kelurahan Seminyak terjadi setiap tahunnya seiring dengan perkembangan vila yang menyebar di kawasan ini. Penyebaran pembangunan vila secara perlahan mendorong minat wisatawan untuk mendapatkan pekerjaan yang dapat menghasilkan lebih daripada pekerjaan awal yang digeluti. Hal ini menyebabkan perpindahan sekelompok orang dari jenis mata pencaharian satu ke yang lainnya, sehingga terjadi ketidak seimbangan di dalam distribusi mata pencaharian masyarakat.

Distribusi jenis pekerjaan masyarakat secara lebih rinci dari tahun 2007 sampai tahun 2011 dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut.

Tabel 5.4
Distribusi Mata Pencaharian Masyarakat Kelurahan Seminyak, Tahun 2007 – 2011

Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)				
	Tahun 2007	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
Petani	149	146	146	120	120
Buruh Tani	30	27	24	24	20
Pegawai Swasta	3.020	3.030	3.047	3.082	3.199
Pegawai Negeri	60	61	62	62	64
Pengrajin	213	208	210	210	233
Pedagang	437	437	442	442	452
Peternak	27	28	26	26	21
Nelayan	25	29	25	25	25
Montir	17	17	18	10	9
Dokter	7	9	9	10	10
Jumlah	3.985	3.992	4.009	4.011	4.153

Sumber : Kelurahan Seminyak 2012

Terbukanya Kesempatan Kerja

Kesempatan kerja dan berusaha adalah peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang diakibatkan oleh perkembangan vila yang menyebar sebagai akibat dari perkembangan pariwisata. Kesempatan kerja muncul dari pembangunan berbagai fasilitas kepariwisataan, dimana yang paling menonjol adalah pembangunan vila yang tersebar di kawasan pariwisata Seminyak, yang memerlukan sumber daya manusia baik level operasional maupun menejerial. Selain memperluas kesempatan kerja, perkembangan vila yang menyebar inipun memberikan kesempatan untuk berusaha bagi masyarakat setempat dalam bidang pelayanan jasa pariwisata secara informal misalnya dengan berjualan berbagai macam cindera mata yang dijajakan di sepanjang jalan.

Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh atas pekerjaan yang telah dilakukan, baik pekerjaan pokok maupun

pekerjaan sampingan. Fenomena yang terjadi yaitu perubahan mata pencaharian masyarakat secara umum di Kelurahan Seminyak, juga berpengaruh terhadap perubahan penghasilan yang mengarah kepada peningkatan pendapatan.

Faktor-faktor Lain yang Menyebabkan Munculnya Dampak

Pengaruh Wisatawan Asing

Interaksi yang terjadi antara masyarakat lokal dengan wisatawan asing, secara perlahan memberikan pengaruh pada pola pemikiran masyarakat. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Moslow (1943), adanya kebutuhan yang belum terpenuhi kemudian menimbulkan motivasi untuk melakukan perubahan serta menerima pengaruh luar. Pengaruh positif wisatawan terhadap pendidikan semakin jelas terlihat, dimana pada saat wisatawan asing melakukan perjalanan wisata dan berinteraksi dengan masyarakat, mereka memberikan pengetahuan baru mengenai teknologi yang dimiliki, dimana hal tersebut terjadi secara tidak langsung melalui obrolan-obrolan secara lisan, serta pengenalan terhadap teknologi lannya, sehingga membuka wawasan masyarakat khususnya pelaku pariwisata untuk mempelajari pengetahuan tersebut.

Adanya Masyarakat Pendatang

Perkembangan vila yang menyebar di Seminyak tidak hanya melibatkan masyarakat lokal saja, melainkan penduduk luar baik dari luar Kelurahan Seminyak maupun luar pulau yang datang ke Seminyak untuk mencari pekerjaan. Berdasarkan pendapat responden mengenai pengaruh adanya masyarakat pendatang dari luar pulau terhadap tingkat keamanan, dapat dilihat bahwa sebesar 86 persen dari total responden menyatakan sangat berpengaruh, 5 persen menyatakan berpengaruh sedangkan sisanya sebesar 4 persen menyatakan tidak tahu. Hal tersebut seperti yang ditunjukan pada Tabel 5.10 berikut.

Tabel 5.10
Pendapat Responden Mengenai
Pengaruh Masyarakat Pendatang Terhadap Keamanan
Di Kelurahan Seminyak

No	Pendapat Masyarakat	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Sangat Berpengaruh	43	86
2	Berpengaruh	5	10
3	Tidak Berpengaruh	-	0
4	Tidak Tahu	2	4
Tidak Tahu		50	100

Sumber : Hasil Penelitian 2012

Meningkatnya Harga Lahan

Berdasarkan pernyataan responden, dapat diketahui bahwa harga tanah yang begitu tinggi, juga merupakan salah satu faktor pendorong masyarakat Seminyak untuk meninggalkan mata pencaharian pokoknya sebagai seorang petani kemudian mencoba bergerak di bidang jasa pariwisata dengan modal awal yang mereka peroleh dari penjualan lahan mereka.

Upaya-upaya Yang Dapat Dilakukan

Melaksanakan sistem pengamanan terpadu

Disamping aspek menejemen dan sumber daya manusia yang handal, aspek lain yang sangat berpengaruh dalam perkembangan pariwisata di suatu kawasan adalah stabilitas keamanan, untuk menimbulkan rasa nyaman bagi setiap wisatawan yang berkunjung dan menikmati liburannya. Kecenderungan penurunan tingkat keamanan di Kelurahan Seminyak dalam lima tahun terakhir dapat menjadi tantangan yang cukup serius bagi perkembangan pariwisata di kawasan ini apabila hal tersebut tidak ditangani secara benar.

Tindakan pengamanan yang bersifat terpadu dengan kerjasama dari seluruh lapisan masyarakat merupakan dukungan yang sangat diperlukan oleh pihak kepolisian untuk mewujudkan keamanan yang kondusif.

Pelestarian Kebuadayaan Setempat

Datangnya wisatawan asing ke kawasan Seminyak, yang berbekal segala bentuk kecanggihan teknologi, perbedaan kebudayaan serta gaya hidup masyarakat maju, memberikan suatu warna baru bagi perkembangan masyarakat sekitar. Interaksi yang terjadi secara intens yang di dalamnya mengandung komunikasi antara dua budaya yang berbeda yang pada ahirnya menimbulkan penyesuaian dari salah satu budaya, secara tidak disadari telah merubah kehidupan masyarakat sekitar, baik dari segi penampilan, cara berfikir, dan hal-hal kecil lainnya yang dilakukan sehari-hari oleh masyarakat. Pentingnya kearifan lokal sangat terlihat dalam proses akulturasi budaya tersebut, agar identitas diri masyarakat setempat tidak mengalami perubahan. Upaya untuk memperkuat dan melestarikan kebudayaan setempat menjadi perlu untuk dilakukan ditengah perkembangan pariwisata yang terjadi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Jenis-jenis dampak perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Kelurahan Seminyak, dapat dibagi menjadi dua kategori pokok, yaitu dampak sosial dan dampak ekonomi. Dampak dalam bidang sosial adalah, peningkatan kualitas pendidikan masyarakat dan semakin eratnya solidaritas antar masyarakat, serta meningkatnya kriminalitas. Dampak dalam bidang ekonomi yaitu meningkatnya kesempatan kerja dan berusaha, peningkatan pendapatan masyarakat dimana sekitar 30% dari total responden menyatakan memiliki pendapatan di atas tiga juta per bulan serta adanya perubahan mata pencaharian pokok masyarakat dan adanya peningkatan harga makanan di lokasi-lokasi tertentu.
2. Faktor lain penyebab dampak dalam bidang sosial dilihat dari adanya peningkatan kualitas pendidikan yaitu, pengaruh wisatawan asing yang berkunjung, kuantitas dan kualitas fasilitas pendidikan yang memadai dan meningkatnya penghasilan masyarakat. Faktor lain penyebab meningkatnya kriminalitas yaitu, adanya masyarakat pendatang,lokasi vila yang tersebar, dan lemahnya pengawasan dari pihak vila, sedangkan apabila dilihat penyebab dari perubahan pekerjaan pokok masyarakat yaitu adanya pengaruh lingkungan sekitar dan adanya peningkatan harga tanah.Faktor lain penyebab munculnya dampak dalam bidang ekonomi apabila dilihat dari adanya peningkatan peluang kerja dan kesempatan berusaha yaitu, disebabkan oleh perkembangan jumlah prasaran pariwiasta, dan kebutuhan akan tenaga kerja di semua tingkatan pendidikan. Dilihat dari faktor penyebab meningkatnya pendapatan masyarakat yaitu, adanya pengeluaran dan jumlah kunjungan wisatwan, serta tingginya harga jual produk kerajinan. Peningkatan harga makanan disebabkan oleh adanya

perubahan sasaran para pedagang, dan adanya ketertarikan wisatawan asing terhadap maskan lokal.

3. Upaya yang dapat dilakukan kaitannya dengan dampak perkembangan vila yang menyebar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat diantaranya, dengan meningkatkan stabilitas keamanan, melestarikan kebudayaan setempat, serta upaya untuk mengklasifikasikan jenis warung atau rumah makan.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2012. Perkembangan Sarana Akomodasi Pariwisata Di Kabupaten Badung. *//http: www.badungkab.go.id*

Ardika, I Wayan. 2006. *Pengelolaan Pusaka Budaya sebagai Obyek dan Daya Tarik Pariwisata Bali (dalam Bali Bangkit Kembali)*. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI dan Universitas Udayana. Denpasar.

Arikunto, Suharsini. 1985. *Metode Penelitian.* PT. Angkasa. Bandung.

Butler, R.W. 1996. The Role of Tourism in Cultural Transformation: *http://www.answers.com/topic/accomodations.*

Darmawan, I. 2002. *Pengaruh Industri Pariwisata Terhadap Ekonomi Bali*. Bali Post. 22 Oktober, hal : 8, Kol. 4

Gorda, I Gusti Ngurah. 1994. *Metoda Penelitian Ilmu Sosial Ekonomi.* Widaya Kriya Gematama. Denpasar.

Soemarlan, Ismoyo Sugiarto. 2011. *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Biaya Promosi Terhadap Online Booking Industri Vila di Seminyak*. Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana. Denpasar.

Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataan.* PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Koentjaraningrat. 1977. Metode-metode Penelitian Masyarakat. PT. Gramedia. Jakarta.

Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataan.* Alfabeta. Bandung.

Mowforth, Martin and Ian Munt. 2009. *Tourism and Sustainability*. Routledge. USA.

Moleong, L.J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif.* PT. Remadja. Bandung.

Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. ANDI. Jakarta.

Pitana, I Gede dan G. Putu Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata.* Andi Offset. Yogyakarta.

Pitana, I Gede dan Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Andi Offset. Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sidarta, I. W. T. 2002. Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Lingkungan, Sosial dan Ekonomi Masyarakat. *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang

Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta. Bandung.

Solihin. 2012. *Persepsi Wisatawan Terhadap Pelayanan Vila Di Kelurahan Seminyak, Kecamatan*

Kuta Kabupaten Badung. Denpasar: Kajian Pariwisata, Program Pascasarjana, Universitas Udayana

Wahab, Salah. 2002. Manajemen Kepariwisataan. PT. Pradnya Paramita.

Wardiyanta. 2006. *Metoda Penelitian Pariwisata*. ANDI. Yogyakarta.

Yoeti, Oka A. 2001. *Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya.* PT. Pertja. Jakarta.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Pariwisata*. PT. Angkasa. Bandung.

Tanjung, Bahdin nur dan Ardial. 2007. Pedoman Penulisan Karya *Ilmiah (Proposal,Skripsi, dan Tesis) dan Mempersiapkan Diri Menjadi Penulis Artikel*. Kencana Predana Media Group. Jakarta.

Team Tourism Field Study. 2006. Eksistensi dan Esensi Vila dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Badung. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.

Turner. B. S. 1992. *Max Weber: From History to Moderenity.* Routledge. London.

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 menyebarluaskan 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 ekslempar 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.

Template Artikel Forum Manajemen

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

Penulis1[1)], Penulis2[2)] dst. [Font Times New Roman 10 Cetak Tebal dan Nama Tidak Boleh Disingkat]
[1]NamaFakultas, namaPerguruanTinggi (penulis 1)
email: penulis _1@abc.ac.id
[2]NamaFakultas, namaPerguruanTinggi(penulis 2)
email: penulis _2@cde.ac.id

Abstract [Times New Roman 11 Cetak Tebal dan Miring]

Abstract ditulis dalam 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**.**