

Jurnal Disrupsi Bisnis



ISSN:2621-797X(cetak)
ISSN :2746-6841 (online)

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Vol. 5 No. 2, MARET 2022

Jurnal Disrupsi Bisnis

Vol. 5 No. 2, Maret 2022



Diterbitkan oleh:
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan
Telp. (021) 741 2566
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB>
e-mail: disrupsi@unpam.ac.id



UNPAM PRESS
Jurnal Disrupsi Bisnis & P-ISSN:2746-6841

| | | | | | |
|---------------------------|--------|-------|---------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Jurnal Disrupsi Bisnis | Vol. 5 | No. 2 | Halaman 92 - 175 | Tangerang Selatan November 2021 | p-ISSN:2621-797X e-ISSN:2746-6841 |
|---------------------------|--------|-------|---------------------|------------------------------------|--------------------------------------|

Jurnal Disrupsi Bisnis



ISSN:2621-797X(cetak)
ISSN :2746-6841 (online)

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

Vol. 5 No. 2, MARET 2022

Jurnal
Disrupsi Bisnis

Vol. 5

No. 2

Halaman
92 - 175

Tangerang Selatan
November 2021

p-ISSN:2621-797X
e-ISSN:2746-6841

Jurnal Disrupsi Bisnis

PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

p-ISSN 2621 – 797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493

Vol. 5, No. 2, Maret 2022 (92- 175)

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB) enam kali setahun pada bulan Januari, Maret, Mei, Juli, September, dan November. JDB tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah dalam bidang Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan

Dewan Redaksi

Advisory of Editor

Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

Chief of Editor

Ajimat, S.Si.,M.M.

Managing Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M.,C.H.,C.Ht.

Editor Board

Bachtiar Arifudin Husain, S.Kom., M.M.

Suprianto, S.Pd., M.M.

Supatmin, S.E.,M.M.

Lilis Suryani, S.E.,M.M.

Reviewer

Dr. Kasmad, S.E., M.M.

Dr. Udin Ahidin, S.E., M.M.

Dr. I Nyoman Marayasa, S.E., M.M.

Dr. Ir. Nardi Sunardi, SE., MM. CFE.,CT.

Dr. Ir. H. Sarwani, M.T., M.M.,

Dr. Endang Sugiarti, S.E., M.M.

Dr. Mukrodi, S.Sos.I., M.M.

Yeni Fitriani Somantri, S.E., M.Si.

Alamat Redaksi:

Jl. Surya Kencana No. 1 Pamulang Tangerang Selatan Banten

Telp/Fax. (021) 741 2566 *e-mail:* jurnaldisrupsiibisnis@gmail.com; disrupsi@unpam.ac.id

JURNAL DISRUPSI BISNIS diterbitkan oleh Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, sejak Juni 2018.
Terbit berkala setiap dua bulan sekali (enam kali setahun).

PENGANTAR REDAKSI

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)**, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang Vol.5 No.2 Maret 2022 dapat terbit tepat waktu. Kami terus mendorong segenap Civitas Academica untuk benar-benar memanfaatkan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** sebagai wahana publikasi dan pembelajaran bagi semua yang terlibat dalam penerbitan jurnal ini secara berkala.

Cakupan **Jurnal Disrupsi Bisnis** bidang ilmu Manajemen, Akuntansi dan Kewirausahaan. Kepada segenap penyumbang artikel ilmiah atau karya ilmiah pada terbitan kali ini redaksi memberikan ucapan terima kasih.

Semoga penerbitan **Jurnal Disrupsi Bisnis (JDB)** Vol.5 No.2 Maret 2022 ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk dapat mengisi jurnal ini dengan naskah-naskah yang sesuai.

Selamat membaca serta berkarya untuk kemajuan Indonesia tercinta.

Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Redaksi

DAFTAR ISI

p-ISSN 2621 – 797X ; e-ISSN 2746-6841 DOI:10.32493
Jurnal Disrupsi Bisnis, Vol.5, No.2,Maret 2022 (92-175)
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/index>

**Jurnal
Disrupsi Bisnis**
PENELITIAN MANAJEMEN, AKUNTANSI & KEWIRAUSAHAAN

| | |
|-------------------------|-----|
| Dewan Redaksi | ii |
| Pengantar Redaksi | iii |
| Daftar Isi | iv |

Analisis Stres Kerja Pada Masa Pandemi Covid-19

(Studi Kasus Petugas Kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate)

Yulia Aji Puspitasari & Christine Dewanda Doru 92-99

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Turnover Intention

PT. Zhi Sheng Indonesia Area Sumedang

Mohammad Ahyar Syafwan Lysander & Ariska Maulana Yusup 100-104

Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi

Pemasaran Honda Scoopy di PT. Tunasjaya Motor Magelang

Devi Saputri Arfuansyah & Andhatu Achsa 115-122

Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Pada Pengadilan Agama Kelas 1A Di Kota Depok

Diana Azwina & Fadhil Rijalul M 123-133

Pengaruh Bentuk Komunikasi Verbal dan Non-Verbal terhadap

Partnership FnB

Suci Rahmayati, Rizal Akda Pamungkas & Ricky Firmansyah 134-140

Pengaruh Debt To Equity Ratio Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Return On Asset

Pada PT Kalbe Farma Tbk Periode 2009-2019

Gatot Kusjono & Siska Defitarani 141-150

Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai

PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat

Isman Nurdjati & Veta Lidya Delimah Pasaribu 151-156

**Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Papaduls
Betta Farm Bintaro Jakarta Selatan**

Suharni Rahayu, Nurmin Arianto, & Fauziah Septiani 157-163

**Pengaruh Nilai Tukar Dan Harga Minyak Dunia Terhadap
Indeks Harga Saham Perusahaan Sektor Food And Beverages
Di Masa Pandemi Covid 19**

Arman Maulana & Khuzaeni 164-170

Optimalisasi Personal Skill Pada Marketplace Untuk Meningkatkan Penjualan

Meilinda Eka Putri, Ranti Febrianti & Ricky Firmansyah 171-175

Analisis Stres Kerja Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Petugas Kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate)

Yulia Aji Puspitasari^{1*}, Christine Dewanda Doru²

^{1,2}Manajemen Transportasi, STTKD Yogyakarta ; yulia.aji@sttkd.ac.id*

Received 4 Februari 2022 | Revised 17 Maret 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Stres kerja adalah suatu kondisi ketegangan yang menciptakan adanya ketidakseimbangan fisik dan psikis, yang mempengaruhi emosi, proses berpikir, dan kondisi seorang karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab stres kerja petugas kargo dan untuk mengetahui upaya mengatasi stres kerja petugas kargo pada masa pandemi Covid-19 di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara kepada petugas kargo dan petugas pelayanan unit jasa kargo Bandar Udara Sultan Baaabullah Ternate. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa penyebab stres kerja petugas kargo dipengaruhi dari banyak faktor antara lain beban kerja yang berlebihan, masalah pribadi, konflik dengan rekan kerja, masalah faktor eksternal dan pandemic Covid-19. Dalam mengatasi stres kerja petugas kargo, ada beberapa upaya yang dapat dilakukan petugas agar terhindar dari stres kerja yang mengganggu aktivitas pekerjaan dikantor yaitu antara lain melakukan rapat rutin, adanya penilaian dan evaluasi tertulis, membiasakan gaya hidup sehat, menghindari konflik, bersosialisasi dengan orang lain, meluangkan waktu untuk bersantai, dan mencari dukungan dari keluarga dan rekan kerja.

Kata Kunci: *Stres Kerja; Petugas Kargo; Pandemi Covid-19*

Abstract

Work stress is a condition of tension that creates a physical and psychological imbalance, which affects an employee's emotions, thought processes, and conditions. This study aims to determine the causes of work stress for cargo officers and to find out efforts to overcome work stress for cargo officers during the Covid-19 pandemic at Sultan Babullah Airport Ternate. The research method used in this study was qualitative. The data collection was carried out by interviewing cargo officers and serving officers of the cargo service unit at Sultan Babullah Airport, Ternate. The data analysis used in this study included data reduction, data presentation, conclusion drawing, and data validity using source triangulation techniques. The results of this study found that the cause of work stress for cargo officers was influenced by many factors, including excessive workload, personal problems, conflicts with co-workers, problems with external factors, and the Covid-19 pandemic. In dealing with the work stress of cargo officers, there are several efforts that officers can do to avoid work stress that interferes with work activities at the office, which include conducting regular meetings, having written assessments and evaluations, getting used to a healthy lifestyle, avoiding conflict, socializing with other people, taking time to relax, and seeking support from family and coworkers.

Keywords: *Work Stress; Cargo Officer; Pandemic Covid-19*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memerlukan sumber daya yang baik untuk bisa mencapai tujuan yang di harapkan. Sumber daya manusia merupakan asset organisasi yang sangat vital, sehingga peran dan fungsinya tidak bisa digantikan dengan sumber daya lainnya (Badriyah, 2015). Sumber daya manusia juga merupakan aset penting yang berperan sebagai faktor penggerak utama dalam pelaksanaan seluruh kegiatan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia adalah suatu ilmu atau cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat secara maksimal. Ini berarti tanpa adanya sumber daya manusia maka sumber daya lainnya tidak dapat berjalan dengan baik untuk bisa mencapai tujuan perusahaan yang maksimal (Bintoro dan Daryanto, 2017). Untuk dapat mencapai tujuan perusahaan, setiap karyawan di tuntut untuk menjalankan tugas dan pekerjaan dengan baik sesuai dengan harapan perusahaan dan tanggung jawab karyawan masing-masing. Untuk mencapai tujuan perusahaan, suatu organisasi dalam bekerja dipengaruhi banyak faktor, salah satunya yang dapat mempengaruhi kinerja adalah apabila karyawan mampu menghadapi kesulitan baik di dalam maupun di luar pekerjaan.

Permasalahan yang pasti akan dihadapi oleh setiap orang dalam bekerja adalah stres. Stres sebagai reaksi-reaksi fisiologik dan psikologik yang terjadi jika orang mempersepsi suatu ketidakseimbangan antara tingkat tuntutan yang dibebankan kepada seseorang dan kemampuannya untuk memenuhi tuntutan itu (Donsu, 2017). Hasibuan (2014) menyatakan bahwa stres kerja adalah suatu ketegangan yang mengakibatkan tidak seimbangny keadaan psikologis karyawan yang dapat mempengaruhi cara berpikir, emosi dan kondisi dirinya sendiri. Stres ini harus diatasi, baik oleh karyawan sendiri tanpa bantuan orang lain, maupun dengan bantuan pihak lain seperti para spesialis yang disediakan oleh organisasi dimana karyawan bekerja. Stres yang tidak diatasi dengan baik biasanya berakibat pada ketidakmampuan seseorang berinteraksi secara positif dengan lingkungannya, baik dalam arti lingkungan pekerjaan maupun di luarnya. Artinya karyawan yang bersangkutan akan menghadapi berbagai gejala negatif yang pada gilirannya berpengaruh pada prestasi kerjanya. Stres kerja dapat dialami oleh siapa saja tidak terkecuali petugas kargo di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate.

Petugas kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate mengalami stres kerja pada saat pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 berdampak ke seluruh tatanan kehidupan diberbagai macam sektor perekonomian, kesehatan, pendidikan, masyarakat, dan lain sebagainya. Dengan pandemi covid-19 saat ini semua aktivitas apapun dibatasi dan harus sesuai dengan protokol kesehatan untuk memutus penyebaran Covid-19. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diberlakukan selama pandemi berlangsung. Dari dan ke suatu kota juga menerapkan pembatasan keluar masuk agar bisa mengurangi pergerakan masyarakat. Dengan adanya pembatasan ini maka berdampak pada peningkatan jumlah kargo. Peningkatan ini dikarenakan setiap orang beralih menggunakan media online untuk berbelanja ataupun ber kirim barang sebagai ganti tidak dapat saling bersilaturahmi.

Petugas kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate dituntut untuk bisa beradaptasi pada kondisi baru yang terjadi saat ini. Selain itu, para petugas juga harus selalu waspada dalam menjalankan pekerjaannya di tengah pandemic dan selalu memperhatikan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran yang sudah ditetapkan pemerintah seperti selalu menggunakan masker, jaga jarak dan rajin mencuci tangan. Dengan adanya fenomena baru ini maka petugas mengalami stres kerja dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Namun tidak menutup kemungkinan stres kerja terjadi karena faktor lain. Oleh karena itu diperlukannya penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apa saja penyebab stres kerja dan upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi stres kerja petugas kargo selama masa pandemi Covid-19 Di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate.

Stres Kerja

Menurut Hasibuan (2014), stres kerja adalah suatu ketegangan yang mengakibatkan tidak seimbangnya keadaan psikologis karyawan yang dapat mempengaruhi cara berpikir, emosi dan kondisi dirinya sendiri. Stres kerja terjadi karena adanya tuntutan dan tekanan yang berlebih dari tugas yang diberikan oleh perusahaan. Semakin tinggi stres kerja karyawan maka semakin buruk juga dampaknya terhadap kinerja seorang karyawan dan dapat menghambat pencapaian tujuan dan perkembangan perusahaan. Mangkunegara (2017) mengartikan stres kerja sebagai suatu kondisi dimana karyawan merasakan sebuah tekanan dalam menghadapi pekerjaan. Stres kerja dapat mengakibatkan keadaan emosi seseorang tidak stabil, rasa cemas berlebih, tegang, gugup dan gangguan lainnya.

Hasibuan (2014) menjelaskan terdapat enam faktor yang dapat mempengaruhi stres kerja diantaranya adalah beban kerja yang sulit dan berlebihan, tekanan dan sikap pimpinan yang kurang adil dan wajar, waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai, konflik antara pribadi dengan pimpinan atau kelompok kerja, balas jasa yang terlalu rendah, dan masalah – masalah keluarga seperti anak, istri, mertua, dan lain – lain.

Kargo

Pengertian kargo menurut Warpani dan Majid (2009) adalah semua barang (*goods*) yang dikirim melalui udara (pesawat terbang), laut (kapal), atau darat (truk container) yang biasanya untuk diperdagangkan, baik antar wilayah/kota di dalam negeri maupun luar Negara (internasional) yang dikenal dengan istilah ekspor-impor. Berdasarkan penanganannya kargo dibagi ke dalam dua golongan yaitu *general cargo* dan *special cargo*. *General cargo* ialah barang-barang kiriman biasa sehingga tidak perlu memerlukan penanganan secara khusus, namun tetap harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan dan aspek keamanan. Contoh barang yang dikategorikan *general cargo* antara lain: barang-barang keperluan rumah tangga, peralatan kantor, peralatan olah raga, pakaian “garmen, tekstil” dan lain-lain. Sedangkan *special cargo* ialah barang-barang kiriman yang memerlukan penanganan khusus “*special handling*”, jenis barang ini pada dasarnya dapat diangkat lewat angkutan udara dan harus memenuhi persyaratan dan penanganan secara khusus sesuai dengan regulasi IATA dan atau pengangkut. Barang benda atau bahan yang termasuk dalam kategori special cargo adalah: Hewan hidup (AVI), barang muda rusak (PER), jenazah (HUM) dan barang-barang berbahaya (DG).

Petugas Kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate

Bandar Udara Sultan Babullah Ternate adalah bandara UPBU kelas dua yang melayani penerbangan domestik dari dan menuju Kota Ternate, terletak di Deda Tafure, Kecamatan Kota Ternate Utara, Provinsi Maluku Utara, berjarak kurang lebih 6 km sebelah utara kota Ternate. Bandara ini termasuk salah satu bandara yang masih dikelola oleh UPT Ditjen Hubud (Direktorat Jendral Perhubungan Udara). Bandara ini melayani pelayanan rute penerbangan penumpang dan kargo yang cukup tinggi sebagai gerbang keluar masuknya akses dari dan ke kota Ternate.

Petugas kargo ini merupakan karyawan yang menangani proses penanganan pengiriman maupun penerimaan barang kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate yang berlangsung di gudang kargo. Tugas dan tanggung jawab petugas kargo adalah mengkoordinir kegiatan penanganan kegiatan penerimaan kargo berangkat, memastikan kargo yang akan diangkut dengan pesawat udara telah memenuhi persyaratan keselamatan dan keamanan penerbangan di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif menurut Sugiyono (2019) adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung kualitatif,

analisa data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian bersifat untuk memahami makna. Penelitian ini dilakukan di kargo Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate selama dua bulan. Metode pengumpulan data dengan teknik observasi dan wawancara. Observasi dilakukan pada petugas kargo di Bandar Udara Sultan Babullah Ternate. Wawancara dilakukan kepada petugas kargo dan petugas pelayanan unit jasa kargo Bandar Udara Sultan Baaabullah Ternate. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan keabsahan data dengan teknik triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kargo udara adalah segala jenis barang yang akan dikirim atau diangkut dengan menggunakan pesawat terbang yang telah dilengkapi dengan dokumen pengiriman barang seperti SMU (Surat Muatan Udara) serta dokumen pelengkap lainnya. Kargo juga merupakan salah satu sumber pendapatan bagi maskapai, selain dari sektor penumpang, hal itu mengingat pangsa pasar yang cukup banyak dari setiap rute penerbangan. Maskapai yang melayani jasa pengiriman barang kargo di bandar udara Sultan Babullah adalah Lion Air, Sriwijaya Air dan Garuda Indonesia. Penggunaan jasa pengiriman kargo di bandar Udara Sultan Babullah yang paling banyak diminati adalah Lion parcel.

Tugas dan tanggung jawab seorang petugas kargo adalah untuk mengkoordinir kegiatan pengiriman maupun penerimaan barang kargo dengan sesuai prosedur yang telah ditetapkan keselamatan penerbangan. Barang kiriman kargo sebelum naik ke pesawat wajib melewati *x-ray* untuk memastikan barang kiriman tersebut aman. Petugas kargo akan berkordinir dengan *avsec* untuk mengecek dan memastikan kargo tersebut dalam keadaan aman dan tidak membahayakan penerbangan. Setelah dicek petugas kargo akan mengambil PTI (Pemberitahuan tentang isi) untuk dicek dan dicatat ke dalam buku untuk menjadi catatan di unit jasa. Dan dokumen seperti PTI dan SMU (surat muatan udara) tersebut disimpan apabila dikemudian hari diperlukan.

Penyebab Stres Kerja Petugas Kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan terdapat penyebab stres kerja yang dialami petugas kargo dipengaruhi dari berbagai macam faktor yaitu:

Beban Kerja Yang Berlebihan

Semenjak terjadinya pandemic Covid-19 pembatasan sosial berskala besar diterapkan ke setiap daerah tidak terkecuali di Ternate. Dengan adanya pembatasan tersebut maka perjalanan dari dan ke Ternate tidak dapat dilakukan. Pembatasan tersebut berdampak pada beralihnya masyarakat menjadi berkirim barang sebagai pengganti silaturahmi ataupun melakukan aktifitas berubah menjadi via online. Dengan hal tersebut maka terjadi kenaikan jumlah kargo di bandar udara Sultan Baabullah Ternate. Kurangnya jumlah petugas kargo menjadikan beban tugas yang harus diselesaikan menjadi lebih banyak. Hal ini memicu petugas mengalami stres kerja. Hal ini sesuai dengan penjelasan Hasibuan (2014) yang menyatakan bahwa beban kerja yang melebihi standar kemampuan seorang karyawan akan mendorong terjadinya stres kerja, karena karyawan dihadapkan dengan kondisi kerja yang menekan dirinya untuk dapat menyelesaikan tugas – tugas yang sebenarnya tidak sesuai dengan kemampuannya.

Masalah Pribadi

Pemicu stres dalam bekerja yang dialami oleh petugas adalah masalah pribadi. Masalah pribadi yang dialami oleh petugas kargo di Bandar Udara Baabullah Ternate seperti cemas berlebihan, kurang percaya diri, dan pikiran negatif. Cemas merupakan suatu kondisi psikologi dimana petugas merasakan takut, gelisah dengan keadaan yang dialami. Perasaan cemas yang dialami petugas kargo apabila pekerjaan yang dikerjakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh atasan. Sebagai pelayanan dalam bidang jasa kargo, petugas dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan baik

sesuai dengan *standard operational procedure* yang telah ditetapkan. Selain itu juga petugas mengalami cemas dengan situasi kondisi Covid-19 yang masih merajalela dan membuat para petugas harus selalu optimis dan taat pada protokol kesehatan demi terhindar dari Covid-19. Melonjaknya jumlah kargo yang terjadi selama pandemi ini membuat petugas harus tetap bekerja dan melakukan aktifitas seperti biasa dalam bekerja tidak mengalami bekerja dari rumah (*work from home* / WFH). Dalam bekerjapun petugas harus sangat hati-hati karena perpindahan barang dari satu tempat ke tempat lain bisa menjadi media penularan Covid-19.

Kecemasan yang terakhir adalah rasa takut mengalami kegagalan dalam menjalani pekerjaan sehingga mengakibatkan penilaian diri yang tidak baik di perusahaan. Setiap perusahaan selalu melakukan evaluasi dalam bekerja untuk memantau hasil kinerja karyawannya, hal ini dilakukan juga bagi petugas kargo di bandar udara Sultan Baabullah Ternate. Penilaian ini menyebabkan rasa kekhawatiran terhadap hasil penilaian. Permasalahan pribadi yang didapatkan selanjutnya yaitu kurang percaya diri yang dialami oleh petugas kargo. Kurangnya rasa percaya diri merupakan kondisi dimana satu petugas kargo merasa lebih rendah atau tidak lebih mampu dibandingkan petugas kargo yang lain, atau tidak percaya pada kemampuan diri sendiri sehingga selalu merasa tertekan. Dan yang terakhir adalah adanya pikiran negatif, yaitu keadaan pemikiran petugas yang selalu negatif/buruk terhadap diri sendiri, orang lain dan situasi yang dialami. Dimana petugas mengalami perasaan khawatir akan tertular sehingga menimbulkan emosi dan kondisi hati yang tidak baik. Kondisi ini berdampak buruk pada perilaku dan kesehatan petugas.

Konflik Dengan Rekan Kerja

Atasan atau rekan kerja yang tak mendukung bisa membuat lingkungan kerja menjadi tidak nyaman. Tidak sedikit orang yang merasa bahwa tidak mendapatkan rekan kerja yang cocok. Ketidacocokan dalam bekerja akan menimbulkan konflik antara rekan kerja maupun atasan. Konflik yang berkelanjutan akan membuat stres dan membuat pekerjaan jadi tidak optimal. Dalam penelitian ini ditemukan adanya konflik internal yang terjadi antar karyawan petugas kargo. Konflik tersebut terjadi karena ditemukan ada yang kurang disiplin dalam melaksanakan tugas dan kurangnya komunikasi yang terjalin antara petugas. Sesuai dengan penjelasan Hasibuan (2014) yang menyatakan rekan kerja dan pimpinan di tempat kerja merupakan aspek sosial yang dapat mempengaruhi nyaman atau tidaknya seseorang berada dalam lingkungan tersebut. Hubungan sosial yang tidak baik akan menyebabkan seorang individu merasa tidak nyaman, jika hal tersebut di biarkan begitu saja maka akan menyebabkan terjadinya stres kerja.

Masalah Faktor Eksternal

Pemicu stres dalam bekerja juga bisa karena faktor eksternal yang memicu gangguan pikiran seperti dengan keluarga, teman, ataupun pasangan, dapat memberikan tekanan-tekanan pada pikiran, sehingga membuat produktivitas jadi terhambat. Setelah dilakukan penelitian maka didapatkan bahwa terdapat pemicu terjadinya stress kerja karena permasalahan dari rumah yang terbawa sampai ke tempat bekerja. Permasalahan pribadi ini juga mengakibatkan petugas melaksanakan tanggungjawab kurang maksimal. Hasibuan (2014) menjelaskan seorang karyawan yang memiliki masalah pribadi, kondisi emosinya cenderung tidak stabil dan sulit untuk fokus terhadap satu hal karena pemikirannya terbagi – bagi. Seorang karyawan yang memiliki masalah pribadi dan dihadapkan dengan pekerjaan yang berat akan menyebabkan terjadinya stres kerja.

Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 ini berdampak besar bagi seluruh tatanan kehidupan dan berbagai sektor dimanapun tak terkecuali seperti sektor logistik kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan salah satu pemicu stres kerja yang dialami petugas kargo

adalah pandemi Covid-19 yang sampai sekarang ini masih berlangsung. Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sebagai petugas kargo, mereka harus mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditentukan sesuai aturan yang berlaku, yaitu selalu menggunakan masker, rajin mencuci tangan dan selalu menjaga jarak. Tuntutan pekerjaan dimasa pandemi ini yang mengharuskan petugas kargo untuk tetap bekerja berdampak pada perasaan khawatir akan terjadinya penularan.

Upaya Mengatasi Stres Kerja Petugas Kargo di Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate Melakukan Rapat Rutin

Rapat rutin dilakukan secara berkala untuk bisa melakukan sesi *sharing* antar karyawan petugas kargo. Selain itu juga rapat rutin dilakukan untuk membahas kendala atau permasalahan apa saja yang terjadi yang dialami oleh petugas kargo dan sama – sama mencari jalan keluar untuk mengatasi permasalahan atau kendala yang dihadapi selama bekerja. Dengan adanya rapat rutin ini diharapkan dapat mengurangi stress kerja yang dialami oleh petugas kargo selama menjalankan tugas dan tanggung jawabnya selama bekerja. Permasalahan dan kendala yang dihadapi petugas kargo mampu diselesaikan secara bersama-sama sehingga tidak menjadi beban kerja yang dialami oleh petugas kargo.

Adanya Penilaian dan Evaluasi Tertulis

Penilaian dan evaluasi tertulis ini dilakukan dengan tujuan agar petugas kargo bisa saling menilai rekan kerjanya masing – masing dan juga atasannya. Dengan adanya penilaian maka jika ditemukan petugas kargo yang mempunyai prestasi bisa mendapatkan hadiah imbalan sehingga bisa membuat rekan kerja lainnya menjadi lebih semangat dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Adanya hadiah ini sebagai bentuk apresiasi dan penghargaan bagi petugas kargoyang telah bekerja dengan baik sehingga pekerjaan yang dilakukan dihargai. Evaluasi dengan atasan juga perlu dilakukan agar dapat menjadi sarana untuk menyampaikan harapan dan keinginan karyawan dalam hal ini adalah petugas kargo terhadap atasannya.

Membiasakan Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat merupakan upaya yang saat ini dilakukan petugas kargo dalam mengatasi stres kerja. Membiasakan hidup sehat yaitu dengan mengomsumsi makanan sehat dan tepat waktu, berolahraga yang cukup, menghadapi masalah dengan tenang, menyelesaikan pekerjaan tepat waktu serta menggunakan *handphone* secukupnya. Konsentrasi petugas akan meningkat dan lebih fokus dengan menerapkan pola hidup sehat. Hal ini sesuai dengan penjelasan Mangkunegara (2017) yang menyatakan pola sehat salah satu upaya yang dapat ditempuh. Pola menghadapi stres yang terbaik yaitu dengan kemampuan mengelola perilaku dan tindakan sehingga dengan adanya stres tidak menimbulkan gangguan, akan tetapi menjadi lebih sehat dan berkembang. Para karyawan yang tergolong kelompok ini biasanya mampu mengelola waktu dan kesibukan dengan cara yang baik dan teratur sehingga ia tidak perlu merasa ada sesuatu yang menekan, meskipun sebenarnya tantangan dan tekanan cukup banyak. Di masa pandemi Covid-19 ini sangat diperlukan dukungan jiwa dan raga yang sehat untuk menghindari penularan virus Covid-19.

Menghindari Konflik

Untuk mengatasi stres kerja hal yang berikut dilakukan petugas kargo adalah dengan menghindari konflik ditempat kerja. Konflik dengan rekan kerja maupun atasan. Hal ini mempunyai tujuan agar pekerjaan yang dilakukan lebih nyaman dan tanpa ada tekanan maupun pikiran negatif yang selalu mengganggu aktivitas petugas kargo dalam bekerja. Ketika terjadi perselisihan atau kurangnya komunikasi antar petugas kargo maka saling melakukan komunikasi ataupun menyelesaikan permasalahan secara bersama dalam keadaan yang tenang. Bila terjadi permasalahan diluar lingkungan

kerja, sebaiknya tidak membawa masalah tersebut dalam hal pekerjaan yang nantinya akan mengganggu dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Bersosialisasi Dengan Orang Lain

Dalam upaya mengatasi stres kerja petugas kargo, hal yang dilakukan untuk mengatasi stres kerja yaitu dengan bersosialisasi dengan orang lain. Hal ini perlu agar stres yang terjadi tidak mengganggu pikiran dalam melakukan pekerjaan. Menyempatkan waktu untuk *sharing* dengan rekan kerja agar beban dan tekanan kerja petugas dapat menurun. Sosialisasi dengan rekan kerja dapat dilakukan ketika waktu istirahat ataupun selepas jam kantor. Cara ini efektif dilakukan untuk menghindari adanya konflik internal antara petugas kargo.

Meluangkan Waktu Untuk Bersantai

Mempergunakan waktu libur untuk bersantai adalah salah satu cara untuk mengatasi stress kerja. Ketika waktu libur dianjurkan untuk melakukan hobi ataupun melakukan aktifitas yang bermanfaat bersama orang-orang terdekat namun tetap mentaati protokol kesehatan. Melakukan hobi yang dimiliki sangat efektif untuk membantu mengurangi stres akibat bekerja. Manfaat yang didapatkan adalah pikiran lebih santai, rileks dan tidak lagi mengalami tekanan atau pikiran yang mengganggu aktivitas setiap hari.

Dukungan Dari Keluarga dan Rekan Kerja

Upaya yang terakhir yang dilakukan petugas adalah mencari dukungan dari keluarga maupun rekan kerja. Dukungan dari keluarga maupun rekan kerja membantu memberikan energi positif untuk petugas dari adanya tekanan pekerjaan yang menyebabkan stres kerja. Dengan begitu petugas kargo lebih semangat dan tenang dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab pekerjaan di kantor.

SIMPULAN

Penyebab stres kerja petugas kargo dipengaruhi dari banyak faktor antara lain beban kerja yang berlebihan, masalah pribadi, konflik dengan rekan kerja, masalah faktor eksternal dan pandemic Covid-19. Dalam mengatasi stres kerja petugas kargo, ada beberapa upaya yang dapat dilakukan petugas agar terhindar dari stres kerja yang mengganggu aktivitas pekerjaan di kantor yaitu antara lain melakukan rapat rutin, adanya penilaian dan evaluasi tertulis, membiasakan gaya hidup sehat, menghindari konflik, bersosialisasi dengan orang lain, meluangkan waktu untuk bersantai, dan mencari dukungan dari keluarga dan rekan kerja.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada para informan yang telah membantu memberikan pendapatnya dalam wawancara untuk mendapatkan data agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terimakasih juga diucapkan untuk redaksi jurnal sehingga artikel ilmiah ini dapat terbit.

DAFTAR PUSTAKA

- Badriyah, Mila. (2015). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Bintoro dan Daryanto. (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Cetakan 1. Yogyakarta: Gava Media.
- Direktorat Jendral Perhubungan Udara (2022, 1 Februari). Data Bandar Udara Sultan Baabullah Ternate. Retrieved from <http://hubud.dephub.go.id/hubud//website/BandaraDetail.php?id=197>.
- Donsu, Jenita DT. (2017). *Psikologi Keperawatan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Hasibuan, M.S.P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT Bumi Aksara

- Mangkunegara, AA. Anwar Prabu. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya*. Bandung
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit CV Alfabeta.
- Warpani, E.P.D dan Majid, S.A, (2009). *Ground Handling Manajemen Pelayanan Darat Perusahaan Penerbangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Turnover Intention***PT. Zhi Sheng Indonesia Area Sumedang****Mohammad Ahyar Syafwan Lysander^{1*}, Ariska Maulana Yusup²**^{1,2} Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
ahyar.sl@ustjogja.ac.id^{1*}; arismaulana180500@gmail.com

Received 1 Maret 2022 | Revised 17 Maret 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh variabel budaya organisasi dan kompensasi terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja sebagai variabel mediasi pada karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia Area Sumedang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia Area Sumedang dengan sampel sebanyak 57 responden. Data diambil dengan cara mengirimkan kuisioner ke group whatsapp dan aplikasi kerja “Dingtalk” karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia Area Sumedang dengan teknik *probability sampling* dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2) dan uji sobel test. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa secara parsial budaya organisasi dan kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja. Dan secara parsial budaya organisasi, kompensasi dan kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention*. Sedangkan pengaruh budaya organisasi dan kompensasi terhadap *turnover intention* dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi positif signifikan.

Keywords: Budaya Organisasi; Kompensasi; Kepuasan Kerja; *Turnover Intention*.**Abstract**

The purpose of this research is to test and find out the influence of organizational culture variables and compensation on turnover intention through job satisfaction as a mediation variable in employees of PT. Zhi Sheng Indonesia Region Sumedang. The methods used in this study are quantitative with associative approaches. The population in this study is all employees of PT. Zhi Sheng Indonesia Region Sumedang with a sample of 57 respondents. Data is retrieved by sending questionnaires to WhatsApp groups and work application “DingTalk” employees of PT. Zhi Sheng Indonesia Region Sumedang with probability sampling technique and analyzed using validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression, coefficient of determination (R^2), and Sobel test. Based on statistical test results showed that partially organizational culture and compensation had a significant positive effect on job satisfaction. And partially organizational culture, compensation, and job satisfaction significantly affect turnover intentions. While the influence of organizational culture and compensation on turnover intentions with job satisfaction as a significant positive mediation variable.

Keywords: *Organizational Culture; Compensation; Job Satisfaction; Turnover Intention.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi persaingan bisnis semakin kompleks, setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga dapat meningkatkan hasil yang diharapkan, maka dari itu perusahaan harus mampu membangun perusahaannya menjadi lebih maju dan berkembang. Manusia adalah sumber daya yang sangat penting dalam bidang industri dan organisasi, oleh karena itu pengelolaan sumber daya mencakup penyediaan tenaga kerja yang bermutu, mempertahankan kualitas dan mengendalikan biaya ketenagakerjaan. (Widayati & Yunia, 2016). Oleh karena itu pengaruh sumber daya manusia (SDM) sangat berperan penting dalam suatu perusahaan serta perusahaan harus mampu mempertahankan karyawan yang memiliki kinerja yang baik sehingga dapat memberikan kontribusi optimal untuk perusahaan.

Menurut (Widayati & Yunia, 2016) perusahaan harus memberi perhatian khusus kepada karyawan dengan berlaku adil sebagai sebuah penghargaan yang diterima atas kontribusinya kepada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengelola dan memperhatikan sumber daya manusia dengan sebaik mungkin. Apabila perusahaan mampu memajemen karyawan yang ada dengan baik hal tersebut dapat mengurangi salah satu masalah yang sering terjadi dalam suatu perusahaan yaitu *turnover intention*.

Masalah kepuasan kerja menjadi pemicu dari munculnya permasalahan *turnover*. Rendahnya tingkat kepuasan kerja dapat mempengaruhi pikiran seorang karyawan untuk keluar dari tempat kerja dan mencari perusahaan lain yang diharapkan dapat memberikan kepuasan atas pekerjaannya. Dengan kepuasan karyawan terhadap pekerjaannya tentu dapat membantu perusahaan menjadi lebih *growth* (berkembang). Selain itu juga tingkat keluar masuknya karyawan dalam suatu perusahaan (*turnover intention*) yang tidak terlalu tinggi dapat mencapai kinerja dan tujuan perusahaan dengan cepat dan tepat. Dan apabila *turnover intention* sangat tinggi hal ini mempengaruhi terhadap hasil kerja dari suatu perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saeka & Suana, 2016), mengatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* karyawan. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan kerja yang semakin baik pada setiap karyawan akan mengurangi tingkat *turnover intention*.

Selain dari kepuasan kerja ada masalah lain yang menjadi penyebab adanya niat dari karyawan untuk keluar dari tempat kerjanya, yaitu budaya organisasi. Menurut (Widayati & Yunia, 2016) dan (Komalasari et al., 2021), mengatakan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh terhadap *turnover intention*. Hal ini berarti bahwa karyawan dengan budaya organisasi yang tinggi akan memiliki keinginan untuk berpindah kerja yang lebih kecil. Selain faktor kepuasan kerja dan budaya organisasi, faktor lain yang menyebabkan terjadinya masalah *turnover intention* yaitu kompensasi, dimana kompensasi yang diterapkan dalam sebuah perusahaan dapat mempengaruhi karyawan untuk melanjutkan bekerja di tempat kerja tersebut atau keluar dari tempat kerja itu dan mencari perusahaan lain yang diharapkan dapat memenuhi keinginan karyawan mengenai kompensasi yang diterapkan. Menurut (Komalasari et al., 2021) penerapan sistem kompensasi yang *fair* dan layak akan mencegah terjadinya *turnover*. Sedangkan tidak terpenuhinya kompensasi akan menjadi pemicu timbulnya *turnover*.

Turnover intention menjadi masalah yang paling serius dalam perusahaan dan belakangan ini masalah tersebut banyak terjadi di berbagai perusahaan. Dengan adanya permasalahan *turnover intention* tersebut tentunya dapat memberikan dampak yang negatif bagi perusahaan seperti terhambatnya proses pencapaian tujuan dalam suatu perusahaan serta kemampuan dalam melakukan perekrutan karyawan baru yang pastinya membutuhkan biaya dan waktu yang cukup banyak. Kasus tersebut pun terjadi di salah satu perusahaan yang cukup besar yaitu PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang yang dimana tingkat *turnover* sangat tinggi dan menjadi masalah serius yang harus di hadapi.

Survei awal yang dilakukan peneliti diperoleh data *Voluntary turnover* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang pada 1 tahun terakhir mencapai 17,24% dari total jumlah karyawan yaitu sebanyak 57 karyawan. Dan selama itu juga jumlah karyawan yang keluar pada tahun yang sama mencapai 10 orang karyawan, sehingga jumlah karyawan yang tersisa adalah sebanyak 47 orang karyawan.

Data menunjukkan bahwa setiap bulannya jumlah karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang yang keluar dari perusahaan tersebut tidak konsisten. Sebelum dapat menyimpulkan tinggi rendahnya permasalahan *turnover intention* tersebut, perusahaan perlu menemukan lebih dari sekedar jumlah *turnover*, yaitu perlunya untuk mencari tahu hal-hal apa saja yang sekiranya membuat karyawan lebih memilih untuk berhenti atau tetap bertahan dalam menyelesaikan tanggung jawab pekerjaannya. Berapapun jumlah *turnover* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang tidak dapat disimpulkan dengan ideal. Terlepas dari angka yang ada, sulit untuk menentukan apakah perusahaan telah mengalami kerugian atau bahkan sebaliknya. Sebuah perusahaan mungkin memiliki tingkat *turnover* 5% sementara perusahaan lain mungkin memiliki tingkat *turnover* 30%. Perusahaan yang mungkin memiliki tingkat *turnover* 30% karyawannya adalah perusahaan yang tingkat kinerjanya lebih rendah. Sedangkan di sisi lain, perusahaan yang kehilangan 5% karyawannya bisa jadi adalah karyawan yang semuanya memiliki tingkat kinerja yang tinggi, di mana hal ini akan memiliki dampak negatif pada tingkat produktivitas dan keberlangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan. *Turnover intention* di PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang diduga adanya hubungan antara budaya organisasi, kompensasi dan kepuasan kerja yang mempengaruhi tingkat *turnover* karyawan. Hal ini karena menurut hasil observasi peneliti yang didapat dari hasil wawancara dengan pihak SPV serta Trainer dan beberapa karyawan, diketahui bahwa PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang telah memberikan berbagai bonus dan THR serta upah lainnya, namun *turnover intention* masih tetap terjadi

Budaya Organisasi

Menurut (Komalasari et al., 2021) Budaya organisasi adalah kesepakatan bersama tentang nilai yang dianut bersama dalam kehidupan organisasi dan mengikat semua orang dalam organisasi yang bersangkutan. Menurut (Widayati & Yunia, 2016) bahwa “Budaya organisasi merupakan suatu sistem bersama yang dianut oleh seluruh anggota yang ada untuk membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain”. Adapun indikator dari budaya organisasi menurut (Wales et al., 2017) yaitu : *Pertama*, Perilaku pemimpin yaitu sikap atau tindakan yang dilakukan oleh seorang pemimpin dalam perusahaan untuk dapat mempengaruhi atau memberi contoh kepada setiap anggota karyawan yang ada; *Kedua*, Mengedepankan misi perusahaan yaitu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pemimpin dalam perusahaan akan mendorong setiap karyawannya agar dapat memenuhi setiap misi yang telah dirancang; *Ketiga*, Proses pembelajaran yaitu untuk menghasilkan suatu budaya organisasi yang sesuai dengan perusahaan setiap karyawan membutuhkan pembelajaran atau pelatihan untuk mengembangkan kualitas diri; *Keempat*, Motivasi yaitu pemberian motivasi kepada setiap karyawan dapat mempengaruhi suatu karyawan mengenai loyalitas mereka kepada suatu perusahaan.

Kompensasi

Menurut (Supatmi et al., 2016) Gaji (kompensasi) adalah apa yang karyawan dapatkan sebagai imbalan atas kontribusi mereka terhadap layanan perusahaan. Memberikan kompensasi adalah salah satu fungsi HRM yang terkait dengan semua jenis penghargaan pribadi dalam pertukaran untuk melakukan tugas-tugas organisasi. Menurut (Widayati & Yunia, 2016) Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Menurut (Komalasari et al., 2021) menyatakan

bahwa salah satu cara untuk meningkatkan prestasi kerja, memotivasi dan meningkatkan kinerja para karyawan adalah melalui kompensasi. Adapun indikator dari kompensasi menurut (Nawa & Kempa, 2017) yaitu *Pertama*, Gaji atau upah merupakan bayaran dari suatu perusahaan kepada seorang karyawan telah bekerja yang adil sesuai dengan pekerjaan; *Kedua*, Insentif yang sesuai dengan pengorbanan yaitu bayaran terhadap seorang karyawan di luar gaji pokok karena telah menjalankan pekerjaan tambahan; *Ketiga*, Tunjangan yang sesuai dengan harapan yaitu asuransi yang dipenuhi perusahaan kepada suatu karyawan atau tambahan biaya yang harus diberikan kepada karyawan sesuai dengan undang-undang mengenai ketenagakerjaan; *Keempat*, Fasilitas yang memadai yaitu segala bentuk yang diberikan kepada karyawan sehingga karyawan merasa terfasilitasi dalam melakukan pekerjaannya.

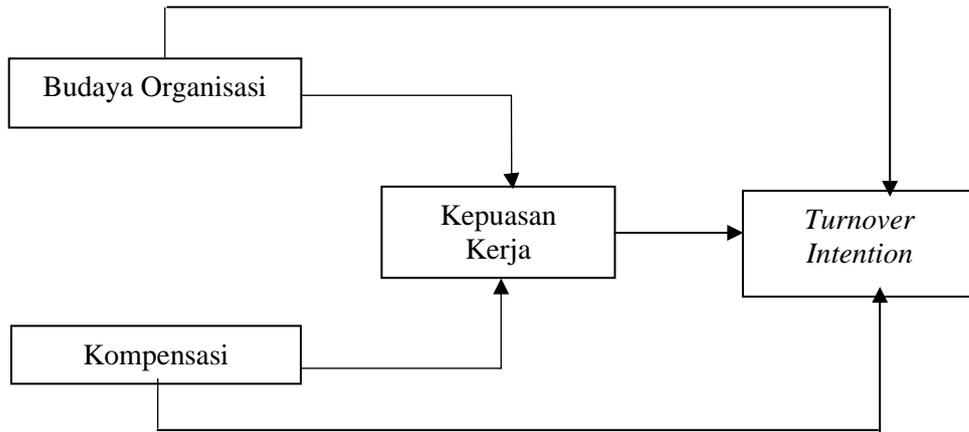
Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan sesuatu yang bersifat individual. Setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Makin tinggi penilaian terhadap kegiatan dirasakan sesuai dengan keinginan individu, maka makin tinggi kepuasannya terhadap kegiatan tersebut. Dengan demikian, kepuasan merupakan evaluasi yang menggambarkan seseorang atas perasaan sikapnya senang atau tidak senang, puas atau tidak puas dalam bekerja. (Supatmi et al., 2016). Menurut (Iskandar, 2018) kepuasan kerja berhubungan erat dengan sikap dari karyawan terhadap pekerjaannya sendiri, situasi kerja, kerjasama antara pimpinan dengan karyawan. Menurut (Novita, Sunuharjo & Ruhana, 2016) indikator dari kepuasan kerja yaitu : *Pertama*, Pekerjaan itu sendiri yaitu kepuasan terhadap pekerjaan itu sendiri merupakan sumber yang paling utama dalam kepuasan; *Kedua*, Promosi yaitu seperti adanya kesempatan untuk promosi kenaikan jabatan oleh seorang pemimpin itu mampu memberikan kepuasan kerja, *Ketiga*, Pengawasan yaitu sumber penting lainnya dari kepuasan kerja. Pengawasan tersebut memiliki dua gaya pengawasan yaitu pertama pengawasan berpusat pada karyawan dan yang ke dua pengawasan akan partisipasi atau pengaruh dari karyawan hal ini pemimpin memungkinkan untuk karyawan berperan andil dalam pengambilan keputusan; *Keempat*, Rekan kerja yaitu orang yang bekerja sama dalam suatu perusahaan dapat menjadi sumber kepuasan kerja yang dimana rekan kerja saling support dan memberikan nasihat satu sama lain agar dapat mengembangkan kualitas diri, hal ini dapat memberi kepuasan kerja terhadap karyawan.

Turnover Intention

Turnover intention didefinisikan sebagai faktor mediasi antara sikap yang mempengaruhi niat untuk keluar dan benar-benar keluar dari perusahaan (Komalasari et al., 2021). Menurut (Widayati & Yunia, 2016) menyatakan bahwa perilaku keluar merupakan variabel yang paling berhubungan dan lebih banyak menjelaskan perilaku *turnover*. Menurut (Narpati et al., 2020) ada 3 indikator dari *turnover intention* yaitu : *Pertama*, Pikiran untuk berhenti bekerja (*thoughts of quitting*). Munculnya berpikiran untuk berhenti bekerja itu disebabkan karena karyawan merasa tidak puas berada dalam tempat kerja tersebut sehingga memunculkan tingkat absensi dari seorang karyawan meningkat; *Kedua*, Hasrat untuk meninggalkan karir (*intention to quit*). Hal ini mencerminkan seorang karyawan untuk mencari tempat kerja yang baru yang dirasa akan lebih baik dari tempat kerja sebelumnya; *Ketiga*, Hasrat untuk mencari pekerjaan lain (*intention to search for another job*). Adanya kecenderungan dari seorang karyawan yang ingin keluar kerja dari perusahaan sebelumnya karena sudah mendapatkan tawaran kerja baru dari perusahaan lain atau sudah mendapatkan tempat kerja baru yang dirasa olehnya lebih baik dari perusahaan sebelumnya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H₁ : Budaya organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
2. H₂: Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
3. H₃: Budaya organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
4. H₄: Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
5. H₅: Kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
6. H₆: Budaya organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang
7. H₇: Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sd November 2021, penelitian ini dilakukan selama 3 bulan. Penelitian ini bertempat di PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang, Jawa Barat. PT. Zhi Sheng Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi dimana produk yang di hasilkannya yaitu berupa *smartphone android* serta *accessories* pendukung untuk *smartphone android* tersebut. Lokasi tersebut dipilih karena adanya masalah mengenai *turnover intention* dari karyawan, yang diduga faktor penyebab masalah tersebut ialah budaya organisasi, kompenasi, dan kepuasan kerja.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana hasil yang diperoleh berupa angka sehingga dapat dengan mudah menentukan tingkatan pengaruh antara variabel dapat terlihat dengan jelas. Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang bagian promotor dengan total 57 orang karyawan. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan yaitu menggunakan *Non-probability sampling* dengan teknik *sampling jenuh* (sensus), dimana seluruh total populasi dijadikan sampel untuk penelitian dikarenakan jumlah total populasi dianggap kecil atau

kurang dari 100 orang. Data diambil dengan cara membagikan kuisisioner melalui media online (whatsapp) dengan teknik *probability sampling* dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, Uji hipotesis atau regresi linier berganda, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Setelah kuesioner diisi responden maka data dimasukkan ke lembar kerja excel untuk direkap, proses editing dengan menggunakan spss 22.0, mengkodekan dan mentabulasi data serta menganalisisnya. Analisis ini memberikan skala nominal yang menunjukkan besarnya frekuensi *absolute* dan persentase berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan lama bekerja karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang, Adapun distribusi responden dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Perhitungan Data Karakteristik Responden

| Karakteristik Responden | Keterangan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|-------------------------|-----------------|----------------|----------------|
| Jenis Kelamin: | Pria | 26 | 45,6% |
| | Wanita | 31 | 54,5% |
| | Jumlah | 57 | 100% |
| Umur | 20 th - 30 th | 54 | 94,7% |
| | 31 th - 40 th | 3 | 5,3% |
| | 41 th - 50 th | 0 | 0,0% |
| | 51 th - 60 th | 0 | 0,0% |
| | Diatas 60 th | 0 | 0,0% |
| | Jumlah | 57 | 100% |
| Pendidikan Terakhir | SD | 0 | 0,0% |
| | SLTP/Sederajat | 1 | 1,8% |
| | SLTA/Sederajat | 50 | 87,7% |
| | D1/D2/D3 | 3 | 5,3% |
| | S1/S2/S3 | 3 | 5,3% |
| | Jumlah | 57 | 100% |
| Lama bekerja | 1 th - 2 th | 44 | 77,2% |
| | 3 th - 4 th | 11 | 19,3% |
| | 5 th - 6 th | 1 | 1,8% |
| | 7 th - 8 th | 1 | 1,8% |
| | Lebih dari 9 th | 0 | 0,0% |
| | Jumlah | 57 | 100% |

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah suatu uji yang dipakai untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dalam memperoleh data. Syarat umum untuk dianggap valid dilihat dari ketentuan nilai r hitung dan r tabel dan jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Arikunto, 2019). r tabel diperoleh dengan cara $(df) = n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dengan alpha 5%. Menurut (Arikunto, 2019) variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6. Sebaliknya jika lebih kecil dari 0,6 atau 0,5 maka tidak reliabel.

Hasil pengolahan menunjukkan bahwa butir-butir yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel bebas dan terikat adalah valid dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.220. Instrumen disebut reliabel jika koefisien α (alpha) lebih besar dari 0,600. Dari hasil pengolahan data diketahui variabel Budaya Organisasi (X1) memiliki koefisien $\alpha = 0,798$; variabel Kompensasi (X2)

memiliki koefisien $\alpha = 0,770$; variabel Kepuasan Kerja (Y1) memiliki koefisien $\alpha = 0,769$ dan variabel *Turnover Intention* (Y2) memiliki koefisien $\alpha = 0,775$. Dengan demikian diputuskan bahwa butir-butir yang digunakan sebagai instrument variabel penelitian adalah reliabel atau konsisten. Dengan demikian seluruh indikator dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil uji reliabilitas dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach Alpha | Standar Reliabilitas | Keterangan |
|---------------------------|----------------|----------------------|------------|
| Budaya Organisasi | 0,798 | 0,600 | Reliabel |
| Kompensasi | 0,770 | 0,600 | Reliabel |
| Kepuasan Kerja | 0,769 | 0,600 | Reliabel |
| <i>Turnover Intention</i> | 0,775 | 0,600 | Reliabel |

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Distribusi data dinyatakan normal jika koefisien Asymp Sig. (2-tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05. Uji normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | X1 | X2 | Y1 | Y2 |
|----------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| N | | 57 | 57 | 57 | 57 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | .0000000 | .0000000 | .0000000 |
| | Std. Deviation | 8.39010389 | 8.80517095 | 8.86120959 | 8.86120959 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .152 | .135 | .125 | .165 |
| | Positive | .152 | .135 | .125 | .165 |
| | Negative | -.076 | -.063 | -.057 | -.087 |
| Test Statistic | | .152 | .135 | .125 | .165 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .102 ^c | .212 ^c | .227 ^c | .127 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai P-value yaitu Asymp Sig. (2-tailed) rata-rata lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model uji normalitas dengan Asymp Sig. (2-tailed) telah memenuhi syarat normalitas data.

Uji Multikolinearitas

Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk setiap variabel bebas. Apabila nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hasil Uji multikolinearitas disajikan pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

| Model | Collinearity Statistics | |
|-------------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Kepuasan Kerja | .308 | 3.249 |
| Kompensasi | .474 | 2.110 |
| Budaya Organisasi | .339 | 2.946 |

a. Dependent Variable: Turnover Intention

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel 4 di atas diketahui bahwa nilai *tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas diantara variabel bebas, sehingga tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinearitas pada model persamaan regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji Glejser. Hasil Uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 1.720 | 2.993 | | .575 | .568 |
| Kepuasan Kerja | .248 | .167 | .355 | 1.489 | .142 |
| Kompensasi | -.107 | .145 | -.142 | -.737 | .465 |
| Budaya Organisasi | -.007 | .125 | -.013 | -.059 | .953 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji glejser diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untu variabel budaya organisasi (X1) sebesar 0,953, variabel kompensasi (X2) sebesar 0,465, dan variabel kepuasan kerja (X3) sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai sig t dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan 5%, H0 diterima dan HA ditolak apabila sig > 0,05 artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap dependen, H0 ditolak dan HA diterima apabila sig < 0,05 artinya ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap dependen. Berikut ini adalah hasil uji t pada model I dan II yaitu:

Tabel 6. Hasil Uji t Persamaan Model I
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 5.080 | 2.341 | | 2.170 | .034 |
| Budaya Organisasi | .466 | .080 | .594 | 5.862 | .000 |
| Kompensasi | .334 | .109 | .309 | 3.046 | .004 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil uji t persamaan model I pada tabel 6 diperoleh nilai budaya organisasi (X1) sebesar 0,000 < 0,05, maka artinya budaya organisasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja. Nilai kompensasi (X2) sebesar 0,004 < 0,05, maka nilai kompensasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja.

Tabel 7. Hasil Uji t Persamaan Model II
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 25.895 | 5.153 | | 5.025 | .000 |
| | Budaya Organisasi | 1.054 | .215 | .941 | 4.909 | .000 |
| | Kompensasi | 1.125 | .250 | .881 | 4.500 | .001 |
| | Kepuasan Kerja | 1.199 | .287 | .840 | 4.175 | .000 |

a. Dependent Variable: Turnover Intention

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t persamaan model II pada tabel 7 diperoleh nilai budaya organisasi (X1) sebesar $0,000 < 0,05$, maka artinya budaya organisasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention*. Nilai kompensasi (X2) sebesar $0,001 < 0,05$, maka nilai kompensasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* dan nilai kepuasan kerja sebesar $0,001 < 0,05$, maka nilai kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention*.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 8. Hasil R² Persamaan Model I
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .832 ^a | .692 | .681 | 3.509 |

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, Budaya Organisasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,692 atau sama dengan 69%, angka tersebut mengandung arti bahwa sekitar 69,2% sampel budaya organisasi dan kompensasi secara bersama dapat menjelaskan variasi sampel kepuasan kerja karyawan. Sedangkan sisanya ($100\% - 69\% = 31\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel tidak diteliti.

Tabel 9. Hasil R² Persamaan Model II
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .583 ^a | .806 | .802 | 7.407 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, Kompensasi, Budaya Organisasi

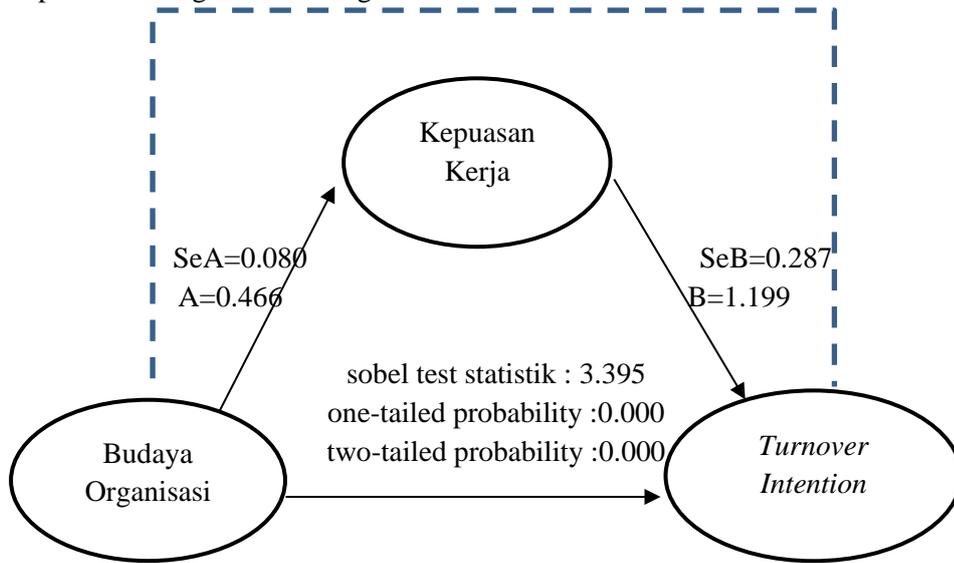
b. Dependent Variable: Turnover Intention

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,806 atau sama dengan 80%, angka tersebut mengandung arti bahwa sekitar 80,6% sampel budaya organisasi, kompensasi dan kepuasan kerja secara bersama dapat menjelaskan variasi sampel *turnover intention* karyawan. Sedangkan sisanya ($100\% - 80\% = 20\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel tidak diteliti.

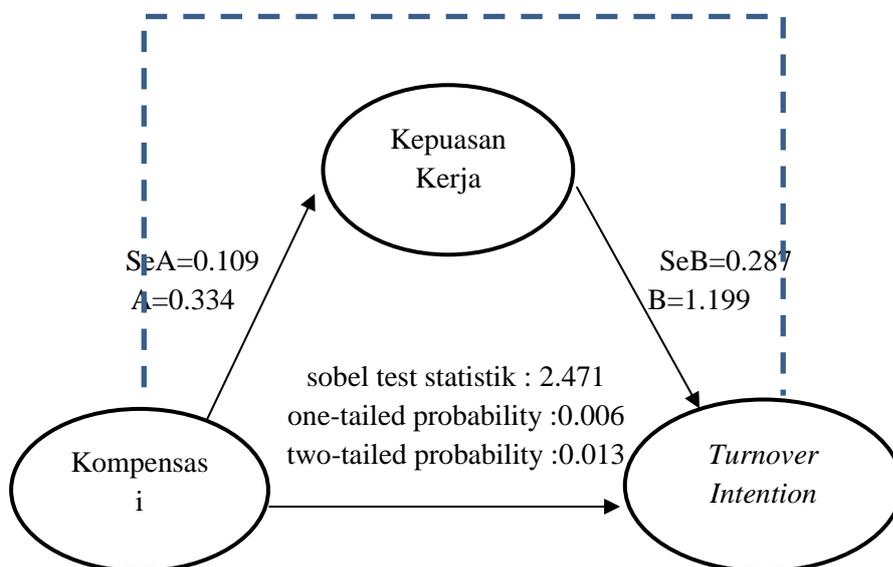
Uji Sobel Test

Dalam penelitian ini 2 hipotesis diuji dengan menggunakan sobel test (Sobel, 1982) yaitu hipotesis 6 dan hipotesis 7 dengan hasil sebagai berikut.



Gambar 2. Hasil Analisis Sobel Test Hipotesis 6 dan Pembahasannya.

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai *one tailed probability* sebesar 0.000 dengan tingkat signifikansi 5%, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $0.000 < 0,05$ jadi dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja mampu memediasi budaya organisasi terhadap *turnover intention*.



Gambar 3. Hasil Analisis Sobel Test Hipotesis 7 dan Pembahasannya.

Dari hasil perhitungan sobel test di atas mendapatkan nilai *one tailed probability* sebesar 0.006 dengan tingkat signifikansi 5%, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa $0.006 < 0,05$ jadi dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja mampu memediasi kompensasi terhadap *turnover intention*.

Pembahasan

Pengaruh Budaya Organisasi terhadap kepuasan kerja

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) budaya organisasi (X1) sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan budaya organisasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang. Oleh karena itu hipotesis H1 dapat dibuktikan atau diterima.

Budaya merupakan kumpulan kepercayaan, nilai, dan kerjasama yang membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya. Budaya mempengaruhi sebagian besar aspek kehidupan organisasi dan dapat mendukung terciptanya kepuasan kerja (Yulian, 2015). Apabila budaya organisasi bermanfaat bagi individu (misalnya, memperhatikan individu dan berorientasi pada prestasi, keadilan dan sportifitas), maka dapat diharapkan adanya peningkatan kepuasan kerja yang lebih baik daripada sebelumnya. Sebaliknya bilamana budaya organisasi yang ada bertentangan dengan tujuan, kebutuhan dan motivasi pribadi, kemungkinan yang timbul adalah kepuasan kerja berkurang. Contoh Budaya Organisasi (BO) berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja adalah sikap pemimpin yang *friendly* membuat nyaman karyawan Ketika bekerja maka akan menciptakan kesenangan terhadap tugas - tugasnya sebagai seorang karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan kepuasan kerja dilakukan (Sriani et al., 2022) yang menyatakan bahwa semakin baik atau semakin meningkat budaya organisasi akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh Kompensasi terhadap kepuasan kerja

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kompensasi (X2) sebesar $0,004 < 0,05$, hal ini menunjukkan kompensasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang. Oleh karena itu hipotesis H2 dapat dibuktikan atau diterima.

Pemberian kompensasi yang tepat dan benar akan membuat karyawan merasakan kepuasan dalam bekerja dan termotivasi untuk mencapai tujuan –tujuan organisasi, sebaliknya jika kompensasi yang diberikan kurang tepat dan tidak memadai maka akan menyebabkan prestasi, motivasi, dan kepuasan kerja karyawan mengalami penurunan (Saputra, 2022).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara kompensasi dengan kepuasan kerja dilakukan (Fajriana & Kustini, 2022) yang menyatakan bahwa jika perusahaan dapat memberikan kompensasi dengan baik, maka kepuasan karyawan akan semakin tinggi, sehingga pemberian balas jasa atau kompensasi yang cukup akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan. Sehingga tujuan perusahaan akan cepat tercapai.

Pengaruh Budaya organisasi terhadap *turnover intention*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) budaya organisasi (X1) sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan budaya organisasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang. Oleh karena itu hipotesis H3 dapat dibuktikan atau diterima.

Budaya organisasi menjadi faktor penting dalam menentukan kecocokan antara karyawan sebagai individu dengan perusahaan. Karyawan yang cocok dengan budaya organisasi akan memiliki keinginan *turnover intention* kerja yang lebih kecil ke perusahaan lain. Budaya organisasi yang memberikan tantangan bagi ketidakhadiran karyawan yang berkurang dan *turnover intention* dari pekerjaan, jabatan, dan organisasi (Noerchoidah, 2020). Budaya organisasi yang berjalan adil pada nilai, norma serta segala bentuk kebijakan akan membuat karyawan tidak akan meninggalkan organisasinya. Karyawan akan berfikir ulang untuk meninggalkan organisasinya, karena mereka akan

melihat keuntungan yang mereka terima baik itu keuntungan secara fisik maupun psikis terhadap lingkungan organisasi yang nyaman dari budaya organisasi yang diterapkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan *turnover intention* dilakukan (Rahmizal & Novia, 2021) yang menyatakan bahwa semakin besar Budaya Organisasi suatu perusahaan maka semakin rendah tingkat *Turnover Intention*.

Pengaruh Kompensasi terhadap *turnover intention*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kompensasi (X2) sebesar $0,001 < 0,05$, hal ini menunjukkan kompensasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang. Oleh karena itu hipotesis H4 dapat dibuktikan atau diterima.

Kompensasi merupakan segala bentuk pembayaran ataupun imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan sebagai balas jasa dari kontribusi yang telah diberikan kepada perusahaan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Jika kompensasi semakin tinggi maka akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan dalam perusahaan. Besarnya kompensasi yang diterima karyawan mencerminkan status, pengakuan dan tingkat pemenuhan kebutuhan yang dinikmati oleh karyawan. Jika kompensasi atau balas jasa yang diberikan perusahaan kurang, maka akan mengurangi tingkat kepuasan yang dirasakan karyawan. Namun jika balas jasa yang diterima karyawan semakin baik maka kepuasan kerja karyawan juga semakin baik (Sutikno, 2020).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara kompensasi dengan *turnover intention* dilakukan (Asih, 2021) yang menyatakan bahwa apabila kompensasi meningkat maka karyawan akan merasa puas sehingga keinginan mereka untuk meninggalkan perusahaan (*turnover intention*) akan rendah sedangkan apabila kompensasi rendah maka karyawan akan merasa tidak puas atas kompensasi yang diberikan sehingga keinginan karyawan untuk keluar (*turnover intention*) akan meningkat

Pengaruh Kepuasan kerja terhadap *turnover intention*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) kepuasan kerja sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* karyawan PT. Zhi Sheng Indonesia area Sumedang. Oleh karena itu hipotesis H5 dapat dibuktikan atau diterima.

Kepuasan kerja merupakan perasaan yang dirasakan karyawan terhadap kondisi ia bekerja baik berupa perasaan positif atau negatif. Berdasarkan pengamatan, masih terdapat karyawan yang tidak puas terhadap pekerjaannya namun memilih bertahan untuk bekerja pada perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan karyawan masih membutuhkan pekerjaan tersebut dan semakin sulitnya mencari pekerjaan baru. Kepuasan kerja dan *turnover intention* memiliki korelasi yang kuat, dimana kepuasan kerja sangat mempengaruhi *turnover intention*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara kepuasan kerja dengan *turnover intention* dilakukan (Ningtyas & Purnomo, 2020) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja menunjukkan hasil positif dan signifikan terhadap *turnover intention*.

Budaya organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki budaya organisasi yang kuat akan memiliki kepuasan kerja yang tinggi yang mengakibatkan keinginan untuk keluar dari pekerjaan saat ini lebih kecil. Budaya organisasi yang dibentuk di PT.Zhi Sheng Indonesia area

Sumedang secara baik dengan kesepakatan bersama antara pimpinan dan karyawan didalam membentuk adanya sebuah mekanisme dan prosedur kerja, nilai dan norma yang harus dipatuhi bersama. Hal tersebut menjadikan karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang mampu dan sesuai didalam melaksanakan pola yang telah mereka sepakati bersama, sehingga karyawan senantiasa merasa puas dan dapat berkerja dengan baik, patuh dan taat, saling membantu, dan dapat berkerjasama menghindarkan atau menghilangkan keinginan karyawan untuk keluar atau berhenti dari PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang tempat dimana mereka membuat keputusan bersama untuk saling berkerja bersama.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan kepuasan kerja signifikan memediasi hubungan antara budaya organisasi dan *turnover intention* karyawan dilakukan (Noerchoidah, 2020) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja sebagai *full mediation* pada pengaruh budaya organisasi terhadap *turnover intention*.

Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa organisasi yang memberikan imbalan atau balas jasa yang sesuai akan membuat karyawan memiliki kepuasan kerja yang tinggi yang mengakibatkan keinginan untuk keluar dari pekerjaan saat ini lebih kecil. Terpenuhinya kompensasi oleh PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang kepada karyawan akan memberikan pengaruh kepada karyawan yaitu meningkatnya kepuasan kerja karyawan. Meningkatnya kepuasan kerja dari karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang menyebabkan karyawan akan merasa nyaman dengan pekerjaannya dan enggan untuk melakukan *turnover intention* ke pekerjaan yang lain. Kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang cukup tinggi hal ini dikarenakan karyawan telah nyaman bekerja di perusahaan karena pekerjaan yang diterima telah sesuai dengan kontrak dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawannya. Selain itu perilaku pimpinan yang *friendly* semakin menambah kepuasan kerja karyawan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang mendukung dan membuktikan kepuasan kerja signifikan memediasi hubungan antara kompensasi dan *turnover intention* karyawan dilakukan (Setiawan & Harahap, 2016) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja sebagai mediasi pada pengaruh kompensasi terhadap *turnover intention*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara budaya organisasi dan kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompensasi dan kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara budaya organisasi dan *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompensasi dan *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan kerja dan *turnover intention* karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
6. Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.
7. Kompensasi berpengaruh positif signifikan terhadap *turnover intention* melalui kepuasan kerja karyawan PT.Zhi Sheng Indonesia area Sumedang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka cipta.
- Asih, R. P. W. (2021). Pengaruh Karakteristik Individu dan Kompensasi terhadap Turnover Intention Dengan demikian , turnover intention dapat berakibat kerugian bagi perusahaan , bocornya informasi atau rahasia perusahaan pada kompetitor (Puangyoykeaw dan (Zakaria dan Astuty ,. *Journal Riset Manajemen Manajemen*, 11(1), 25–35.
- Fajriana, A. N., & Kustini. (2022). Dampak Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Pt. Puma Logistics International. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(1), 220–226.
- Iskandar, D. (2018). Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Kepuasan Kerja Dan Dampaknya Terhadap Produktivitas Karyawan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 23–31. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.8>
- Komalasari, E. siti, Widiyono, & Maulina, A. (2021). Pengaruh kompensasi dan budaya organisasi terhadap turnover intention karyawan pada PT Elang Transportasi Indonesia di Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 38–47.
- Narpati, B., Andrian, A., & Nursal, M. F. (2020). Pengaruh Turnover Intention Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Sales Promotion Girl (Spg) Matahari Department Store – Bekasi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 174–188. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.4819>
- Nawa, F., & Kempa, S. (2017). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Nusa Tenggara Timur. *AGORA Vol. 5, No : 3, (2017)*, 5(3), 1–9.
- Ningtyas, A. P. A., & Purnomo, S. hadi. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*2, 9(4), 1634–1655.
- Noerchoidah. (2020). Turnover Intention Karyawan: Pengaruh Budaya Organisasi, Organizational Justice dan Kepuasan Kerja. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 294–307. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK>
- Novita , Sunuharjo, B. S., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT . Telekomunikasi Indonesia , Tbk Witel Jatim Selatan , Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34(1), 38–46.
- Rahmizal, M., & Novia, L. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan PT. Brahma Bina Bakti Mill Jambi. *Jurnal Pundi*, 05(01), 31–44. <https://doi.org/10.31575/jp.v5i1.337>
- Saeka, I., & Suana, I. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan Pt. Indonusa Algaemas Prima Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(6), 3736–3760.
- Saputra, A. A. (2022). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Technomedia Journal*, 7(1), 2–12. <https://doi.org/10.33050/tmj.v7i1.1755>
- Setiawan, D. P., & Harahap, P. (2016). Pengaruh Komitmen Organisasi, Kompensasi, Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Turnover Intention Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt. Sido Muncul Semarang). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 9(3), 56–79. <https://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/887/560>
- Sriani, N. K., Abiyoga, N. L. A., & Premayani, N. W. W. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Budaya Organisasi dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 2(1), 139–150. <https://doi.org/10.47532/jis.v4i1.227>
- Supatmi, mamik eko, Nirman, U., & Utami, hamidah nayati. (2016). Pengaruh Pelatihan, Kompensasi

- Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Dan Kinerja Pegawai. *Jurnal Profit*, 7(1), 25–37.
- Sutikno, M. (2020). Pengaruh Beban Kerja dan Kompensasi Terhadap Turnover Intention dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding; Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)* 3, 450–473.
- Wales, G. V, Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 4435–4444. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18645>
- Widayati, C., & Yunia, Y. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Turnover Intention. *Jurnal Manajemen*, 20(03), 387–401.
- Yulian, F. (2015). Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai. *Kinerja*, 12(1), 14. <https://doi.org/10.17509/jimb.v3i1.13091>

Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Honda Scoopy di PT. Tunasjaya Motor Magelang

Devi Saputri Arfuansyah^{1*}, Andhatu Achsa²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

dhevisaputria@gmail.com^{1*};andhatuachsa@untidar.ac.id

Received 4 Maret 2022 | Revised 17 Maret 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

PT Tunasjaya Motor Magelang merupakan dealer resmi sepeda motor merek honda dengan penjualan tertinggi dipegang oleh segmen sepeda motor matic. Salah satunya adalah Honda Scoopy namun dibandingkan penjualan honda beat masih terbilang rendah walaupun pangsa pasar kedua motor tersebut hampir sama. Maka diperlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pangsa pasarnya dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki Honda Scoopy serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan bantuan metode analisis SWOT, yang bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai total matriks ifas adalah 3,40 sedangkan nilai total matriks EFAS adalah 2,65. Dari strategi swot matrix yang dapat diterapkan untuk meningkatkan volume pemasaran dan penjualan honda scoopy dengan SO adalah dengan memperkenalkan keunggulan shoopy serta menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, strategi WT adalah memperbaiki tampilan fasilitas pemasaran media sosial dan meningkatkan kualitas layanan.

Keywords: Strategi pemasaran; honda scoopy; Analisis SWOT; PT Tunasjaya Magelang

Abstract

PT Tunasjaya Motor Magelang is the official dealer of honda brand motorcycles with the highest sales held by the matic motorcycle segment. One of them is Honda Scoopy but compared to honda beat sales are still fairly lower although the market share of both motorcycles is almost the same. Then it needs a marketing strategy to increase its market share by maximizing the strengths and opportunities possessed by Honda Scoopy and minimizing weaknesses and threats. The analysis method used is qualitative descriptive analysis with the help of SWOT analysis method, which aims to determine marketing strategies that can be used to increase sales. The results showed that the total value of ifas matrix is 3.40 while, the total value of EFAS matrix is 2.65. From swot matrix strategy that can be applied to increase marketing and sales volume honda scoopy with SO is to introduce shoop excellence as well as maintain and improve the quality of service. In addition, wt strategy is to improve the appearance of social media marketing facilities and improve the quality of service.

Keywords: Marketing strategy; honda scoopy; SWOT Analysis; PT Tunasjaya Motor Magelang

PENDAHULUAN

Saat ini adalah era di mana segala hal bergerak dengan cepat, tanpa terkecuali kegiatan transportasi yang merupakan kegiatan yang erat pada kehidupan setiap orang. Transportasi merupakan kegiatan pendistribusian atau berpindahnya sesuatu dari lokasi satu ke lokasi yang lain (Aprianti, 2017). Salah satu transportasi yang banyak di minati orang terlebih di Indonesia adalah sepeda motor, sehingga permintaan konsumen akan sepeda motor mengalami kenaikan. Hal tersebut tentu memicu persaingan bisnis antar perusahaan. Persaingan tersebut mudah terjadi karena setiap perusahaan, selalu berusaha mendapat keuntungan maksimum dan guna tercapainya tujuan perusahaan. Pencapaian tujuan suatu perusahaan tidak jauh dari pengaruh faktor lingkungan. Faktor tersebut dari dalam maupun luar perusahaan. Faktor dari dalam mencakup kekuatan serta kelemahan di dalam perusahaan, mencakup unsur bisnis pada perusahaan misalnya struktur perusahaan, keuangan, sumber daya manusia pada perusahaan tersebut, kebudayaannya, dan manajemen perusahaan sedangkan faktor dari luar adalah hal yang dapat berpengaruh pada kinerja dan penjualan atas suatu produk yang meliputi peluang serta ancaman. Apabila faktor – faktor tersebut bisa di atur secara baik tentu tujuan perusahaan dapat di capai dengan mudah.

Hal tersebut juga di terapkan oleh PT. Tunasjaya Motor Magelang. *Dealer* tersebut sebagai objek penelitian karena PT. Tunasjaya Motor merupakan *dealer* resmi penjualan sepeda motor merek honda sekaligus merupakan main *dealer* (distributor utama) untuk wilayah penjualan Magelang. Produk yang di jual oleh perusahaan ini antara lain sepeda motor yang meliputi genio, beat, scoopy, vario, pcx, revo, supra, cbr, crf, sonic, dan verza. (sumber : PT. Tunasjaya Motor Magelang). Pada penelitian ini akan membahas lebih rinci mengenai Scoopy. Pada pasar sepeda motor nasional, Honda yang diproduksi PT. Astra Honda Motor memimpin pangsa pasar sepanjang periode tahun 2020. Selama periode tersebut, Honda menjadi *brand* terlaris dengan total penjualan domestik sebesar 2.892.168 unit (Trisyuliono 2021). Jadi, dapat diketahui masyarakat yang membeli sepeda motor Honda di dibandingkan pembelian merek lain tentu lebih banyak. Melalui hal tersebut maka saya tertarik untuk meneliti sepeda motor merek Honda.

Supervisor marketing PT. Tunasjaya Motor Magelang, Rio Brian mengatakan penjualan tertinggi di pegang oleh segmen motor *matic* yaitu beat, vario, dan scoopy. Tetapi honda scoopy jika dibandingkan dengan penjualan salah satu merek Honda lain yaitu honda beat masih terbilang lebih rendah. Walaupun jika di lihat pangsa pasar kedua sepeda motor tersebut hampir sama yaitu segala usia dan segala jenjang ekonomi di masyarakat. Selain itu dari segi pertumbuhan scoopy memiliki nilai yang lebih baik dari honda beat. Scoopy juga di kenal masyarakat sebagai pelopor tren *skutik* retro terlebih di kalangan anak muda sehingga memiliki daya tarik tersendiri. Dengan peluang yang cukup tinggi dan berpotensi untuk tumbuh tentu diperlukan strategi pemasaran yang baik supaya dapat menarik konsumen kemudian dapat meningkatkan volume penjualan scoopy. Strategi tersebut harus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada selain itu juga meminimalkan kelemahan dan ancaman yang di hadapi. Maka sesuai hal tersebut analisis yang sesuai untuk di gunakan adalah analisis swot. SWOT adalah kependekan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* dalam perusahaan dengan membandingkan faktor luar seperti Peluang dan Ancaman dengan faktor dalam seperti kekuatan dan kelemahan (Rahmayati 2015). Analisis ini merupakan salah dari beberapa metode yang ada dan dinilai lebih efektif dan efisien dari lain untuk menemukan dan mengenali kemungkinan yang ada terkait inovasi perusahaan. Tujuan yang ingin di capai adalah mengetahui strategi yang dapat di gunakan untuk pemasaran honda scoopy sehingga dapat meningkatkan volume penjualan scoopy serta guna menganalisis factor dari dalam dan luar pada pemasaran honda scoopy di PT. Tunasjaya Motor Magelang.

Pemasaran adalah proses sosial untuk memenuhi kebutuhan individu ataupun kelompok melalui penciptaan / pertukaran produk dengan pihak maupun kelompok lain (Noor 2014). Pemasaran merupakan sistem dalam sebuah usaha guna merancang, sebagai penentu harga, pengembangan dan

distribusi suatu produk yang mampu memberi perasaan puas pada kebutuhan konsumen maupun konsumen yang berpotensi. (Afrilita 2013). Pemasaran juga di sebut sebagai proses menghasilkan nilai pada konsumen dan membangun ikatan kuat dengan pelanggan, dengan tujuan mendapat timbal balik dari pelanggan dalam bentuk pembayaran. (Rompas, Lengkong, and Karuntu 2017). Kegiatan pemasaran diawali ketika fokus pemasar di penyedia serta manfaat untuk konsumen. Lalu membahas pemasaran dan eskalasi strategi. Diakhiri dengan pengembangan, penentuan harga, promosi dan penempatan produk. (Anas 2017). Menurut Kotler & Armstrong tujuan pemasaran untuk menciptakan dan mengatur hubungan pelanggan yang menguntungkan. (Kotler and Armstrong 2013) Tujuan lain, menciptakan nilai bagi pembeli dan mendapat nilai maupun timbal balik dari konsumen. (APRIANTI 2017). Menurut Kotler dan Keller untuk mengenal dan mengerti konsumen agar produk yang di hasilkan sesuai keinginan pelanggan dan mendapat nilai jual tinggi. (Noor 2014). Tujuan pemasaran tidak hanya terkait laba. Tapi dapat berbentuk emosional seperti kepuasan pada konsumen. Sehingga tujuannya adalah akan memenuhi kepuasan, kegiatan *marketing* sendiri terdiri atas banyak lembaga produsen. (Ariefianto 2015)

Strategi Pemasaran merupakan alat mendasar untuk mencapai tujuan perusahaan guna meningkatkan keunggulan bersaing secara terus menerus melalui pasar digunakan guna menanggapi pasar sasaran tadi (Prastiyo, Fathoni, and Malik 2018). Strategi pemasaran tersebut memberikan arah dengan berbagai variabel. Hal tersebut berdasar dari analisa keadaan serta tujuan untuk pencapaian tujuan. (Anas 2017). Dalam menentukan sebuah strategi pemasaran perlu berdasar analisa lingkungan melalui analisa kekuatan, kelemahan perusahaan, peluang dan ancaman yang ditemui oleh perusahaan. (Respati Ariefianto, 2015). Kemudian strategi tadi adalah dasar perusahaan untuk bergantung guna mencapai sasaran yang ditentukan, sehingga untuk mewujudkan tujuan dari perusahaan. (APRIANTI 2017). Strategi pemasaran terbagi dalam tiga jenis yaitu: (1) tidak diskriminatif pasar (2) diskriminatif pasar. (3) terpusat. (Ariefianto 2015)

METODE

Jenis Penelitian ini penulis memilih pada pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan dengan memanfaatkan data (tertulis atau lisan, fenomena, perilaku, kejadian, pandangan) dan obyek penelitian terlihat peneliti. Pengertian lain analisis deskriptif adalah penguraian data yang di dapat dari pembahasan penelitian serta gambaran sesuai aslinya pada saat di lakukan penelitian (Ariefianto 2015). Penelitian ini mencakup pada manajemen pemasaran terlebih pada analisis SWOT guna menentukan strategi pemasaran yang berlokasi di PT. Tunasjaya Motor Magelang. Sumber data di ambil dari data primer yang di dapatkan langsung peneliti kepada obyek yang di teliti. Dat berasal dari wawancara yang di lakukan kepada *supervisor marketing* PT. Tunasjaya Motor Magelang. Selain itu juga menggunakan data sekunder yang di dapatkan baik berupa laporan perusahaan maupun penelitian sebelumnya. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis swot dan matrik swot.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Matriks Faktor Strategi Internal Honda Scoopy

| Faktor-Faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Skor |
|--|-------|--------|------|
| Kekuatan | | | |
| Scoopy memiliki desain elegan, klasik dan varian yang banyak | 0,09 | 5,00 | 0,43 |
| image PT. Tunasjaya yang baik | 0,11 | 4,00 | 0,44 |
| Mesin memiliki performa bagus dengan teknologi SOHC dengan pendingin udara eSP | 0,03 | 3,00 | 0,08 |
| Bahan bakar irit karena menggunakan teknologi ACG Starter dan PGM-FI | 0,08 | 3,50 | 0,29 |

| Faktor-Faktor Strategi Internal | Bobot | Rating | Skor |
|--|-------------|--------|-------------|
| Adanya fitur power charger dan smart key sistem menjamin keamanan scoopy | 0,03 | 3,00 | 0,08 |
| Target pasar jelas | 0,08 | 3,50 | 0,29 |
| inch wheels wide tubeless tire dan bagasi luas menambah kenyamanan berkendara | 0,06 | 3,00 | 0,17 |
| Lampu depan sudah LED Projector Headlight sehingga menghasilkan cahaya lebih terang | 0,08 | 4,00 | 0,33 |
| Pengereman menggunakan Combi Brake System jadi memungkinkan rem depan dan belakang bekerja bersama | 0,06 | 3,00 | 0,17 |
| Speedometer sudah Combined Digital Panel Meter, sehingga memberikan informasi yang lebih lengkap | 0,11 | 5,00 | 0,56 |
| Kelemahan | | | |
| Performa masih rendah karena hanya memiliki kapasitas mesin 110 cc yang membuat tenaga dan torsi nya tak terlalu besar | 0,11 | 2,50 | 0,28 |
| Harga yang cukup mahal | 0,08 | 2,00 | 0,17 |
| Tangki bahan bakar kecil yaitu 4 liter | 0,06 | 1,50 | 0,08 |
| Pemasaran melalui media sosial yang kurang menarik | 0,03 | 1,00 | 0,03 |
| Total | 1,00 | | 3,40 |

Tabel 2. Matriks Faktor Strategi Eksternal Honda Scoopy

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal | Bobot | Rating | Skor |
|---|-------------|--------|-------------|
| Peluang | | | |
| Memiliki pasar yang potensial untuk bertumbuh | 0,13 | 3,50 | 0,44 |
| adanya tren motor skutik yang meningkat | 0,17 | 4,00 | 0,67 |
| Peminat honda scoopy yang tinggi | 0,08 | 3,00 | 0,25 |
| Bunga yang ditawarkan rendah | 0,13 | 3,00 | 0,38 |
| Ancaman | | | |
| Adanya kompetitor sejenis | 0,17 | 1,00 | 0,17 |
| aktifitas promosi kompetitor | 0,13 | 2,50 | 0,31 |
| Tuntutan konsumen yang semakin tinggi | 0,08 | 1,50 | 0,13 |
| Keberadaan produk pengganti yang lebih murah | 0,13 | 2,50 | 0,31 |
| TOTAL | 1,00 | | 2,65 |

Tabel 3. Matrik Swot

| | | |
|---|---|--|
| FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL | KEKUATAN <i>(strength)</i> | KELEMAHAN <i>(weakness)</i> |
| | <ol style="list-style-type: none"> 1- Desain elegan, klasik, varian beragam. 2- image PT. Tunasjaya baik 3- Target pasar jelas 4- power charger, LED, Combi Brake System, speedometer, smart key sistem sebagai fitur utama. 5- Kenyaman serta bahan bakar yang irit saat berkendara dengan honda scoopy | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas mesin 110 cc sehingga tenaga dan torsi nya tak terlalu besar 2. Harga cukup mahal 3. Tangki bahan bakar kecil 4. Pemasaran melalui media sosial yang kurang menarik |
| PELUANG <i>(opportunity)</i> | STRATEGIS SO (S4,O3 ,O1,O2) : memperkenalkan keunggulan shoopy pada konsumen sehingga pemasaran efektif dan tepat sasaran (S2, O3) : menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen percaya pada PT. Tunasjaya misal memberikan paket menarik pada konsumen untuk menambah aksesoris kendaraan | STRATEGIS WO (S2,O2) : meningkatkan kerjasama dengan pihak bank / learsing. Misal potongan harga / perpanjangan waktu pada apabila transaksi pembayaran melalui bank / leasing. (S4,O2,O3) : memperbaiki tampilan media sosial dan memberikan informasi secara jelas agar menarik minat konsumen terlebih pada peminat skutik |

| <p>ANCAMAN (<i>threat</i>)</p> | <p>STRATEGIS ST (S1,S4,S5,O1,O2):</p> | <p>STRATEGIS WT (W4,T1,T2,T3) :</p> |
|--|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kompetitor sejenis 2. Aktifitas promosi kompetitor 3. Tuntutan konsumen yang semakin tinggi 4. Keberadaan produk pengganti yang lebih murah | <p>melaksanakan promos pada customer yang menekankan pada kelebihan spesifikasi sqoopy yang tidak di miliki sepeda motor lain. terutama pada fitur utama yang ada pada honda sqoopy</p> | <p>memperbaiki tampilan media sosial sarana pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan penjualan dan di harapkan dapat unggul dari produk yang dihasilkan perusahaan lain.</p> |

Pengertian dari strategi pemasaran merupakan beberapa niat, program dan aturan sebagai pemberi petunjuk dalam upaya pemasaran di masa sekarang dan mendatang, di tiap tingkat dan tumpuan juga alokasinya, lebih – lebih untuk ulasan dalam menghadapi lingkungan dan persaingan yang tidak tentu. (Arieffianto 2015). Tjiptono, menyatakan strategi pemasaran merupakan dasar yang akan diikuti manajer pemasaran. Dasaar dari tindakan adalah analisa keadaan serta tujuan selain itu adalah cara guna mencapai tujuan tadi. (Aprianti 2017)

Ketika menentukan strategi pemasaran hendaklah berdasarkan atas analisa lingkungan baik dari dalam dan luar perusahaan mengenai keunggulan ,kelemahan, peluang dan ancaman yang akan hadapi. Hal tersebut dikarenakan strategi pemasaran tiap – tiap perusahaan merupakan dasar secara menyeluruh dengan harapan mencapai sasaran yang sudah di tetapkan.

Salah satu perusahaan yang memerlukan strategi pemasaran untuk pemasaran produknya adalah PT. Tunasjaya Motor Magelang yanh merupakan dealer resmi penjualan sepeda motor merek honda sekaligus merupakan main dealer (distributor utama) untuk wilayah penjualan Magelang dan sering disebut dealer honda terbesar di Magelang. Salah satu yang di pasarkan oleh PT. Tunasjaya Motor Magelang adalah sepeda motor honda sqoopy. Honda sqoopy adalah salah satu merek sepeda motor jenis *skuter matic* yang telah di produksi dan dirilis oleh PT Astra Honda Motor, pertama kali di luncurkan pada Mei 2010. Sejak diluncurkan sampai saat ini honda sqoopy sudah masuk generasi ke empat sehingga desain, teknologi serta karakteristik yang juga sudah mengalami perubahan dan penyesuaian terhadap keinginan konsumen. Untuk generasi ke empat fitur yang di miliki seperti power charger, LED Projector Headlight, Combi Brake System, speedometer Combined Digital Panel Meter, dan smart key system. Meskipun harga jual produk terus mengalami kenaikan, tetapi minat dan daya belinya terbilang tetap tinggi dan konsisten dalam 10 merek terlaris tiap bulannya setelah honda beat series dan vario series. (Muslim 2021).

Scoopy termasuk merek terlaris setelah beat series dan vario series. Hal tersebut juga terjadi di PT. Tunasjaya Motor Magelang dimana honda scoopy jika dibandingkan dengan penjualan honda beat masih terbilang lebih rendah. Meskipun pangsa pasar kedua sepeda motor tersebut hampir sama yaitu segala usia dan segala jenjang ekonomi di masyarakat. Dan jika dilihat dari spesifikasi keduanya scoopy memiliki spesifikasi yang lebih di banding honda beat walaupun harga yang di tawarkan cukup tinggi. Dengan peluang pasar yang dimiliki dan berpotensi untuk tumbuh maka diperlukan sebuah strategi pemasaran yang terbilang berhasil dan praktis supaya menarik minat konsumen terlebih pecinta skuter sehingga dapat meningkatkan volume penjualan scoopy tiap bulannya. Strategi tersebut harus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada pada scoopy namun juga dapat mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada.

Berdasarkan pembahasan dan hasil dari analisis tabel gambar 1 dan gambar 2 IFAS faktor kekuatan dan kelemahan ,total nilai matrik IFAS Honda Scoopy pada PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah sebesar 3,40. Sedangkan hasil analisis tabel EFAS mengenai faktor peluang serta ancaman , *hasil* total nilai matrik EFAS Honda Sqoopy pada PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah sebesar 2,65.

Berdasarkan analisis matrik SWOT di atas menunjukkan bahwa strategi pemasaran honda scoopy dapat ditentukan dari kombinasi faktor yang di dapat dari internal perusahaan dan faktor yang di dapat dari eksternal perusahaan. Sehingga dari matrik SWOT tersebut terdapat empat strategi yang bisa diterapkan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang.

Strategi SO (Strengths-Opportunities).

Strategi yang dapat dilakukan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah: Memperkenalkan keunggulan scoopy pada konsumen sehingga pemasaran dapat efektif dan tepat sasaran. Keunggulan dari produk scoopy dapat di jadikan senjata bagi pemasar dalam mengenalkan produk ke pada masyarakat sehingga pandangan positif masyarakat akan scoopy dapat muncul di benak masyarakat. Walaupun scoopy memiliki harga jual yang cukup tinggi dengan spesifikasi dan fitur yang di miliki dapat menutupi pandangan tentang harga tadi.

Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen percaya pada PT. Tunasjaya misal memberikan paket menarik pada konsumen untuk menambah aksesoris kendaraan. PT Tunasjaya Honda Motor Magelang harus memberikan pelayanan yang maksimal untuk konsumen terlebih lagi pelanggan supaya mereka tetap loyal, misalnya dengan memberikan paket menarik pada konsumen untuk menambah aksesoris kendaraan. Kemudian dapat memberi pelayanan *call service* melalui telepon kepada konsumen mengenai informasi, layanan, promo yang ada dan sedang berlangsung. Ataupun informasi lain seperti prosedur pembelian melalui *leasing* atau *cash*.

Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ST dilakukan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah: Melaksanakan promosi pada customer terlebih menekankan pada kelebihan spesifikasi scoopy yang tidak di miliki sepeda motor lain. Terutama pada fitur utama yang ada pada honda scoopy. Keunggulan dari produk scoopy dapat di jadikan senjata bagi pemasar dalam mengenalkan produk ke pada masyarakat sehingga pandangan positif masyarakat akan scoopy dapat muncul di benak masyarakat. Selain itu dapat di jadikan pembeda terhadap sepeda motor lain walaupun sama – sama skuter *matic*. Spesifikasi pada honda scoopy tadi tentu hanya di miliki oleh scoopy maka dapat menjadikannya lebih unggul dari produk lain.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Strategi WO dilakukan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah: Meningkatkan kerjasama dengan pihak bank / leasing. Misal potongan harga / perpanjangan waktu pada apabila transaksi pembayaran melalui bank / leasing. Di pasaran scoopy di nilai memiliki harga jual yang dikatakan lumayan tinggi di dibandingkan dengan produk sejenis lainnya. Tentu masyarakat berpikir dua kali ketika akan membelinya. Tetapi dengan adanya kerjasama dengan pihak bank / leasing terkait transaksi pembelian tentu akan menjadi strategi yang dapat menarik pembeli. Misal adanya potongan harga / perpanjangan waktu pada apabila transaksi pembayaran melalui bank / leasing tentunya hal tadi akan membuat pembeli merasa senang karena meringankan mereka ketika akan membeli produk tadi.

Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Strategi WT di lakukan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang adalah: Memperbaiki tampilan media sosial sarana pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan penjualan dan di harapkan dapat unggul dari produk lain. Media sosial di gunakan sebagai media pemasaran karena di anggap efektif dan efisien serta mudah untuk di lihat banyak orang karena pengguna media sosial cukup banyak. Tampilan yang ada di dalamnya mengandung segala hal berkaitan dengan produk yang bertujuan untuk mengenalkan produk sehingga dapat menarik minat pengguna. Tentunya tampilan yang menarik akan berpengaruh dan menimbulkan sikap positif ke pada pengguna

media sosial yang melihatnya. Dan juga dapat mengubah sikap negatif pembeli menjadi sikap positif dari sikap acuh pada produk menjadi ingin membeli produk tersebut. Hal tersebut perlu di lakukan pada media sosial PT Tunasjaya Honda Motor Magelang agar dapat menimbulkan sikap positif ke pada pengguna media sosial yang melihatnya.

Dari beberapa kemungkinan alternatif strategi yang di peroleh di atas, maka strategi yang di nilai tepat untuk dilakukan oleh PT Tunasjaya Honda Motor Magelang supaya meningkatkan penjualan honda scoopy yaitu diperoleh dari strategi S.O yaitu menggunakan *Strength* dan memanfaatkan *Opportunities* yang ada di PT Tunasjaya Honda Motor Magelang tersebut yaitu : 1) memperkenalkan keunggulan scoopy pada konsumen sehingga pemasaran dapat efektif dan tepat sasaran 2) menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen percaya pada PT Tunasjaya Honda Motor Magelang misal memberikan paket menarik pada konsumen untuk menambah aksesoris kendaraan. Selain itu dari strategi WT yaitu strategi dengan memanfaatkan *Weaknesses* dengan *Threats* perusahaan adalah **Memperbaiki tampilan media sosial sarana pemasaran dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan penjualan dan di harapkan dapat unggul dari produk lain.**

Berdasarkan hasil serta pembahasan dari analisis Matrik SWOT pada PT Tunasjaya Honda Motor Magelang terdapat kekuatan yang bisa di manfaatkan sebagai strategi tertentu juga dapat menggunakan peluang yang ada dengan tepat dan dengan bersamaan dapat meminimalkan atau bahkan menghindari kelemahan dan ancaman yang di hadapi. Maka tujuan yang ingin di gapai dengan keputusan konsumen yang di dapat sesudah kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang di produksi oleh perusahaan.

SIMPULAN

Dari hasil analisis serta pembahasan peneliti terkait dengan permasalahan yang diutarakan, dapat diambil kesimpulan untuk strategi pemasaran yang di sarankan untuk Honda Scoopy yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil faktor internal & eksternal perusahaan menunjukkan total nilai matrik IFAS sebesar 3,40 dan EFAS sebesar 2,65.
2. Hasil dari analisis SWOT menunjukkan beberapa keunggulan honda scoopy sedangkan kelemahannya apa pada media pemasaran yang kurang menarik.
3. Analisis strategi pemasaran dengan analisis SWOT menunjukkan bahwa media untuk memperkenalkan honda scoopy terlebih pada keunggulan – keunggulan yang dimiliki adalah sesuatu yang sangat di perlukan serta diperhatikan. Sehingga saat konsumen tertarik akan produk yang di pasarkan. Dan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar konsumen percaya pada produk karena berkaitan dengan mempertahankan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilita, Nur. 2013. “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah Di Samarinda.” *Journal Admistrasi Bisnis* 1(1): 56–70. <https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/?p=608>.
- Anas, Fadilah. 2017. “Marketing Strategy Through Swot Analysis On Dealer Honda Prima.” (207).
- APRIANTI, EVI. 2017. “Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda (Studi Pada Pt. Pasific Motor 1 Cikarang).” *Skripsi*.
- Arieffianto, Respati. 2015. “Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Ahas Honda Daya Motor Surabaya.” 4. <https://docplayer.info/33729761-Analisis-swot-dalam-menentukan-strategi-pemasaran-pada-ahass-honda-daya-motor-surabaya-respati-arieffianto.html>.
- Kotler, and Philip and Gary Armstrong. 2013. “Prinsip-Prinsip Pemasaran.” : 149.
- Muslim. 2021. “Kenali 5 Generasi Honda Scoopy Dari Masa Ke Masa.” *bmspeed7.com*.

- <https://bmspeed7.com/generasi-honda-scoopy-dari-masa-ke-masa/>.
- Noor, Syamsudin. 2014. "Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang." *Jurnal INTEKNA* 14(2): 102–209.
- Prastiyo, Agung, Aziz Fathoni, and Djamaludin Malik. 2018. "Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Ud. Barokah Ungaran." *Jurnal of Management* 02(02): 1–11.
- Prawitasari. 2019. "Dan Pameran Sehingga PT. Bintang Motor Semakin Diyakini Dan Dikenal Masyarakat." : 70–78.
- Rahmayati. 2015. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Udang Beku PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan, Kalimantan Utara." *Jurnal Galung Tropika* 4(1): 60–67. <https://jurnalpertanianumpar.com/index.php/jgt/article/view/28>.
- Rompas, C A, V P K Lengkong, and M M Karuntu. 2017. "Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Pada Pt. Astra International Tbk. Daihatsu Cabang Martadinata Manado Analysis Of Marketing Mix Effect On Purchase Decision Ayla Daihatsu Car On Pt.Astra International Tbk.Daihatsu ." *Analisis Bauran... 4505 Jurnal EMBA* 5(3): 4505–14.
- Setyorini, Hany, and Imam Santoso. 2016. "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dan QSPM (Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)." 5(1): 46–53.
- Trisyuliono, Muslimin. 2021. "Segini Penjualan Motor Honda Sepanjang Tahun 2020, Tebak Tipe Apa Yang Terlaris?" *www.gridoto.com*. <https://www.gridoto.com/read/222514115/segini-penjualan-motor-honda-sepanjang-tahun-2020-tebak-tipe-apa-yang-terlaris> (March 29, 2021).

Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pengadilan Agama Kelas 1A Di Kota Depok

Diana Azwina^{1*}, Fadhil Rijalul M.²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen01741@unpam.ac.id^{1*}; fr894827@gmail.com²

Received 7 Desember 2022 | Revised 07 Januari 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja secara parsial dan simultan terhadap kinerja karyawan pada Pengadilan Agama Depok Kelas 1A di Kota Depok. Sifat penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah seluruh pegawai Pengadilan Agama Depok kelas 1A di Kota Depok sebanyak 58 orang. Pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh, sehingga jumlah sampel 58 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan tingkat hubungan motivasi kerja dan kinerja karyawan kuat. Motivasi kerja berpengaruh 25.4% terhadap kinerja karyawan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja terhadap kinerja karyawan. Tingkat hubungan disiplin kerja dan kinerja karyawan adalah korelasi sempurna. Disiplin kerja berpengaruh 34.8% terhadap kinerja karyawan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Tingkat hubungan motivasi kerja dan disiplin kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan adalah korelasi sempurna. Motivasi kerja dan disiplin kerja secara simultan berpengaruh 45.3% terhadap kinerja karyawan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja dan disiplin kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci : Motivasi Kerja; Disiplin Kerja; Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of work motivation and work discipline on employee performance at the Religious Court Class 1A Depok City. The type of research used is associative quantitative research. The population was taken from all employees of the Religious Court Class 1A Depok City as many as 55 people, sampling using a saturated sample of 55 people. Data analysis used data instrument test, classical assumption test, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. Based on the results of research work motivation (X1) and work discipline (X2) have a positive and significant effect on employee performance with the regression equation $Y = 20,730 + 0.238X_1 + 0.362X_2$. The value of the coefficient of determination has an effect of 25.7% while the remaining $(100-25.7\%) = 74.3\%$ while the rest is influenced by other factors not examined. Hypothesis testing is obtained by the calculated F value $> F$ table or $(21.546 > 3.175)$ this is also reinforced by a significance probability of $0.00 < 0.05$. Thus H_0 is rejected H_1 is accepted. This means that there is a simultaneous positive and significant influence between work motivation and work discipline on employee performance at the Religious Court Class 1A Depok City.

Keywords: Work Discipline, Work Motivation, Employee Performance

PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha di era global yang semakin penuh tantangan dan persaingan saat ini, perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat memenangkan persaingan. Di antara sumber daya-sumber daya yang dimiliki perusahaan, Sumber Daya Manusia (SDM) yang berperan paling penting dalam menjalankan operasional perusahaan. Oleh karenanya pemimpin perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mengelola SDM/karyawan. Pengelolaan karyawan yang baik penting dilakukan guna meningkatkan kinerja karyawan. Dengan meningkatnya kinerja karyawan, maka akan menunjang meningkatnya kinerja perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan adalah dengan memberikan perhatian berupa motivasi kerja kepada karyawannya. Motivasi yang dimaksud adalah motivasi ekstrinsik yang dapat berupa pemberian kompensasi baik secara finansial maupun non finansial.

Aspek lain yang dapat meningkatkan kinerja adalah disiplin kerja. Dengan dijalankannya disiplin kerja dengan baik maka target kerja akan tercapai. Sebaliknya dengan disiplin kerja yang buruk, akan menjadi kendala dalam mencapai target kerja. Untuk itu pimpinan perlu memperhatikan disiplin kerja karyawannya. Hal ini dapat berjalan secara efektif dengan diterapkannya *reward* dan *punishment*.

Pengadilan Agama Kelas 1A Kota Depok dibentuk berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2002 tanggal 28 Agustus 2002. Tugas dan kewenangannya memeriksa, memutus dan menyelesaikan perkara di tingkat pertama antara orang-orang yang beragama islam dibidang perkawinan, warisan dan wasiat, wakaf, zakat, infak, hibah, shodaqoh dan ekonomi syari'ah dan tugas dan kewenangan lain yang diberikan oleh atau berdasarkan Undang-undang.

Berdasarkan data kinerja Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok tahun 2018-2020 dalam tabel 1, terdapat masalah dimana setiap tahun terdapat perkara yang tertunda penyelesaiannya sehingga mengakibatkan munculnya penumpukan pekerjaan yang menambah beban penanganan perkara di tahun selanjutnya.

Tabel 1. Data Kinerja Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok Tahun 2018-2020

| No | Tahun | Sisa Perkara Tahun Lalu | Perkara | | Sisa |
|----|-------|-------------------------|----------|---------|------|
| | | | Diterima | Diputus | |
| 1 | 2018 | 713 | 4249 | 4468 | 452 |
| 2 | 2019 | 452 | 4500 | 4508 | 444 |
| 3 | 2020 | 444 | 3710 | 3969 | 185 |

Sumber : Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok

Meskipun jumlah tertundanya penanganan perkara sejak 2018 hingga 2020 menurun, namun adanya penundaan penanganan perkara tersebut menunjukkan adanya target yang tidak tercapai. Target tercapai apabila tidak ada perkara yang tertunda penanganannya. Ketidakmampuan mencapai target ini diduga disebabkan oleh menurunnya motivasi kerja. Motivasi disini dibatasi hanya motivasi kerja ekstrinsik, yakni motivasi yang berasal dari luar diri karyawan yang diberikan oleh perusahaan.

Berdasarkan Table 2 tampak bahwa motivasi kerja karyawan belum maksimal. Hal ini tergambar dari adanya karyawan yang masih menjawab tidak setuju atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tentang motivasi kerja. Dengan belum maksimalnya motivasi kerja karyawan akibat belum dipenuhinya harapan karyawan oleh perusahaan, hal ini akan menjadi kendala dalam tercapainya kinerja baik karyawan. Kinerja karyawan yang kurang baik akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Tabel 1. Persepsi Karyawan tentang Motivasi Kerja Karyawan Tahun 2021

| No | Indikator | S | R | TS | Total |
|----|--|----|---|----|-------|
| A | Daya Pendorong | | | | |
| 1 | situasi lingkungan kerja di kantor ini baik dan menyenangkan | 26 | 3 | 3 | 32 |

| No | Indikator | S | R | TS | Total |
|---------------------------------|---|----|---|----|-------|
| 2 | pemberian penghargaan atas prestasi karyawan akan memberi motivasi kerja karyawan | 28 | 2 | 3 | 33 |
| B Kemampuan | | | | | |
| 3 | anda tidak merasa rendah diri bila mengalami kegagalan dalam menjalankan pekerjaan | 21 | 7 | 4 | 32 |
| 4 | anda berusaha sangat keras untuk memperbaiki kinerja anda | 28 | 4 | 0 | 32 |
| C Membentuk keterampilan | | | | | |
| 5 | atasan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan | 25 | 3 | 4 | 32 |
| 6 | anda memiliki peluang dan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan anda | 26 | 3 | 2 | 31 |

Sumber : Kuesioner yang telah di olah

Aspek lain yang berpengaruh terhadap fluktuasi kinerja karyawan adalah disiplin kerja. Dari tabel 3 tampak bahwa dari tahun 2018 ke 2019 terjadi peningkatan jumlah total ketidaksiplinan dalam pelaksanaan pekerjaan yang dilakukan karyawan. Meski terjadi penurunan jumlah total di tahun 2020, namun data tersebut menggambarkan banyaknya aturan kedisiplinan yang diabaikan karyawan. Ketidaksiplinan kerja ini akan berdampak pada berkurangnya waktu kerja yang pada akhirnya akan menghambat pencapaian target kerja yang telah ditetapkan.

Tabel 2. Data Disiplin Kerja Karyawan Tahun 2018-2020

| No | Kehadiran | Tahun | | |
|----|--------------------|--------|--------|--------|
| | | 2018 | 2019 | 2020 |
| 1 | Datang Tepat Waktu | 9.958 | 11.284 | 9.908 |
| 2 | Terlambat | 195 | 227 | 91 |
| 3 | Pulang Tepat Waktu | 9.972 | 11.220 | 10.579 |
| 4 | Pulang Awal | 14 | 22 | 13 |
| 5 | Izin | 15 | 6 | 12 |
| 6 | Sakit | 56 | 103 | 89 |
| 7 | Work From Home | 0 | 0 | 1.969 |
| | Total | 20.210 | 22.862 | 22.661 |

Sumber : Pengadilan Agama Depok

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja dan disiplin kerja baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja karyawan Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok.

Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara (2013:67) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang di capai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya. Sedangkan menurut Sudarmanto (2014:11) kinerja merupakan catatan hasil yang produksi atau di hasilkan atas fungsi pekerjaan tertentu atau aktivitas-aktivitas selama periode waktu tertentu dan seperangkat perilaku yang relevan dengan tujuan organisasi.

Motivasi Kerja

Menurut Wibowo (2010:379) motivasi kerja merupakan dorongan terhadap serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Sedangkan elemen yang terkandung dalam motivasi kerja meliputi unsur membangkitkan, mengarahkan, menjaga, menunjukkan intensitas, bersifat terus menerus

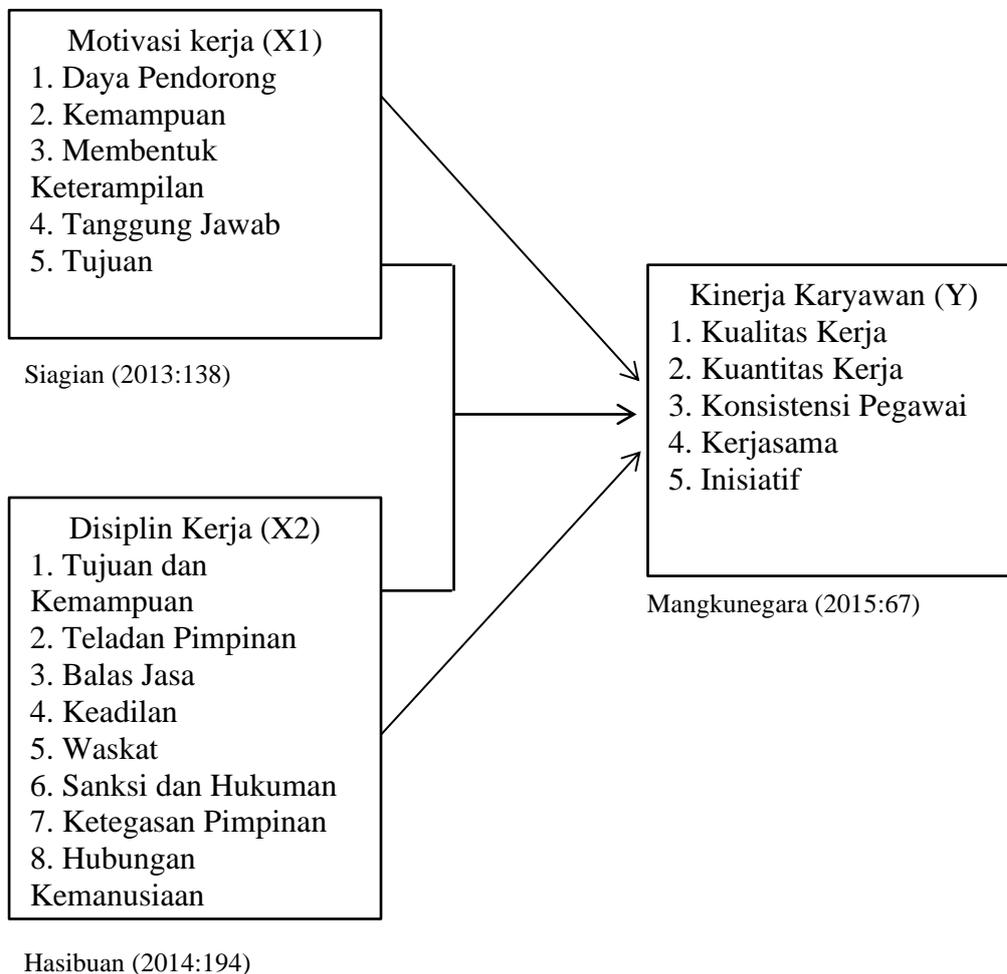
dan adanya tujuan. Menurut Siagian (2013:138) motivasi kerja adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk menggerakkan kemampuan dalam membentuk keahlian dan keterampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah di tentukan sebelumnya.

Disiplin Kerja

Menurut Hamali (2018:213) keteraturan adalah ciri utama organisasi dan disiplin kerja adalah salah satu metode untuk memelihara keteraturan tersebut. Tujuan utama disiplin kerja adalah untuk meningkatkan efisiensi semaksimal mungkin dengan cara mencegah keborosan waktu dan energi. Menurut Hasibuan (2014:193) disiplin kerja merupakan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma yang berlaku.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja secara parsial terhadap kinerja karyawan Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara disiplin kerja secara parsial terhadap kinerja karyawan Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja dan disiplin kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Pengadilan Agama Kelas 1A di Kota Depok yang berlokasi di Sektor Anggrek, Komplek Pemda, Jl. Boulevard Sektor Anggrek, Grand Depok City, Kalimulya, Kec. Cilodong, Kota Depok, Jawa Barat 16423. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 58 karyawan. Dengan menggunakan teknik sampel jenuh peneliti mengambil sampel sebanyak 58 karyawan. Sifat penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan *Software IBM SPSS versi 26 for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja, dan Kinerja Karyawan,

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Kerja

| No. Pernyataan | r tabel | r hitung | Keputusan |
|----------------|---------|----------|-----------|
| X1.1 | 0.265 | 0.591 | Valid |
| X1.2 | 0.265 | 0.560 | Valid |
| X1.3 | 0.265 | 0.559 | Valid |
| X1.4 | 0.265 | 0.638 | Valid |
| X1.5 | 0.265 | 0.674 | Valid |
| X1.6 | 0.265 | 0.631 | Valid |
| X1.7 | 0.265 | 0.597 | Valid |
| X1.8 | 0.265 | 0.729 | Valid |
| X1.9 | 0.265 | 0.707 | Valid |
| X1.10 | 0.265 | 0.640 | Valid |

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Disiplin Kerja

| No. Pernyataan | r tabel | r hitung | Keputusan |
|----------------|---------|----------|-----------|
| X2.1 | 0.265 | 0.647 | Valid |
| X2.2 | 0.265 | 0.551 | Valid |
| X2.3 | 0.265 | 0.589 | Valid |
| X2.4 | 0.265 | 0.596 | Valid |
| X2.5 | 0.265 | 0.435 | Valid |
| X2.6 | 0.265 | 0.601 | Valid |
| X2.7 | 0.265 | 0.621 | Valid |
| X2.8 | 0.265 | 0.620 | Valid |
| X2.9 | 0.265 | 0.732 | Valid |
| X2.10 | 0.265 | 0.537 | Valid |

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan pengujian di atas di peroleh nilai r hitung > r tabel (0.265), dengan demikian semua item kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja, dan Kinerja Karyawan

Uji reliabilitas menggunakan bantuan *Software IBM SPSS (Statistical Program for Social Science)* versi 26 for windows. Seluruh instrumen penelitian reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0.60.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja, dan Kinerja Karyawan

| Variabel | Cronbach Alpha | Standar Cronbach Alpha | Keputusan |
|----------------|----------------|------------------------|-----------|
| Motivasi Kerja | 0.833 | 0,60 | Reliabel |

| | | | |
|------------------|-------|------|----------|
| Disiplin Kerja | 0.795 | 0,60 | Reliabel |
| Kinerja Karyawan | 0.686 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas variabel motivasi kerja, disiplin kerja, dan kinerja karyawan dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai Cronbach Alpha > 0,60 untuk masing-masing variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen atau variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test dengan syarat signficancy $\alpha > 0,050$.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|---------------------|
| Unstandardized Residual | | |
| N | | 55 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.24461099 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .076 |
| | Positive | .053 |
| | Negative | -.076 |
| Test Statistic | | .076 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi 0,200 > 0,05 sehingga asumsi distribusi persamaan pada uji normalitas ini normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolinearitas (korelasi antara variabel independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Tabel 9. Hasil Pengujian Multikolinearitas Dengan Collinearity Statistics

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF | |
| | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | 20.73 | 3.437 | | 6.032 | 0 | | |
| | Motivasi Kerja | 0.238 | 0.08 | 0.333 | 2.976 | 0.004 | 0.838 | 1.193 |
| | Disiplin | 0.362 | 0.087 | 0.466 | 4.161 | 0 | 0.838 | 1.193 |

a. Dependent Variable: kinerja

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai tolerance variabel motivasi kerja 0.838 dan variabel disiplin kerja 0.838. Kedua nilai tersebut kurang dari 1. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel motivasi kerja 1.193 serta variabel disiplin kerja 1.193. Nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas.

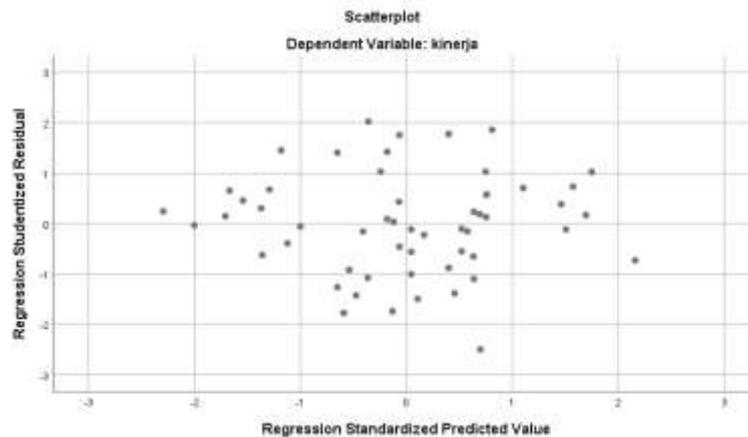
Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi

terjadi ketidaksamaan varians residual. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan uji scatterplot. Hasil ini dapat diperoleh dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID) dengan ketentuan:

1. Jika titik-titik membentuk pola tertentu seperti gelombang besar melebar dan menyempit maka telah terjadi gangguan heteroskedastisitas.
2. Jika titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas grafik scatterplot adalah:



Gambar 2. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian titik-titik pada grafik scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas atau tidak membentuk pola-pola tertentu, dengan demikian tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak dipakai.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 12. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Motivasi Kerja Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| Model | | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| 1 | (Constant) | 29.124 | 3.182 | | 9.153 | .000 |
| | Motivasi Kerja | .371 | .084 | .521 | 4.440 | .000 |

a. Dependent Variable: kinerja

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 29.124 + 0.371X_1$. Dari persamaan tersebut disimpulkan 1) Nilai konstanta 29.124 berarti jika variabel motivasi kerja (X_1) tidak ada maka terdapat nilai variabel kinerja karyawan (Y) 29.124 poin. 2) Nilai koefisien regresi variabel motivasi kerja (X_1) 0,371 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan data variabel disiplin kerja (X_2), maka setiap perubahan 1 unit pada variabel motivasi kerja (X_1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan variabel kinerja karyawan (Y) 0,371 poin.

Tabel 13. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana Variabel Disiplin Kerja Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| | | Coefficients ^a | | | |
|-------|--|-----------------------------|---------------------------|---|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |

| | | B | Std. Error | Beta | | |
|---|----------------|--------|------------|------|-------|------|
| 1 | (Constant) | 25.853 | 3.188 | | 8.111 | .000 |
| | Disiplin Kerja | .466 | .085 | .600 | 5.460 | .000 |

a. Dependent Variable: kinerja

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil perhitungan regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 25.853 + 0.466X_2$. Dari persamaan tersebut disimpulkan: 1) Nilai konstanta 25.853 berarti jika variabel disiplin kerja (X_2) tidak ada, maka telah terdapat nilai variabel kinerja karyawan (Y) 25.853 poin. 2) Nilai koefisien regresi disiplin kerja (X_2) 0.466 berarti jika konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel motivasi kerja (X_1) maka setiap perubahan 1 unit pada variabel disiplin kerja (X_2) akan mengakibatkan perubahan variabel kinerja karyawan (Y) 0.466 poin.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 14. Uji Analisis Linear Berganda Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| | | Coefficients ^a | | | | |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| Model | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 20.730 | 3.437 | | 6.032 | .000 |
| | Motivasi Kerja | .238 | .080 | .333 | 2.976 | .004 |
| | Disiplin Kerja | .362 | .087 | .466 | 4.161 | .000 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan analisis regresi di peroleh persamaan regresi $Y = 20.730 + 0.238X_1 + 0.362X_2$. Dari persamaan tersebut disimpulkan: 1) $b = 20.730$ berarti jika variabel motivasi kerja (X_1) dan variabel disiplin kerja (X_2) tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai konsistensi variabel kinerja karyawan (Y) 20.730. 2) $b = 0.238$ berarti jika variabel motivasi kerja (X_1) bertambah, maka variabel kinerja karyawan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.238, dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai variabel disiplin kerja (X_2). 3) $b = 0.362$ berarti jika variabel disiplin kerja (X_2) bertambah, maka variabel kinerja karyawan (Y) akan mengalami peningkatan 0.362 dengan asumsi tidak ada penambahan (konstan) nilai variabel motivasi kerja (X_1).

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 15. Hasil Uji Determinasi Variabel Motivasi Kerja

| Model Summary | | | | | |
|---------------|-------|----------|-------------------|----------------------------|--|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | |
| 1 | .673a | .453 | .432 | 2.28737 | |

a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja, Motivasi Kerja

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas di peroleh nilai koefisien determinasi 0.453, artinya variabel motivasi kerja (X_1) dan variabel disiplin kerja (X_2) secara simultan memiliki kontribusi pengaruh 45.3% terhadap variabel kinerja karyawan (Y).

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja secara parsial berpengaruh terhadap Variabel Kinerja Karyawan. Signifikansi dalam penelitian 5% atau 0.05. Perbandingan t hitung dengan t tabel menggunakan kriteria:

- 1) Jika nilai t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima.
- 2) Jika nilai t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Motivasi Kerja Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 29.124 | 3.182 | | | 9.153 | .000 |
| Motivasi Kerja | .371 | .084 | .521 | | 4.440 | .000 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian di peroleh nilai t hitung > t tabel (4.440 > 2.006) serta nilai signifikansi 0.00 < 0.05. Maka Ho1 di tolak dan Ha1 di terima artinya Variabel Motivasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kinerja Karyawan.

Tabel 17. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Disiplin Kerja Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | T | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | 25.853 | 3.188 | | | 8.111 | .000 |
| Disiplin Kerja | .466 | .085 | .600 | | 5.460 | .000 |

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian di peroleh nilai t hitung > t tabel (5.460 > 2.006) serta nilai signifikansi 0.00 < 0.05. Maka Ho2 di tolak dan Ha2 di terima artinya Variabel Disiplin Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Kinerja Karyawan.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan (uji statistik F) dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja secara simultan terhadap Variabel Kinerja Karyawan. Signifikan dalam penelitian ini 5% atau 0.05. Perbandingan F hitung dengan F tabel menggunakan kriteria:

1. jika F hitung > F tabel maka H0 ditolak Ha diterima.
2. jika F hitung < F tabel maka H0 diterima Ha di tolak.

Tabel 2. Hasil Hipotesis (Uji F) Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja secara Simultan Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 225.460 | 2 | 112.730 | 21.546 | .000b |
| | Residual | 272.067 | 52 | 5.232 | | |
| | Total | 497.527 | 54 | | | |

a. Dependent Variable: kinerja

b. Predictors: (Constant), disiplin, motivasi kerja

Sumber : Data yang di olah

Berdasarkan hasil pengujian di peroleh nilai F hitung > F tabel (21.546 > 3.175). Hal ini di perkuat dengan nilai signifikan sebesar 0.00 < 0.05. Dengan demikian Ho3 di tolak Ha3 di terima yakni terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel motivasi kerja (X1) dan disiplin kerja (X2) secara simultan terhadap kinerja karyawan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Variabel Motivasi Kerja (X1) Terhadap Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan regresi $Y = 29.124 + 0.257X$. Nilai koefisien korelasi 0,521 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sedang. Nilai koefisien determinasi 0,257 artinya variabel motivasi kerja berpengaruh 25.7% terhadap variabel kinerja karyawan sisanya 74.3% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($4.440 > 2.006$) sehingga H_0 ditolak H_1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi kerja terhadap variabel kinerja karyawan. Hasil penelitian ini di dukung oleh Salman Farisi, Juli Irnawati, Muhammad Fahmi dalam Jurnal Humaniora (2020).

Pengaruh Variabel Disiplin Kerja (X2) Terhadap Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan regresi $Y = 25.853 + 0.466X$. Nilai koefisien korelasi 0,600 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi 0,348 artinya variabel disiplin kerja berpengaruh 34.8% terhadap variabel kinerja karyawan sisanya 65.5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($5.460 > 2.006$) sehingga H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel disiplin kerja terhadap variabel kinerja karyawan. Hasil penelitian ini di dukung oleh Bachtiar Arifudin Husain dalam Jurnal Disrupsi Bisnis (2018).

Pengaruh Variabel Motivasi Kerja (X1) dan Variabel Disiplin Kerja (X2) Terhadap Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh persamaan regresi $Y = 20.730 + 0.238X_1 + 0.362X_2$. Nilai koefisien korelasi 0.673 artinya variabel motivasi kerja dan variabel disiplin kerja secara simultan mempunyai tingkat hubungan yang kuat dengan variabel kinerja karyawan. Nilai koefisien determinasi 0.453 artinya variabel motivasi kerja dan variabel disiplin kerja secara simultan berpengaruh 45.3% terhadap variabel kinerja karyawan sisanya 54.7% dipengaruhi oleh faktor. Uji hipotesis memperoleh nilai F hitung $>$ F tabel ($21.546 > 3.175$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel motivasi kerja dan variabel disiplin kerja terhadap variabel kinerja karyawan. Hasil penelitian ini di dukung oleh Muhamad Ekhsan dalam Jurnal Optimal (2019).

SIMPULAN

Variabel Motivasi Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja karyawan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 29.124 + 0.257X$. Nilai koefisien korelasi menunjukkan kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat. Nilai koefisien determinasi menunjukkan pengaruh Variabel Motivasi Kerja 25.4% terhadap Variabel Kinerja Karyawan.

Variabel Disiplin Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja karyawan dengan persamaan regresi linear sederhana $Y = 25.853 + 0.466X$. Nilai koefisien korelasi menunjukkan kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang korelasi sempurna. Nilai koefisien determinasi menunjukkan pengaruh variabel disiplin kerja 34,8% terhadap Variabel Kinerja Karyawan.

Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja karyawan dengan persamaan regresi linear berganda $Y = 20.730 + 0.238X_1 + 0.362X_2$. Nilai koefisien korelasi menunjukkan variabel motivasi kerja dan variabel disiplin kerja mempunyai tingkat hubungan yang korelasi sempurna terhadap variabel kinerja karyawan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan pengaruh Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja 45.3% terhadap Variabel Kinerja Karyawan.

Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh Variabel Motivasi Kerja dan Variabel Disiplin Kerja sebagai variabel independen terhadap variabel kinerja karyawan sebagai variabel dependen. Untuk

peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menganalisis variabel independen lainnya terhadap variabel dependen yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Optimal*, 1-13.
- Farisi, S., Irnawati, J., & Fahmi, M. (2020). Pengaruh Motivasi kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Humanora*, 15-33.
- Hasibuan, M. S. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: Cetakan Ke Delapan Belas PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2015). *Organisasi dan Motivasi kerja*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Husain, B. A. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper. *Ekonomi Efektif*, 24-42.
- Husain, B. A. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Karyawan Di PT. Danamon TBK Cabang Bintaro. *Disrupsi Bisnis*, 1-15.
- Mangkunegara, A. P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Siagian, S. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan Ke-13 Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wirawan. (2014). *Kepemimpinan, Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Pengaruh Bentuk Komunikasi Verbal dan Non-Verbal terhadap Partnership FnB

Suci Rahmayati^{1*}, Rizal Akda Pamungkas², Ricky Firmansyah³

¹Fakultas Ekonomi, STIE Stemi ; sucirahmayati20@student.stemi.ac.id

²Fakultas Ekonomi, STIE Stemi ; rizaladapamungkas20@student.stemi.ac.id

³Universitas Ars ; ricky@ars.ac.id*

Received 22 Maret 2022 | Revised 24 Januari 2022 | Accepted 31 Januari 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting komunikasi verbal dan non verbal terhadap partnership FnB. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 10 orang pebisnis FnB. Hasil penelitian menunjukkan 50% narasumber memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas, 30% narasumber membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya, 30% pebisnis memiliki bentuk kerja sama dalam bidang investasi, 40% narasumber dalam bidang joint ventura, 30% narasumber dan dalam bidang investasi, 20% tujuan para pebisnis melakukan partnership, 40% narasumber bertujuan untuk membangun usaha, 10% narasumber bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, dan 40% narasumber bertujuan untuk meningkatkan hubungan serta bertujuan untuk meningkatkan seluruh bagian usaha. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi penting dilakukan untuk melakukan kerja sama karena jika komunikasi antara pihak partnership terjalin dengan baik maka tujuan bisnis dalam mendapatkan keuntungan akan tercapai.

Keywords: *Bisnis FnB, Komunikasi, Partnership*

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa penting komunikasi verbal dan non verbal terhadap kemitraan FnB. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 10 orang pebisnis FnB. Hasil penelitian menunjukkan 50% narasumber memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas, 30% narasumber membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya, 30% pebisnis memiliki bentuk kerja sama dalam investasi, 40% narasumber dalam bidang joint ventura, 30% narasumber dan dalam bidang investasi, 20% tujuan para pebisnis melakukan kemitraan, 40% narasumber bertujuan untuk membangun usaha, 10% narasumber bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, dan 40% narasumber bertujuan untuk meningkatkan hubungan serta bertujuan untuk meningkatkan seluruh bagian usaha. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa komunikasi penting dilakukan untuk melakukan kerja sama karena jika komunikasi antara pihak kemitraan terjalin dengan baik maka tujuan bisnis dalam mendapatkan keuntungan akan tercapai.

Keywords: *Business FnB, Communication, Partnership*

PENDAHULUAN

Istilah komunikasi dan bisnis merupakan suatu aktivitas yang memiliki keterkaitan yang erat. Hal tersebut menjadikan komunikasi dalam berbisnis tidak lagi asing didengar baik oleh pemilik usaha maupun masyarakat biasa. Komunikasi dalam berbisnis juga tentu saja sangat diperlukan agar bisnis yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan terencana. Dalam dunia usaha komunikasi bisnis bukan hanya bisa dilakukan oleh pemilik usaha terhadap konsumennya saja melainkan bisa dilakukan kepada mitra kerja, distributor ataupun supplier (Rifka, 2022). Komunikasi adalah suatu tahapan dalam menyampaikan dan menerima pesan atau informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan akan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Sementara itu, dalam ilmu ekonomi bisnis adalah suatu organisasi yang melakukan kegiatan jual beli barang atau jasa kepada konsumen atau pihak bisnis lainnya (Sabat, 2021). Harus diketahui bahwa komunikasi ini dibagi dalam dua bagian yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi bisnis kepada pihak yang bersangkutan dengan menggunakan media tulis ataupun lisan. Jenis komunikasi ini memiliki struktur yang teratur dan terorganisir dengan baik, sehingga pesan-pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Contoh penggunaan komunikasi verbal dalam dunia bisnis seperti menyampaikan pesan melalui surat, media sosial, rapat pimpinan, wawancara kerja, briefing kepada karyawan, presentasi, dan lain sebagainya. Menurut teori Antropologi, sebelum manusia berkomunikasi dengan kata-kata, mereka telah menggunakan komunikasi nonverbal yaitu menggunakan bahasa tubuh. Beberapa contoh komunikasi non verbal adalah gerakan-gerakan yang dilakukan oleh tubuh baik secara sadar maupun tidak seperti mengerutkan dahi, ekspresi wajah yang berubah-ubah dan lain sebagainya (Nugraha, 2018).

Menurut (Praditya, 2019) bidang ekonomi merupakan salah satu bidang yang memerlukan komunikasi di dalam pelaksanaannya dan bidang ekonomi yang dimaksud di sini adalah dunia bisnis. Yang tentunya dalam kegiatan bisnis akan selalu terjadi komunikasi baik itu dengan pihak internal maupun pihak eksternal. Jika dilihat dari kemajuan dunia bisnis sekarang, pengusaha bisnis diharapkan mampu menempatkan serta mempertahankan bisnisnya agar mampu bersaing di era globalisasi saat ini yang semakin maju. Karena tidak diragukan lagi, jika pengusaha tidak mampu mempertahankan bisnisnya maka cepat atau lambat usahanya akan kalah bersaing di pasaran. Seiring dengan pesatnya perkembangan, pertumbuhan dan perubahan ekonomi dalam kegiatan bisnis yang berjalan seorang pengusaha harus memiliki strategi yang sangat baik untuk mempertahankan usahanya, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memiliki komunikasi yang baik, hal tersebut agar pengusaha mampu melakukan kerja sama dan mencapai tujuan yang diinginkannya dalam mempertahankan bisnis yang telah dijalanannya. Jika ada dua orang atau lebih dalam suatu bisnis yang mampu berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik maka bisnis yang dijalankan dipastikan akan berlangsung dengan sangat baik dan terorganisir. Pada umumnya bisnis bisa dijalankan oleh individu, kelompok maupun badan usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Maka dari itu, dalam pelaksanaannya sendiri tidak jarang seorang pengusaha akan melakukan *partnership* atau kerja sama dengan pihak-pihak tertentu untuk memudahkan tujuannya tercapai. *Partnership* adalah kesepakatan atau perjanjian formal di antara dua pihak atau lebih yang dilakukan dengan maksud untuk menjalankan atau mengelola suatu bisnis agar mampu menghasilkan keuntungan dalam pelaksanaannya. Keuntungan yang dihasilkan kemudian akan dibagi sesuai dengan kesepakatan atau perjanjian yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pihak-pihak yang terlibat. *Partnership* biasanya dijalankan oleh perorangan saja, dibangun bersama, menjalankan tugas yang merata dan mendapatkan keuntungan yang setara, berbeda dengan *joint venture* yang biasanya dilakukan oleh dua perusahaan besar atau lebih. Selain itu, ada juga kegiatan *partnership* yang menjadikan salah satu pihak sebagai *silent partner* yang artinya pihak tersebut tidak perlu ikut serta dalam operasional sehari-hari (Rabbani, 2021). Salah satu penerapan dari komunikasi bisnis dalam melakukan *partnership* adalah pada bisnis FnB atau food and beverages. Bisnis FnB adalah bisnis yang

menyediakan makanan dan minuman sebagai produknya, bisnis fnb ini tentu sudah tidak asing lagi didengar karena sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. Bahkan bisa dikatakan jika sebagian besar mahasiswa maupun pengusaha kelas atapun tertarik untuk membuka bisnis FnB. Karena jika dilihat dari kacamata usaha bisnis ini memang memiliki banyak peminatnya dan memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Karena makanan dan minuman adalah kebutuhan utama manusia, sehingga kapan pun dan di mana pun bisnis ini akan tetap selalu ada.

Komunikasi akan mempengaruhi suatu bisnis baik dari perkembangan bisnis tersebut maupun membuat suatu bisnis tetap bertahan. Seperti yang dikatakan oleh (Zahra, Syahputra, & Suhairi, 2022) dalam penelitiannya yang menyatakan keberhasilan seseorang dalam bisnis tergantung pada mereka berkomunikasi seolah-olah mereka berpartisipasi di dunia bisnis akan terasa sulit jika tidak dapat berkomunikasi dengan baik dalam melakukan persaingan dalam dunia bisnis. Dengan adanya komunikasi yang benar dalam bisnis pemilik usaha akan mampu melakukan kerja sama dengan pemilik usaha lainnya, distributor, supplier ataupun konsumen. Beberapa contoh keuntungan melakukan kerja sama dengan beberapa pihak adalah pemilik usaha akan bisa melakukan inovasi yang lebih baik selain itu pemilik usaha juga akan mampu mengungguli persaingan di dunia bisnis jika mampu menjalankan kerjasamanya dengan baik. Pesatnya perkembangan zaman dan teknologi membuat bisnis harus tetap mengikuti perkembangan yang ada agar usahanya tetap hidup dan bertahan, salah satunya adalah bisnis FnB. Namun, tentu saja mempertahankan suatu usaha agar tetap bertahan tidaklah mudah. Oleh karena itu pemilik usaha harus mampu menangani dan mencari solusi dengan serius dan profesional agar pemilik usaha mampu mengikuti arus persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat. Salah satu langkah atau cara yang bisa dilakukan pemilik usaha FnB agar mampu mencapai keunggulan dalam bersaing yaitu dengan melakukan partnership atau kerjasama dengan berbagai pihak, baik itu dengan pihak distributor, supplier, maupun dengan konsumen. Keuntungan dalam melakukan kerja sama pemilik usaha mampu melakukan inovasi maupun perkembangan terhadap bisnisnya. (Pohan, 2015) mengatakan di samping keberhasilan terjadinya kerjasama antar pemilik usaha salah satu hal yang harus diperhatikan adalah keberhasilan dalam berkomunikasi baik komunikasi secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan gerak badan baik itu berupa pengucapan maupun kata-kata (langsung). Komunikasi non verbal adalah bahasa yang dikemas berupa kata-kata (tidak langsung). Komunikasi verbal dan nonverbal ini juga yang akan mempengaruhi keberhasilan partnership dalam bisnis FnB yang dilakukan oleh pemilik usaha. Seperti yang dikatakan oleh (Pohan, 2015). Komunikasi menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan usaha karena setiap usaha yang ada baik itu usaha berskala kecil, usaha UMKM, sampai usaha besar tidak pernah luput dari proses komunikasi. Karena itu dapat dikatakan jika komunikasi menjadi salah satu alasan keberhasilan partnership FnB yang dilakukan oleh pemilik usaha dalam upaya meningkatkan inovasi dan mengikuti perkembangan bisnis FnB.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah suatu riset kuantitatif berbentuk angka atau numerik (statistik). Maksudnya ialah penelitian deskriptif kuantitatif ini berkaitan dengan penjabaran angka-angka statistic (Salmaa, 2021). Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam di lapangan penelitian dengan lebih jelas dan nyata guna mengumpulkan informasi secara actual dan rinci disertai dengan penggambaran bentuk komunikasi bisnis yang digunakan dalam partnership FnB atau jalinan Kerjasama bisnis dibidang Food and Beverage. Melakukan analisis dan pengidentifikasian masalah, keakuratan, dan bentuk komunikasi bisnis yang lebih efektif digunakan. Untuk melihat dan mengetahui keefektifan dari dua bentuk komunikasi bisnis yang dikaji dengan cara membandingkan beberapa data yang diperoleh dari pendapat pelaku usaha dibidang FnB ini yang kemudian dikembangkan secara matematis, statistic dan berkaitan dengan kuantitas. Proses pengambilan data pada penelitian ini dengan

melakukan wawancara terhadap beberapa partisipan yang bersedia dan tentunya memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai bagaimana menjalin hubungan kerja sama bisnis dibidang Food and Beverage dengan bentuk komunikasi bisnis yang ada. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang tersusun dari bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas yang berhubungan. Dapat didefinisikan juga sebagai investigasi sistematis terhadap suatu kejadian dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan dengan menggunakan metode statistik yang digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif dari studi penelitian. Dalam metode penelitian ini, para peneliti dan ahli statistik menggunakan kerangka kerja matematika dan teori-teori yang berkaitan dengan kuantitas yang dipertanyakan (Syafnidawaty, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi merupakan salah satu instrument penting bagi para pebisnis. Hal tersebut dikarenakan komunikasi bisnis sangat berguna dalam berbagai hal baik itu bisnis barang ataupun jasa serta berguna untuk mengkoordinasikan bagian internal dan eksternalnya. Menurut (Sabat, 2021) komunikasi bisnis yang efektif menjadi kekuatan perusahaan dalam membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan. Komunikasi bisnis yang efektif juga secara tidak langsung membawa manfaat besar dalam bisnis. Masa kini komunikasi bisnis sangatlah dibutuhkan dengan jangka yang lebih luas lagi karena komunikasi bisnis dinilai sangat penting untuk pertumbuhan perekonomian dalam suatu bisnis dalam perkembangannya. Komunikasi bisnis ini bertujuan untuk mempertahankan dan memperluas nilai suatu kepercayaan dalam bentuk komunikasi yang dibantu oleh negosiasi dan menciptakan kesepakatan dan informasi. Karena banyaknya bukti fisik bahwa para pebisnis mengandalkan keahlian komunikasi dalam memmanage bisnisnya dan untuk menjaga hubungan dengan partnernya. Kondisi tersebut merupakan kesempatan yang dapat dimanfaatkan oleh pebisnis yang dapat menggunakan komunikasi yang turut serta membantu bisnisnya agar dapat terus berkembang. komunikasi bisnis merupakan proses bertukar gagasan dan informasi untuk mendapatkan kesepakatan Bersama, baik itu individu atau kelompok. komunikasi merupakan suatu proses negosiasi dimana dua pihak masing-masing dengan tujuan dan sudut pandang mereka sendiri berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Pada biasanya komunikasi bisnis tersebut ditujukan untuk mendapatkan seorang partner atau partnership yang mana dapat memperluas peluang bisnis, menyediakan layanan dan berbagi keuntungan sesuai dengan kesepakatan.

Menurut (Qiscus, 2021) business partnership adalah perjanjian secara formal yang terjadi antara dua pihak atau lebih dalam menjalankan sebuah bisnis dan saling berbagi keuntungan sesuai dengan kesepakatan. Pemilik-pemilik bisnis masing-masing berinvestasi dalam bisnis yang dijalankannya sehingga pembagian keuntungan pun akan sesuai dengan jumlah yang diinvestasikannya. Komunikasi mendapat peran penting dalam segala aktivitas partnership pebisnis. Dalam aktivitasnya komunikasi bisnis terbagi menjadi dua yang diantaranya adalah komunikasi langsung dan komunikasi secara langsung. Komunikasi langsung merupakan proses komunikasi langsung yang dilakukan dengan tatap muka, seperti halnya ketika mencari partnership secara langsung terjun ke lapangan dan berdiskusi secara tatap muka. Sedangkan komunikasi tidak langsung merupakan proses komunikasi yang memerlukan bantuan alat ataupun yang lain, seperti halnya pencarian partnership pada beberapa layanan ojek online yang menggunakan bantuan para drivernya untuk mengsurvei calon partner atau mitranya. Dalam rangka pengembangan bisnis, dibutuhkannya peranan yang signifikan untuk bisa tumbuh dalam mengembangkan usahanya, salah satu caranya adalah memanfaatkan cara komunikasi. komunikasi tidak hanya penting akan tetapi juga memiliki banyak manfaat terutama dalam bernegosiasi. (Ibnu, 2020) menyatakan bahwa demi terciptanya jalinan kerjasama antara satu pihak dengan pihak yang lain untuk memperoleh tujuannya masing-masing, terjadinya rasa saling pengertian pada setiap pihak yang

bernegosiasi terkait kesepakatan yang akan ditempuh dan efeknya untuk pihak-pihak tersebut, terjalannya kesepakatan bersama yang saling menguntungkan, dan terciptanya interaksi yang positif antar pada setiap pihak yang bernegosiasi.

Hasil yang diperoleh secara langsung terhadap 10 orang pebisnis FnB dari masyarakat yang memanfaatkan komunikasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan memberikan fakta dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 1 Pemilik usaha FnB yang melakukan partnership

| Pebisnis FnB yang menjalankan partnership | |
|---|------|
| Memiliki | 100% |
| Tidak memiliki | - |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan bisnis partnership merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk membantu meringankan kegiatan bisnis milik perorangan. Partnership mampu mempermudah dan mengembangkan suatu usaha, termasuk usaha FnB yang dijalankan oleh narasumber.

Tabel 2 Alasan melakukan kegiatan partnership

| Alasan melakukan kegiatan partnership | |
|--|-----|
| Berpengaruh terhadap perkembangan bisnis | 50% |
| Membantu dalam menjalankan bisnis | 30% |
| Keduanya | 20% |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan mengenai alasan pemilik usaha FnB yang menjadi narasumber kami menyatakan sebanyak 50% narasumber mengatakan alasan melakukan kegiatan partnership adalah karena kegiatan tersebut berpengaruh besar terhadap perkembangan usaha yang dijalankannya, seperti memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas. Sebanyak 30% narasumber mengatakan alasan melakukan kegiatan partnership adalah karena kegiatan tersebut membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya, seperti yang dikatakan salah satu narasumber kami Teh Nooya yang menyatakan bahwa rekannya memiliki kemampuan yang kompeten pada bidang financial sedangkan dirinya sendiri memiliki kemampuan basic di service dan memasak. Jadi, antara The Nooya memiliki kemampuan yang bisa saling melengkapi satu sama lain dan memanfaatkannya untuk membangun suatu usaha dengan melakukan partnership. Hasil yang terakhir sebanyak 20% narasumber mengatakan alasan melakukan kegiatan partnership karena kegiatan tersebut berpengaruh besar terhadap perkembangan usaha yang dijalankannya dan kegiatan tersebut membantu pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya. Alasan lain melakukan partnership adalah proses pembagian laba bisa dilakukan dengan mudah sesuai dengan keputusan yang telah disepakati sebelumnya, selain itu dengan partnership juga mempermudah pemilik usaha dalam mitra pasif atau komanditer yang menjadi salah satu kelebihan kemitraan karena dapat menarik orang-orang untuk melakukan investasi tanpa terlibat langsung dalam prosesnya dan memungkinkan pemilik usaha melakukan perluasan usaha karena laba yang dihasilkan lebih besar.

Tabel 3. Bentuk partnership yang dijalankan

| Bentuk kerja sama partnership | |
|-------------------------------|-----|
| Investasi | 30% |
| Merger | - |
| Joint Ventura | 40% |
| Waralaba | 30% |
| Konsolidasi | - |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa pebisnis yang memiliki bentuk kerja sama dalam bidang investasi adalah sebanyak 30% narasumber, dalam bidang joint ventura sebanyak 40% narasumber dan dalam bidang investasi adalah sebanyak 30% narasumber. Penelitian ini

menunjukkan bahwa pebisnis menganggap bentuk partnership dalam bidang joint ventura adalah bentuk yang paling diminati karena bentuk joint ventura ini merupakan sebuah kesatuan perusahaan atau korporasi yang dibentuk antara 2 pihak atau lebih dengan tujuan menyatukan sumber daya untuk menjalankan aktivitas ekonomi atau proyek tertentu secara bersama-sama yang artinya tidak memberatkan satu pihak saja.

Tabel 4. Bentuk komunikasi bisnis dalam partnership

| Bentuk komunikasi bisnis dalam partnership | |
|---|------|
| Komunikasi verbal | - |
| Komunikasi nonverbal | - |
| Keduanya | 100% |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa dari semua narasumber yang kami wawancarai semuanya menjalankan kedua bentuk atau cara komunikasi yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal untuk membentuk suatu kerja sama atau partnership. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan bisnis partnership, komunikasi langsung dan tidak langsung merupakan hal yang sangat diperlukan dalam mendapatkan dan menjalankan partnership.

Tabel 5. Tujuan melakukan partnership

| Tujuan melakukan partnership | |
|-------------------------------------|-----|
| Membangun usaha | 20% |
| Meningkatkan pertumbuhan | 40% |
| Meningkatkan hubungan | 10% |
| ketiganya | 40% |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa tujuan para pebisnis melakukan partnership adalah sebanyak 20% narasumber bertujuan untuk membangun usaha, sebanyak 40% narasumber bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan, sebanyak 10% narasumber bertujuan untuk meningkatkan hubungan dan sebanyak 40% narasumber bertujuan untuk meningkatkan seluruh bagian usaha, yaitu meningkatkan usaha, meningkatkan pertumbuhan dan meningkatkan hubungan. Karena pada umumnya dengan melakukan kerja sama hubungan kedua belah pihak yang bersangkutan akan terjalin dengan baik dan proses bisnis pun akan berjalan dengan lancar. Selanjutnya, tujuan pebisnis melakukan partnership yaitu diharapkan pertumbuhan bisnisnya berkembang dengan baik yang akan berimbas pada pertumbuhan ekonomi kedua belah pihak yang bersangkutan yang akan meningkat dan hubungan antara pebisnis yang telah terjalin diharapkan memberikan keuntungan dan meningkatkan usaha yang dijalankannya.

Tabel 6. Seberapa penting komunikasi bisnis

| Seberapa penting komunikasi bisnis | |
|---|------|
| Penting | 100% |
| Tidak penting | - |

Sumber: Data diolah (2022)

Hasil penelitian yang telah kami lakukan menunjukkan bahwa komunikasi penting dilakukan untuk melakukan kerja sama karena jika komunikasi antara pihak partnership terjalin dengan baik maka tujuan bisnis dalam mendapatkan keuntungan akan tercapai. Selain itu dengan adanya komunikasi dalam melakukan partnership bisa menghindari terjadi kesalahpahaman antara satu pihak dengan pihak lainnya.

SIMPULAN

Perkembangan zaman dari waktu ke waktu membuat kita harus siap mengimbangi perkembangannya, salah satunya adalah pada kegiatan bisnis. Dalam upaya mempertahankan bisnis yang sedang dijalani maka tidak jarang banyak pengusaha yang melakukan partnership atau kerja sama

dengan pihak lainnya sebagai salah satu caranya. Namun, sebelum terjadinya kerja sama atau partnership pemilih usaha harus melakukan komunikasi terlebih dahulu. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan di dunia bisnis termasuk dibidang bisnis FnB. Dalam menjalankan partnership tentu saja pihak-pihak yang terlibat memerlukan komunikasi untuk memastikan tujuan dari partnership itu sendiri tercapai. Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan terhadap beberapa narasumber yang mempunyai bisnis dibidang FnB mereka sepakat bahwa komunikasi sangat dibutuhkan dalam mengembangkan serta mempertahankan bisnis tidak hanya itu komunikasi juga memiliki banyak manfaat seperti menjaga hubungan antar partnership, bertukar informasi, untuk proses pengkoordinasian, terutama juga dalam negosiasi. Komunikasi yang digunakan adalah komunikasi secara langsung dimana narasumber kami melakukan diskusi secara langsung bersama partnernya baik itu secara lisan ataupun tertulis dan komunikasi tidak langsung yang menggunakan gerak tubuh, cara bicara atau ekspresi wajah sebagai pelengkap komunikasi verbal. Data yang kami peroleh sebagian besar pembisnis dibidang FnB melakukan kerja sama dalam bentuk Joint Ventura atau perusahaan patungan dimana adanya kerja sama antara dua pihak atau lebih dengan menggabungkan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu, tentu saja tujuan yang dimaksud adalah untuk menghasilkan laba yang lebih maksimal dan dengan adanya kerja sama ini pun dapat memperluas jangkauan pasar, hal ini dapat berpengaruh pada perkembangan bisnis jika kerja sama dilakukan dengan baik dan menguntungkan untuk kedua belah pihak atau lebih.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Bapak Ricky Firmansyah, ST, M.Kom selaku dosen pembimbing mata kuliah Komunikasi Bisnis yang telah menuntun kami dalam proses pembuatan jurnal ilmiah ini dari awal hingga selesai karena tanpa tuntunan dari beliau kami belum tentu mampu menyelesaikan jurnal ilmiah ini dengan baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- nugraha, C. (2018, Agustus 12). *Pengertian Komunikasi Bisnis Menurut Para Ahli*. Retrieved Februari 18, 2022, From Pinhome.Id: <https://www.pinhome.id/blog/pengertian-komunikasi-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Pohan, A. (2015, Oktober). Peran Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Hubungan Manusia.
- Praditya, A. (2019, Februari). Pengaruh Media Sosial Dan Komunikasi Bisnis. 32.
- Qiscus. (2021, October 7). *Pengertian, Keuntungan, Dan Tips Menjalin Partnership Dalam Berbisnis*. Retrieved From Multichannel Conversational Platform: <https://www.qiscus.com/id/blog/pengertian-keuntungan-dan-tips-menjalin-partnership-dalam-berbisnis/>
- Rabbani, A. (2021, September 24). *Pengertian Partnership, Tujuan, Ciri, Cara Kerja, Jenis, Contoh, Kelebian, Dan Kekurangannya*. Retrieved Februari 18, 2022, From Sosial79.Com: <https://www.sosial79.com/2021/09/pengertian%20partnership.html?M=1>
- Rifka, I. (2022, Januari 09). *Contoh, Tujuan, Dan Pengertian Komunikasi Bisnis*. Retrieved Februari 18, 2022, From Kompas.Com: <https://money.kompas.com/read/2022/01/09/210336326/contoh-tujuan-dan-pengertian-komunikasi-bisnis>
- Sabat, O. (2021, Oktober 24). *Komunikasi Bisnis: Pengertian, Manfaat, Dan Contohnya*. Retrieved Februari 17, 2022, From Detikedu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5779663/komunikasi-bisnis-pengertian-manfaat-dan-contohnya>
- Zahra, A. R., Syahputra, R., & Suhairi. (2022). Analisis Komunikas iDalam Bisnis. 26.

**Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Dan *Debt To Asset Ratio* Terhadap *Return On Asset*
Pada PT Kalbe Farma Tbk Periode 2009-2019**

Gatot Kusjono¹, Siska Defitarani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen00434@unpam.ac.id*; siscadefitarani@gmail.com

Received 3 Maret 2022 | Revised 24 Maret 2022 | Accepted 27 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Dan *Debt To Asset Ratio* Terhadap *Return On Asset* Pada Pt. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, deskriptif, asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, uji linier sederhana, uji regresi linier berganda, uji hipotesis. Hasil penelitian secara parsial *Debt To Equity Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset* dan *Debt To Asset Ratio* pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Asset*. Hasil uji F diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $3,787 <$ dari f_{tabel} sebesar 4,46, artinya secara simultan *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset*. Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009-2019.

Kata kunci: *Debt To Equity Ratio* (DER), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Return on Asset* (ROA)

Abstract

This study aims to determine the effect of Debt To Equity Ratio and Debt To Asset Ratio on Return On Assets at Pt. Kalbe Farma, Tbk Period 2009-2019. The method used in this research is quantitative, descriptive, associative. Data analysis techniques used include classical assumption test, simple linear test, multiple linear regression test, hypothesis testing. The results of the study partially Debt To Equity Ratio has a negative and significant effect on Return On Assets and Debt To Asset Ratio has a positive and significant effect on Return On Assets. The results of the F test obtained that the value of f_{count} is $3.787 <$ from $f_{(table)}$ of 4.46, meaning that Simultaneously, Debt To Equity Ratio and Debt To Asset Ratio have no significant effect on Return On Assets. At PT. Kalbe Farma, Tbk Period 2009-2019.

Keywords: *Debt To Equity Ratio* (DER), *Debt to Asset Ratio* (DAR), *Return on Asset* (ROA)

PENDAHULUAN

Perusahaan farmasi atau dapat disebut sebagai perusahaan obat-obatan merupakan perusahaan bisnis yang fokus meneliti, mengembangkan serta mendistribusikan obat-obatan, terutama yakni dalam hal kesehatan. Dan perusahaan farmasi merupakan perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia, sebab kebutuhan akan obat-obatan yang sangat meningkat seiring dengan bertambahnya populasi penduduk yang memberikan peluang besar bagi industri farmasi untuk terus

berkembang. Perusahaan farmasi memiliki jumlah perusahaan yang relatif sedikit dibandingkan dengan perusahaan dibidang lainnya.

Saat ini dunia tengah diguncang oleh kasus penyebaran pandemi wabah Virus . *Corona virus disease* 2019 (COVID-19) dari China kian merebak dan meluas secara cepat dan menjadi polemik global terbesar untuk saat ini dan ini termasuk di Indonesia. Bahkan wabah virus ini telah ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO). Dan Indonesia untuk kasus covid-19 ini semakin meningkat Permintaan dan kebutuhan masyarakat akan obat sangatlah tinggi di saat pandemi COVID-19 ini terjadi, sehingga perusahaan di bidang farmasi melakukan peningkatan produksi obat yang di butuhkan.

Didalam kasus ini juga perusahaan industri farmasi mampu mendapatkan keuntungan yang meningkat, hal ini di sebabkan meningkatnya permintaan dan kebutuhan masyarakat akan obat dalam menghadapi kasus COVID-19. Oleh karena itu, hal ini akan berdampak pada arus kas perusahaan industri farmasi khususnya perusahaan industri farmasi PT. Kalbe Farma Tbk. Perusahaan PT. Kalbe Farma Tbk. merupakan salah satu perusahaan yang berada dalam industri farmasi Indonesia sejak tahun 1966 bahkan sudah melebarkan sayapnya di pasar internasional wilayah ASEAN sehingga PT. Kalbe Farma Tbk. merupakan salah satu perusahaan raksasa yang telah bertahan lama dan menghadapi krisis-krisis yang telah terjadi sebelumnya. PT. Kalbe Farma Tbk. mengalami peningkatan arus kas pada kuartal pertama tahun 2020 sebesar 125,1% dan dengan keadaan seperti ini perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaannya. Dimana salah satu masalah yang dihadapi perusahaan adalah masalah kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan mengukur kinerja keuangannya dengan menggunakan rasio keuangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rasio solvabilitas dan profitabilitas. Solvabilitas merupakan salah satu aspek keuangan yang paling penting di analisis. Solvabilitas dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh aset perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir, 2017). Dimana perusahaan menggunakan lebih banyak hutang berarti memperbesar resiko yang ditanggung. Masalah solvabilitas dalam perusahaan juga sangat mempengaruhi perusahaan dalam mendapatkan laba , karena semakin tinggi rasio solvabilitas maka semakin tinggi pula risiko kerugian yang dihadapi perusahaan.

Peneliti menggunakan variabel independen *Debt To Equity Ratio* (X_1) dan *Debt To Asset Ratio* (X_2). DER merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Kasmir, 2017). Dan DAR merupakan rasio yang digunakan untuk melihat seberapa besar aktiva perusahaan yang didanai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva (Kasmir, 2017)

Dan keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh tingkat pengembalian atas laba maka perlu dilakukan analisis keuangan dengan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas menunjukkan perbandingan antara laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan asset atau ekuitas yang dipergunakannya untuk menghasilkan laba tersebut. Oleh karena itu, rasio profitabilitas yang tinggi ini menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menjalankan operasinya sehingga perusahaan mempunyai kemampuan yang besar dalam menghasilkan laba yang diperolehnya. ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa banyak laba yang diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan. ROA digunakan peneliti sebagai variabel *dependen* (Y). ROA adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2012)

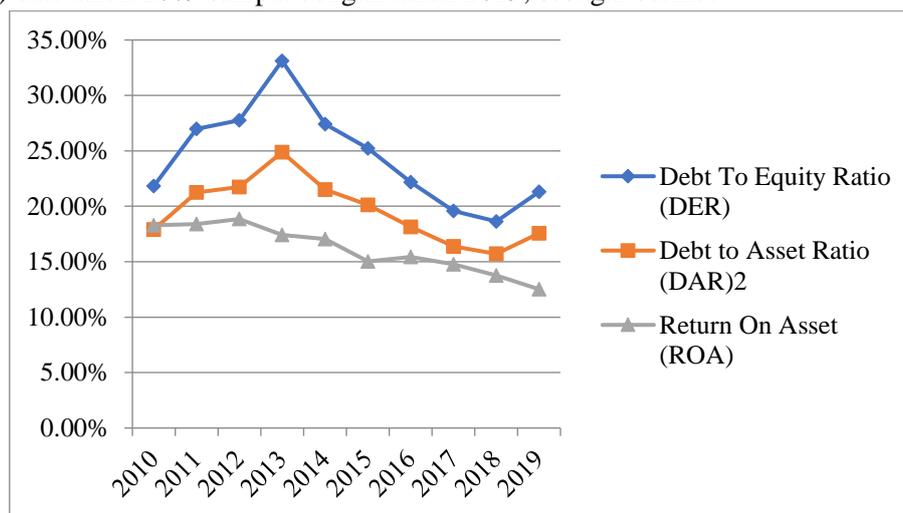
Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang “Pengaruh *Debt To Equity Ratio* Dan *Debt To Asset Ratio* Terhadap *Return On Asset* Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009 – 2019.

Tabel 1. *Debt To Equity Ratio* (DER), *Debt To Asset Ratio* (DAR) dan *Return On Asset* (ROA) PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009 – 2019.

| Tahun | <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) | <i>Debt to Asset Ratio</i> (DAR) | <i>Return On Asset</i> (ROA) |
|-------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| 2009 | 39,24% | 26,09% | 14,33% |
| 2010 | 21,84% | 17,92% | 18,29% |
| 2011 | 26,98% | 21,25% | 18,41% |
| 2012 | 27,76% | 21,73% | 18,85% |
| 2013 | 33,12% | 24,88% | 17,41% |
| 2014 | 27,40% | 21,51% | 17,06% |
| 2015 | 25,22% | 20,14% | 15,02% |
| 2016 | 22,16% | 18,14% | 15,44% |
| 2017 | 19,59% | 16,38% | 14,76% |
| 2018 | 18,64% | 15,71% | 13,76% |
| 2019 | 21,31% | 17,56% | 12,52% |

Sumber: Data Olahan Laporan Keuangan PT. Kalbe Farma, Tbk

Gambar grafik *Debt To Equity Ratio* (DER) dan *Debt To Asset Ratio* (DAR) terhadap *Return On Asset* (ROA) dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2019, sebagai berikut :



Grafik 1. *Debt To Equity Ratio* (DER), *Debt to Asset Ratio* (DAR) dan *Return On Asset* (ROA) PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009 – 2019.

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa *Debt To Equity Ratio*, *Debt to Asset Ratio*, maupun *Return On Asset* pada PT. Kalbe Farma, Tbk, selalu mengalami perubahan setiap tahunnya baik peningkatan maupun penurunan. Penurunan *Return On Asset* paling rendah terjadi pada tahun 2019, yaitu hanya 15,19% sedangkan pada tahun 2010 terjadi penurunan cukup drastis terhadap *Debt to Asset Ratio* (DAR) yang hanya 17,92%. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh indikator keuangan terhadap profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan permasalahan keuangan di atas, maka penting untuk mengetahui “Pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER) Dan *Debt to Asset Ratio* (DAR) Terhadap *Return On Asset* (ROA) Pada PT. Kalbe Farma, Tbk Periode 2009 – 2019 “, sehingga dapat diketahui mengenai kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya serta dapat mengukur seberapa maksimal perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya, serta memperoleh laba pada perusahaan PT Kalbe Farma, Tbk.

Debt to Equity Ratio

Menurut (Kasmir, 2017) bahwa *Debt To Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang saham (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Debt to Asset Ratio

Menurut (Halim & Hanafi, 2012) *Debt To Asset Ratio* merupakan rasio hutang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Rasio ini dihitung dengan membagi total kewajiban dengan total aktiva. Menurut (Brigham & Houston, 2014) *Debt To Asset Ratio* merupakan ukuran yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditur, semakin rendah rasio maka akan meningkatkan laba sehingga semakin besar jaminan kreditur untuk pengambilan atas pinjaman yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Return On Asset

Menurut (Halim & Hanafi, 2012) *Return On Asset* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen. Rasio ini juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*). Menurut (Kasmir, 2012) *Return On Asset* adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Dengan demikian ini menghubungkan laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan (*net income*) dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut

Penelitian Terdahulu

Penelitian Nurfianti.S dan Wulansari. R. (2021) yang berjudul “Pengaruh *Debt To Asset Ratio* Dan *Current Ratio* Terhadap *Return On Asset* Pada PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk Periode 2010-2019” diperoleh Hasil uji t (parsial) diperoleh *Debt To Asset Ratio* (DAR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Asset* (ROA). sedangkan *Current Ratio* (CR) berpengaruh signifikan terhadap *Return On Asset* (ROA). Hasil uji F (simultan), *Current Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* berpengaruh secara signifikan terhadap *Return On Asset*.

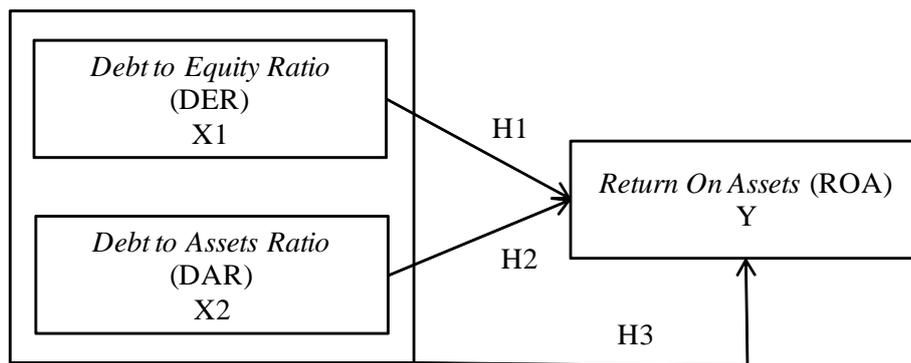
Penelitian Wartono. T (2018) yang berjudul “Pengaruh *Current Ratio* dan *Debt To Equity Ratio* terhadap *Return On Asset* (Studi pada PT Astra International, Tbk)”, diperoleh hasil *Current Ratio* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Return On Asset*. *Debt To Equity* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Return On Asset*. . *Current Ratio*, *Debt To Equity* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap *Return On Asset*.

Penelitian Widodo. A.(2018) yang berjudul “pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turn Over* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset* serta dampaknya terhadap nilai perusahaan (Studi Terhadap Perusahaan Jasa Penunjang Migas Pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014).” diperoleh hasil Secara parsial, TATO dan DR berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). CR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). secara simultan diketahui bahwa CR, TATO, dan DR berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (ROA) perusahaan jasa penunjang Migas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2010-2014.

Penelitian Harjayanti. R. D (2020) dengan judul “Pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Asset Ratio* (DAR) Terhadap *Return on Asset* (ROA) Pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Periode 2009-2018”. Diperoleh hasil Dari hasil uji t maka *Current Ratio* berpengaruh secara partial terhadap *Return On Asset*. *Debt to Asset Ratio* tidak berpengaruh secara partial terhadap *Return On Asset*. hasil uji F maka *Current Ratio* dan *Debt to Asset Ratio* berpengaruh secara bersamaan terhadap *Return on Asset*.

Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2013: 60) “kerangka berfikir yaitu kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka berfikir penelitian ini seperti ditunjukkan pada gambar 2.1



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh parsial antara DER terhadap ROA PT. Kalbe Farma, Tbk.

H2: Ada pengaruh parsial antara DAR terhadap ROA PT. Kalbe Farma, Tbk.

H3: Ada pengaruh simultan antara DER dan DAR secara bersama-sama terhadap ROA PT. Kalbe Farma, Tbk

METODE

Metode penelitian merupakan prosedur atau cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Menurut (Sugiyono, 2010) Metode Penelitian Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2013) Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk mengetahui penerapan *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset* PT. Kalbe Farma, Tbk.

Menurut (Sugiyono, 2013) Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh penerapan pada *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset* pada PT. Kalbe Farma, Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

**Tabel 2. Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 11 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.52058287 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .158 |
| | Positive | .153 |
| | Negative | -.158 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .524 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .947 |

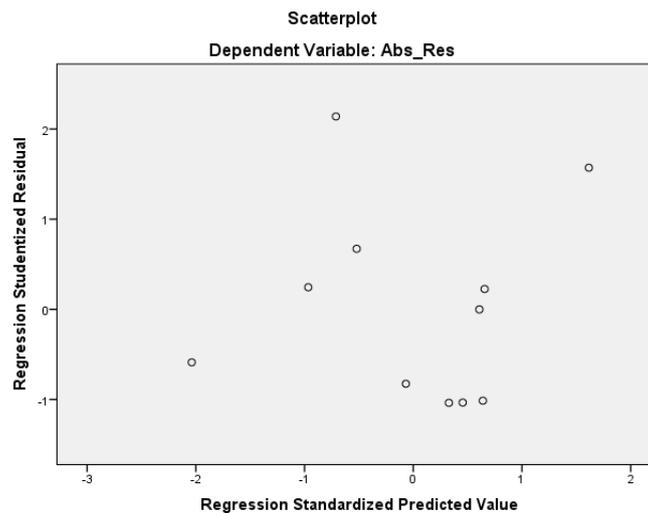
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data diolah oleh Spss 25

Berdasarkan tabel 2. diperoleh nilai test statistic sebesar asymp. Sig sebesar 0,947 yang artinya berdistribusi secara normal karena lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini data yang ada tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

| Model | Coefficients ^a | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------------------|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Debt to Equity Ratio | .510 | 1.962 |
| | Debt to Asset Ratio | .510 | 1.962 |

a. Dependent Variable: Return on Assets

Sumber: data diolah Spss 25

Dari tabel 3. dapat diketahui bahwa dari semua variabel yang terdiri dari *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* memiliki nilai *Tolerance* $0,510 > 0,01$ dan *VIF* $1,962 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi
Runs Test

| | Unstandardized Residual |
|-------------------------|-------------------------|
| Test Value ^a | -.12399 |
| Cases < Test Value | 5 |
| Cases \geq Test Value | 6 |
| Total Cases | 11 |
| Number of Runs | 4 |
| Z | -1.254 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .210 |

a. Median

Sumber: data diolah Spss 25

Dari hasil tabel 4. dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diatas tingkat kepercayaan 5% sehingga H_0 tidak dapat ditolak. Hal ini berarti data yang dipergunakan tersebar (random). Dapat diketahui bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi antara variabel independen, sehingga model regresi layak digunakan.

Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| | (Constant) | -.632 | 6.064 | -.104 | .920 |
| 1 | Debt to Equity Ratio | -1.145 | .481 | -3.333 | .045 |
| | Debt to Asset Ratio | 2.292 | .885 | 3.629 | .032 |

a. Dependent Variable: Return on Assets

sumber: data diolah Spss25

Berdasarkan hasil pada tabel 5, diperoleh persamaan: $ROA = -0,632 - 1,145DER + 2,292DAR$. Konstanta sebesar negatif 0,632 menunjukkan bahwa apabila *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* bernilai 0, maka *Return On Asset* akan tetap bernilai negatif 0,632. Variabel *Debt To Equity Ratio* mempunyai nilai koefisien regresi bernilai negatif 1,145, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu kali *Debt To Equity Ratio* akan menurunkan *Return On Asset* sebesar 1,145 dengan asumsi variabel *Debt To Asset Ratio* tetap. Variabel *Debt To Asset Ratio* mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 2,292 hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu kali *Debt To Asset Ratio* akan meningkatkan *Return On Asset* sebesar 2,292 dengan variabel *Debt To Equity Ratio* tetap .

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel *Debt Equity Ratio* dan *Debt Asset Ratio* terhadap *Return On Asset*.

Tabel 6. Hasil Analisis Uji t (Persial)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -.632 | 6.064 | | -.104 | .920 |
| 1 Debt to Equity Ratio | -1.145 | .481 | -3.333 | -2.379 | .045 |
| Debt to Asset Ratio | 2.292 | .885 | 3.629 | 2.590 | .032 |

a. Dependent Variable: Return on Assets

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh hasil:

Variabel *Debt To Equity Ratio* memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-2,379 > t_{tabel}$ sebesar 2,30600, dengan nilai signifikan sebesar $0,045 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel *Debt To Equity Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset*.

Variabel *Debt To Asset Ratio* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,590 > t_{tabel}$ 2,30600 dengan nilai signifikan $0,032 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel *Debt To Asset Ratio* pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *Return On Asset*.

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 21.891 | 2 | 10.946 | 3.787 | .070 ^b |
| | Residual | 23.122 | 8 | 2.890 | | |
| | Total | 45.013 | 10 | | | |

a. Dependent Variable: Return on Assets

b. Predictors: (Constant), Debt to Asset Ratio, Debt to Equity Ratio

Hasil uji simultan dari tabel di atas, diperoleh nilai signifikan $0,070 > 0,05$ dan nilai f_{hitung} sebesar $3,787 <$ dari f_{tabel} sebesar 4,46 sehingga H_a ditolak dan H_o diterima, artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset*.

Koefisien Determinasi

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen yaitu *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap perubahan variabel dependen *Return On Asset*.

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .697 ^a | .486 | .358 | 1.70006 |

a. Predictors: (Constant), Debt to Asset Ratio, Debt to Equity Ratio

b. Dependent Variable: Return on Assets

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square 0,358, yang berarti bahwa variabel *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset* sebesar 35,8% dan sisanya sebesar 64,2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

Hasil uji t pengaruh parsial DER terhadap ROA diperoleh nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,045 dengan hasil uji nilai t_{hitung} menunjukkan hasil lebih besar dari pada t_{tabel} ($-2,379 > 2,30600$). Dan hal ini menjelaskan bahwa kesanggupan perusahaan dalam memenuhi jangka pendeknya dalam menghasilkan laba perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah efisien dalam membiayai hutang nya dengan menggunakan modal sendiri. Hasil ini sejalan dengan penelitian Aulia. M, Romli. A. (2020) yang menyatakan bahwa *Debt To Equity Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return On Asset*.

Dari hasil penelitian ini variabel *Debt To Asset Ratio* secara parsial berpengaruh terhadap *Return On Asset*, dilihat dari hasil uji t menunjukkan *Debt To Asset Ratio* nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,032 sedangkan hasil uji t_{hitung} menunjukkan hasil lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,590 > 2,30600$). Karena pertumbuhan ROA menunjukkan pencapaian yang baik sejalan dengan harapan perusahaan. Pada tahun 2012 pertumbuhan penjualan yang kuat mencerminkan perubahan komposisi bisnis akibat adanya kontribusi yang lebih besar dari divisi distribusi dan logistik. Pertumbuhan didukung oleh perbaikan kinerja penjualan. Produk minuman siap saji dan minuman energi kontribusi produk-produk baru serta pertumbuhan obat bebas yang baik. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Mawarsih. S, Ramadhani (. F, Irawati. L, Fadillah. N. (2020) yang menyatakan bahwa *Debt To Asset Ratio* berpengaruh negatif namun signifikan terhadap *Return On Asset*.

Secara simultan tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset*. Hal ini dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,070 > 0,05$ sedangkan hasil uji f_{hitung} sebesar 3,787 lebih besar dari f_{tabel} 4,46 ($3,787 > 4,46$). Dan hasil koefisien determinasi sebesar 35,8% sedangkan sisanya 64,2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan:

Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara *Debt To Equity Ratio* secara parsial terhadap *Return On Asset* pada PT. Kalbe Farma, Tbk dimana nilai t_{hitung} sebesar -2,379 dengan hasil t_{tabel} sebesar 2,30600, artinya bahwa t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($-2,379 > 2,30600$) dan memiliki nilai signifikan 0,045 yang lebih kecil dari nilai alfa sebesar 0,05 ($0,045 < 0,05$).

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Debt To Asset Ratio* secara parsial terhadap *Return On Asset* pada PT. Kalbe Farma, Tbk dimana nilai t_{hitung} sebesar 2,590 lebih besar dari t_{tabel} ($2,590 > 2,30600$) dan memiliki signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai alfa sebesar 0,05 ($0,032 < 0,05$).

Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara *Debt To Equity Ratio* dan *Debt To Asset Ratio* terhadap *Return On Asset*. Hal ini dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,070 > 0,05$ sedangkan hasil uji f_{hitung} sebesar 3,787 lebih besar dari f_{tabel} 4,46 ($3,787 > 4,26$).

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Buku 1. Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2011). *Analisis Laporan Akuntansi*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8), cetakan VIII*. Semarang: Badan penerbit universitas diponegoro.
- Halim, A., & Hanafi, M. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPPSTIMYKPN.
- Jurnal/ Skripsi :
- Harahap, S. S. (2010). *Analisa Kritis Atas laporan keuangan. Cet 11*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Indonesia, I. A. (2015). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Irawati, S. (2016). *Manajemen Keuangan*. Bandung: Pustaka.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Pertama. Cetakan ke-12*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Martono, & Agus, H. (2010). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Munawir, S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Edisi ke-4. Cetakan ke-15*. Yogyakarta: Liberty.
- Musthafa. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Mutiara, A., Romli, H., & Marsinah, L. (2020). Pengaruh Current ratio, Debt to equity ratio dan Debt to Asset ratio terhadap Return On asset pada koperasi di kota Palembang. *integritas jurnal profesional*, 27-38.
- R, S. K., & Wild, J. J. (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Penerjemah Dewi Y*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mix method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep & Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.

Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat

Isman Nurdjati¹, Veta Lidya Delimah Pasaribu^{2*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang
nurdjati@gmail.com¹, vethalidya@gmail.com^{2*}

Received 23 Maret 2022 | Revised 27 Maret 2022 | Accepted 27 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai pada PT BNI Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat. Metode yang digunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis statistik pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Sampel sebanyak 88 orang. Hasil penelitian motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dengan kontribusi sebesar 30,5% dan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5.358 > 1.988)$. Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai kontribusi sebesar 42,7% dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(5.598 > 1.988)$. Motivasi dan disiplin kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dengan persamaan regresi $Y=0.991+0.278X_1+0.483X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 48,8%, uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(40.521 > 3.103)$.

Kata Kunci: Motivasi Kerja; Disiplin Kerja; Kinerja Pegawai

Abstract

This study aims to determine the effect of motivation and work discipline on employee performance at PT BNI Strategic Planning Division in Central Jakarta. The method used is quantitative method, with statistical analysis techniques of regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The sample is 88 people. The results of the study of motivation had a significant effect on employee performance with a contribution of 30.5% and the t-test obtained $t_{count} > t_{table}$ or $(5.358 > 1.988)$. Work discipline has a significant effect on the performance of contributing employees by 42.7% and the value of $t_{count} > t_{table}$ or $(5.598 > 1.988)$. Motivation and work discipline simultaneously have a significant effect on employee performance with the regression equation $Y=0.991+0.278X_1+0.483X_2$ and the contribution of the influence is 48.8%, the F test is obtained $F_{count} > F_{table}$ or $(40.521 > 3.103)$.

Keywords: Work Motivation; Work Discipline; Employee Performance

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi perbankan diharuskan bisa mengembangkan dan me-manfaatkan teknologi yang sudah semakin modern, dan dipermasalahkan dengan sumber daya manusia masih menjadi sorotan dan tumpuhan bagi perusahaan untuk dapat bertahan di era globalisasi. Sumber daya manusia mempunyai peran utama dalam setiap kegiatan perusahaan, walaupun didukung dengan saran dan prasarana serta sumber dana yang berlebihan, tetapi tanpa dukungan sumber daya yang handal kegiatan perusahaan tidak akan terselesaikan dengan baik. Sektor tenaga kerja memang vital, apalagi pemerintah punya ambisi ingin mengembangkan industri 4.0 yang berbasis digital. Industri 4.0 memang sedang hangat dibicarakan, pada era industry 4.0 sektor jasa menjadi bidang yang bisa diandalkan untuk dapat

berkembang dengan pesat. Fenomena yang terjadi tersebut pasti memberikan efek pada organisasi atau perusahaan yang berdiri dan berkembang ditengah-tengah lingkungan sekitarnya, seperti bermunculannya bisnis baru dan profesi baru yakni sektor perbankan. Era digitalisasi semua perbankan harus memutar otak agar bisnis nya tetap berjalan dan bersaing dengan kompetitornya di era pandemi, semua sektor perbankan juga terkena dampak dari pandemi ini. Nasabah juga selama pandemi berkurang untuk pergi ke bank dan menyimpan uang nya ke bank, hal ini semua perbankan harus menciptakan gebrakan inovasi terbaru agar nasabah mau menyimpan uangnya lagi ke bank. Seperti yang kita ketahui bahwa demi mencegah penularan Covid-19 Bank Centra Asia (BCA) terlebih dahulu mempromosikan penarikan uang di mesin ATM tanpa kartu, baru setelah itu Bank Negara Indonesia (BNI) juga ikut mempromosikan penarikan uang tanpa kartu di mesin ATM. Hal ini disambut baik oleh semua nasabah karena ada yang memper-dulikan mereka disaat pandemi ini belum berakhir dengan menciptakan inovasi yang sebelumnya belum pernah ada, dan alhasil nasabah perlahan sudah mulai kembali menaruh uangnya di bank untuk sekedar dijadikan tabungan ataupun asuransi.

Untuk mendapatkan hasil kerja yang produktif dari setiap pegawai maka sangat dipengaruhi dengan beberapa faktor salah satunya adalah faktor motivasi, faktor motivasi sangat mempengaruhi kinerja pegawai karna faktor motivasi merupakan suatu kondisi yang dapat menggerakkan manusia ke arah yang lebih baik dan sesuai dengan tujuan tertentu. Untuk memperoleh hasil belajar yang optimal, guru dituntut kreatif membangkitkan motivasi belajar siswa sehingga terbentuk perilaku belajar peserta didik yang efektif. PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis juga memberikan motivasi kepada pegawainya salah satunya dengan memberikan reward kepada pegawai yang melakukan pekerjaannya dengan baik, contohnya adalah melakukan suatu kompetisi yang diberikan kepada pegawai. Pemenang dari acara ini akan memperoleh reward berupa kompensasi hadiah uang dan liburan, hal ini tentunya dapat meningkatkan motivasi pegawai agar dapat belajar lebih dalam mengenai produk Bank Negara Indonesia dan menawarkan dengan optimal kepada pelanggan. Selain itu dapat pula cara yang dilakukan BNI untuk meningkatkan motivasi untuk para pegawai yang akan berakhir masa jabatannya dan masa kerjanya, diberikan motivasi bagaimana membangun masa depan yang lebih baik ketika sudah tidak bekerja di BNI. Menurut Abraham Maslow (2014:27) mengemukakan bahwa motivasi adalah *“basic basic human needs to start pushing from the lower levels starting from basic biological needs to psychological motives that are more complex and have indicators namely driving force, responsibility, obligation, purpose, willingness, willingness, forming expertise and forming skills”* Dengan terjemahan sebagai berikut : *“kebutuhan dasar dasar manusia mulai didorong dari tingkat yang lebih rendah mulai dari kebutuhan biologis dasar hingga motif psikologis yang lebih kompleks dan memiliki indikator yaitu tenaga penggerak, tanggung jawab, kewajiban, tujuan, kemauan, kemauan, keahlian pembentuk dan keterampilan pembentuk”*

Aspek lainnya juga memberikan manfaat bagi pegawai dan perusahaan itu sendiri adalah disiplin kerja, disiplin kerja merupakan ke-giatan yang sangat penting penting karna bisa mempengaruhi hasil kinerja pegawai dan bisa mengetahui siapa saja pegawai yang ber-masalah pada tingkat kedisiplinan kerja. Pengertian disiplin kerja secara sederhana dapat diartikan sebagai tindakan yang patuh terhadap aturan yang ada dalam perusahaan, ketika bekerja kita dituntut untuk memenuhi segala peraturan yang ada dalam perusahaan tempat kita bekerja. Tujuannya adalah menciptakan iklim kerja yang aman dan nyaman bagi semua pegawai. Menurut Edy Sutrisno (2011:94) disiplin adalah perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau tingkah laku dan perbuatan sesuai dengan peraturan organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis dan memiliki indikator yakni tingkat absensi, jam kerja, ketepatan waktu, me-nylesaikan pekerjaan tepat waktu, bekerja sesuai dengan prosedur, siap menerima sanksi, berpakaian rapih, kesopanan dan tata krama Berdasarkan fenomena yang ada maka penulis merasa terdorong untuk mengetahui tentang adanya keterkaitan motivasi dan kinerja yang ada pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis tersebut. Maka dari itu penulis memberi

judul “Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat”

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif yaitu sebuah penyelidikan permasalahan yang terjadi pada individu yang didasarkan pada pengujian teori yang tersusun dari beberapa variabel yang telah diukur oleh angka-angka dan dianalisis secara statistik, selain itu untuk ditentukan apakah teori yang digunakan untuk memprediksi itu benar atau tidak, metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya dan untuk mengetahui rumusan masalah yang ada pada penelitian ini, jenis penelitian ini adalah asosiatif, penelitian asosiatif memiliki tingkatan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan deskriptif atau komparatif. Menurut Sugiyono (2016:44) “adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”

Variabel adalah besaran yang dapat mempengaruhi suatu peristiwa atau hasil penelitian, adanya variabel juga memudahkan analisis suatu masalah, variabel juga sangat penting terutama dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017:59) “operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”

Penelitian kuantitatif lebih mengenai permasalahan metode, pengukuran dan sampel karena pendekatan deduktif menekankan rencana yang utama secara detail pada pengumpulan data dan analisa, pendekatan kuantitatif menekankan pada pengukuran beberapa variabel dan pengujian hipotesis tepat dihubungkan ke penjelasan secara umum. Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) “adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil dari data yang telah dikumpulkan baik dari data sekunder maupun data primer, memperoleh gambaran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Selanjutnya data yang telah terkumpul semuanya lalu diolah sesuai dengan jumlah responden atau sampel yang sudah ditentukan sebelumnya, jumlah angket yang sudah disebarakan kepada responden sebanyak 88 angket dari sampel yang ada dan telah dikembalikan sepenuhnya. Setelah data angket sudah terkumpul secara keseluruhan sudah memenuhi syarat untuk di analisis dan di realisasikan guna dapat memecahkan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya

Tabel 1. Hasil Uji T Parsial

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients ^a | | | Collinearity Statistics | |
|----------------|-----------------------------|------------|--|-------|-------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | T | Sig. | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 1.085 | 2.313 | | 0.469 | 0.640 | | |
| Motivasi | 0.273 | 0.086 | 0.289 | 3.188 | 0.002 | 0.731 | 1.368 |
| Disiplin Kerja | 0.484 | 0.087 | 0.503 | 5.547 | 0.000 | 0.731 | 1.368 |

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Dapat diketahui bahwa nilai motivasi t hitung sebesar 3,188 sedangkan nilai t tabel untuk n = 85 sebesar 1,988. Karena nilai t hitung lebih besar dari > t tabel dan nilai taraf signifikan 0,002 lebih besar

dari $>0,05$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sedangkan nilai disiplin t hitung sebesar 5,547 sedangkan nilai t tabel untuk $n = 85$ sebesar 1,988. Karena nilai t hitung lebih besar dari $> t$ tabel dan nilai taraf signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$ maka H_2 diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 2. Hasil Uji F Simultan

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 278.423 | 2 | 139.211 | 40.521 | .000 ^b |
| | Residual | 292.021 | 85 | 3.436 | | |
| | Total | 570.443 | 87 | | | |

a. Dependent Variable: Kinerja_Pegawai

b. Predictors: (Constant), Disiplin_Kerja, Motivasi_Kerja

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26

Diperoleh bahwa nilai f hitung lebih besar dari $> f$ tabel sebesar ($40,521 > 3,103$) dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari $< 0,05$. dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan bersama-sama (simultan) antara variabel Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat

Hasil penelitian diperoleh bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis dan hal ini dapat dibuktikan dari nilai regresi linier sederhana sebesar 0.529 X_1 menyatakan bahwa setiap penambahan persentase sebesar 1% maka nilai motivasi kerja (X_1), maka nilai dari kinerja pegawai bertambah sebesar 0.529. Nilai regresi linier berganda sebesar 0.278 X_1 artinya apabila variabel motivasi kerja (X_1) meningkat 1 (satuan) dan variabel disiplin kerja (X_2) tetap, maka kinerja pegawai (Y) akan meningkat sebesar 0.278 1 (satuan). Nilai korelasi motivasi kerja (X_1) bertambah sebesar 0.552 yang berarti bahwa hubungan motivasi kerja (X_1) terhadap kinerja pegawai (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat memiliki tingkat hubungan yang kuat. Koefisien determinasi sebesar 0.305 yang memiliki arti bahwa motivasi kerja (X_1) memberikan nilai kontribusi persentase terhadap variabel kinerja pegawai (Y) sebesar 30,5%, sedangkan sisanya sebesar 69,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai t hitung motivasi kerja (X_1) 5.358 $>$ t tabel 1.98827 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 $<$ 0,05 maka H_a diterima menandakan bahwa motivasi kerja (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai (Y) pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat maka kinerja pegawai akan semakin meningkat juga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh S Farisi, J Irnawati, M Fahmi (2020). Bahwa Motivasi Kerja berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan.

Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat

Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai dengan nilai t hitung 5.598 $>$ t tabel 1.98827 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 $<$ 0,05. Besarnya kontribusi disiplin kerja terhadap variabel kinerja pegawai (Y) sebesar 42,7%. Hasil penelitian ini sejalan dengan F Konefi (2017), bahwa disiplin berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Secara Simultan Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT Bank Negara Indonesia Divisi Perencanaan Strategis di Jakarta Pusat

Motivasi dan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai diterima persamaan regresi $Y = -5.358 + 0.278X_1 + 0.483X_2$. Kontribusi motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap variabel kinerja pegawai (Y) sebesar 48,8%. Hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 40.521 > Ftabel 3.103 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian S Farisi, J Irnawati, M Fahmi (2020). Bahwa Motivasi Kerja dan disiplin kerja berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan:

Variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, ini dibuktikan dari nilai thitung 5.358 > ttabel 1.988 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Adapun kontribusi yang motivasi terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 30,5%.

Variabel disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, ini dibuktikan dari nilai thitung 5.598 > ttabel 1.988 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Besarnya kontribusi disiplin kerja terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 42,7%.

Variabel motivasi kerja dan disiplin kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal ini dibuktikan dari nilai Fhitung sebesar 40.521 > Ftabel 3.103 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Motivasi dan disiplin kerja memberikan kontribusi terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 48,8%.

DAFTAR PUSTAKA

- A Nugroho (2015) Unsur-Unsur Manajemen. Bandung: PT Bumi Aksara
- AS Nitisenito (2011) Lingkungan Sumber Daya Manusia. Bandung: CV Haji Masagung
- Benardin, dkk (2017) Kinerja Pegawai. Bandung: Erlangga
- Cherrington (2015) Fungsi-Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Dharmawan (2011) Disiplin Kerja. Jakarta: Erlangga
- Hasibuan, Malayu (2013) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, Edisi Revisi: PT Bumi Aksara
- I Satibi (2011) Objek Penelitian. Jakarta: Gramedia
- Jones, George (2011) Management is a science and an art. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Mangkunegara, A Prabu (2014) Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Remadja Rosakarya
- M Nazir (2005) Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia
- Miner, Sudarmanto (2013) Kinerja Pegawai. Kediri: CV. Prima Putra Pratama
- N Batjo, Dr. M Shaleh (2018) Manajemen Sumber Daya Manusia: Aksara Timur
- Newstrom, Asmiarsih (2016) Disiplin Kerja: Grafindo Persada
- Umar (2011) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia
- Uno (2016) Motivasi. Bandung: Mizan Pustaka
- Rivai, Sagala (2011) Motivasi. Jakarta: Erlangga
- Rivai, Veithzal. (2011) Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan: dari Teori ke Praktik, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Robbins (2013) Perilaku Organisasi. Jakarta: Edisi 10 PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Robbins, S Sangadji (2018) Kinerja Pegawai. Bandung: Edisi Revisi: PT Bumi Aksara
- Sejahtera RL Mathis, JH Jackson (2017) Perkembangan Manajemen Sumber Daya Manusia. Safroni (2015) Fungsi- Fungsi Manajemen. Jakarta: PT. Indeks Ke-lompok Gramedia
- Bohmer, M. (2012). *Beginning Android ADK with Arduino*. Newyork: Apress.
- Meier, R. (2012). *Professional Android™ 4 Application Development*. Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.
- Salam, Susilawati (2016) Tujuan Manajemen. Kediri: Edisi Revisi: PT Grafindo Persada
- Sardiman (2017) Tujuan dan Manfaat Motivasi. Jakarta: Erlangga
- Sinamora, Sinambela (2012) Disiplin Kerja: PT. Indeks Kelompok Gramedia

- Siswanto (2017) Tujuan Manajemen. Kediri: Edisi Revisi: PT Grafindo Persada
- Sofyandi (2017) Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Gramedia Sugiyono (2017) Operasional Variabel. Jakarta: Erlangga
- Sutrisno (2014) Disiplin Kerja. Bandung: Erlangga Syamsurizal (2016) Manajemen Sumber Daya Manusia. Medan
- Zikmund (2013) Pengembangan Hipotesis. Bandung: PT Indeks Kelompok Gramedia
- D Sunarsi (2016-2017) Pengaruh Disiplin, Motivasi dan Kompetensi Terhadap Prestasi Belajar (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unpam). Jurnal Mandiri, 1(2), 207-226
- E Safitri (2013). Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Kar-yawan. Jurnal Ilmiah Manajemen, 1(4)
- F Konefi (2017). Analisis Pengaruh Kompetensi Dosen, Disiplin Kerja Dosen, dan Dukungan Organisasi Terhadap Pengembangan Profesi Dosen Tetap (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Unpam). Jurnal Manajemen dan Bisnis, 11(2), 178- 199
- FR Darmanto (2018). Pengaruh Budaya, Disiplin dan Koordinasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Kereta Api Indonesia (PERSERO) DOAP 1. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 20(2)
- L Setyawati, A Affandi, Nurjaya, D Sunarsi, A Rozi. (2021). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pariwisata Purwakarta. Jurnal Perkusi, 1(1)
- K Krisnaldy, Pasaribu VLD (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Lingkungan Kerja dan Iklim Organisasi Terhadap Motivasi Pegawai serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Kerja. Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unpam, 2(2), 164-183
- M Catio, D Sunarsi (2020). Analisa Pengaruh Kompetensi, Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Guru Pada SMK Sasmita Jaya 1. Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, 17(02), 16-26
- M Sari, F Masruroh, JT Nugroho (2018). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kecamatan Magelang Tengah Kota Magelang. Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara, 2(2)
- S Farisi, J Irnawati, M Fahmi (2020). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Jurnal Humaniora, 4(1)
- Y.K Sari (2014). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Patra Komala di Dumai. Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, 6(2)

Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Papaduls Beta Farm Bintaro Jakarta Selatan

Suharni Rahayu¹, Nurmin Arianto², Fauziah Septiani³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

² dosen01118@unpam.ac.id

Received 23 Maret 2022 | Revised 27 Maret 2022 | Accepted 30 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Papaduls Beta Farm. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif. Populasi penelitian yaitu pelanggan Papaduls Beta Farm dengan jumlah sampel 84 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dan penyebaran angket (kuesioner). Teknik analisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (uji t) dan (uji F). Hasil penelitian secara parsial terdapat pengaruh antara promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung > t tabel (4,065 > 1,663) dan sig 0,000. Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hasil uji parsial (uji t) nilai t hitung > t tabel (4,090 > 1,663) dan sig 0,000. Hasil uji simultan (uji F) promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Papaduls Beta Farm dengan nilai F hitung > F tabel atau (52,180 > 3,11) hal ini juga diperkuat dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 < 0,005.

Kata kunci: Promosi; Lokasi; Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the effect of promotion and location on customer satisfaction at Papaduls Beta Farm. The research method used is quantitative. The research population is Papaduls Beta Farm customers with a total sample of 84 respondents. Data collection techniques using observation, and distributing questionnaires (questionnaires). Data analysis techniques are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, simple and multiple regression analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing (t test) and (F test). The results of the study partially have an influence between promotions on customer satisfaction with the value of t count > t table (4,065 > 1,663) and sig 0,000. Location affects customer satisfaction partial test results (t test) t value > t table (4,090 > 1,663) and sig 0,000. The results of the simultaneous test (F test) of promotion and location on customer satisfaction at Papaduls Beta Farm with a calculated F value > F table or (52.180 > 3.11) this is also reinforced by a significance probability value of 0.000 < 0.005..

Keywords: Promotion; Location; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Di Indonesia salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah bisnis dalam bidang ikan hias, karena semakin banyaknya yang menyediakan dan menawarkan produk yang sama akan tetapi ada perbedaan dari segi kualitas produk maupun harga dari masing-masing penjual ikan hias.

Promosi penjualan salah satu indikator promosi, yang dimana promosi penjualan dalam papaduls bettafarm termasuk kategori kurang dalam melakukan promosi penjualan di media sosial. Lokasi sangat berpengaruh dalam kepuasan konsumen, namun terjadi kendala karena lokasi yang tidak strategis dan kurangnya aksesibilitas yang mendukung, vasibilitas yang kurang dapat dijangkau oleh konsumen, tidak adanya fasilitas lahan parkir, serta lingkungan yang berada ditengah perkampungan,



Gambar 1. Keluhan Pelanggan

Jika dilihat pada grafik tersebut masih terdapat keluhan pelanggan yaitu sebanyak 20 pada keterlambatan pengiriman hal ini membuktikan bahwa masih ada ketidak puas pelanggan hal ini disebabkan pula oleh promosi yang diberikan masih kurang sehingga menyebabkan jumlah pelanggan meurun ditambah lagi dengan lokasi yang cukup sulit, hal ini bisa dilihat pada:



Gambar 2. Jumlah Pengunjung

Berdasarkan grafik tersebut bahwa penunjung Papaduls Bettafarm mengalami penurunan, ini berarti ada indikasi pelanggan masih kurang puas terhadap Papaduls Bettafarm. Papaduls Bettafarm melakukan berbagai strategi pemasarannya dengan baik dan menjula produk yang berkualitas serta memberikan promosi yang menarik, hal ini bertujuan untuk kepuasan dari pelanggan sehingga pada akhirnya pelanggan melakukan pembelian ulang atas produk yang tersedia di Papaduls Bettafarm. Dari permasalahan yang ada maka penulis tertarik meneliti tentang promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan.

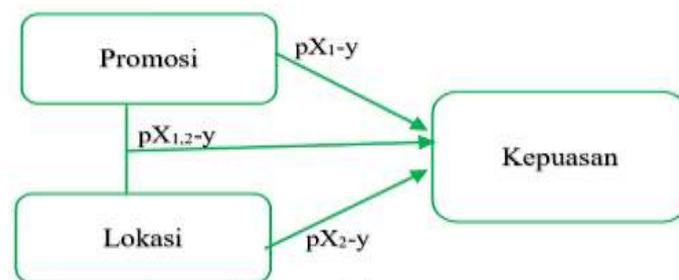
Kajian Teori

Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen unruk melakukan kegiatan pembelian. Perusahaan memberitahukan bahwa perusahaan meluncurkan produk baru untuk pasar agar pasar mengetahui, Hermawan (2015). Disisi lain Promosi adalah kegiatan terakhir dari marketing mix yang sangat penting karean kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadi transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen, Daryanto (2016). Dari definisi tersebut maka indikator yang digunakan peneliti untuk promosi adalah Perikelanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat hal ini sejalan dengan Tjiptono (2013).

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, Tjiptono (2015), sedangkan Utami (2015) lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen, sedangkan indikator yang digunakan dalam mengukur lokasi menurut Tjiptono (2012) yaitu Akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan.

Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan atau ekspetasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja atau hasil setelah pembelian. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2013) Kepuasan pelanggan adalah pengalaman yang didasarkan pada pengalaman tentang penilaian yang dibuat oleh pelanggan mengenai sejauh mana ekspektasi terhadap produk maupun jasa yang dapat diwujudkan. Penilaian terbut didasarkan pada evaluasi dari persepsi pelanggan yang berkaitan dengan pengalaman pembelian atau value yang dimilikinya yang memfasilitasi. Dari definisi tersebut maka indikator yang digunakan mengukur Kepuasan menurut Tjiptono (2015) yaitu kesesuaian harapan, minat pembelian ulang, merekomendasikan.

Dari teori tersebut hal ini di perkuat dengan beberapa penelitian terdahulu seperti Anisa (2016), Bagus (2017), Masnia (2017) dimana promosi memiliki pengeruh terhadap kepuasan sedangkan lokasi terhadap kepuasan diperkuat oleh penelitian Dinda (2019), Hanifan (2019), Jefry (2014) dan secara simultan antara promosi dan lokasi terhadap kepuasan sejalan dengan penelitian Dyas (2019), Ricky (2018). Dari penelitian terhadahulu dan konsep dasar teori maka kerangka berpikir sebagai beirkut:



Gambar 3. Kerangka berpikir

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Asosiatif dengan jumlah populasi sebanyak 512 orang sehingga sampel yang diperoleh dengan rumus Slovin sebanyak 84 responden. Adapun teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrumen kusioner yang diberikan kepada pelanggan yang datang sedangkan analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan regresi serta uji hipotesis baik secara parsial ataupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif karakteristik responden maka diperoleh tabel berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Karakteristik | | Jumlah |
|---------------|---------------|--------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 43 |
| | Perempuan | 41 |
| Usia | 17 - 20 tahun | 26 |
| | 21 - 25 tahun | 50 |
| | 26 - 30 tahun | 4 |
| | ≥ 30 tahun | 4 |

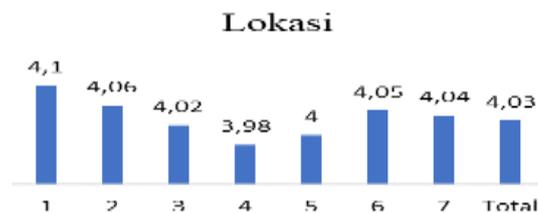
Dari tabel tersebut maka terlihat bahwa pelanggan terbesar yaitu laki-laki hal ini diperkuat dengan usia 21-50 tahun, hal ini membuktikan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih hobby dengan ikan hias terlebih dengan masa usia remaja.

Analisis deskriptif variabel promosi



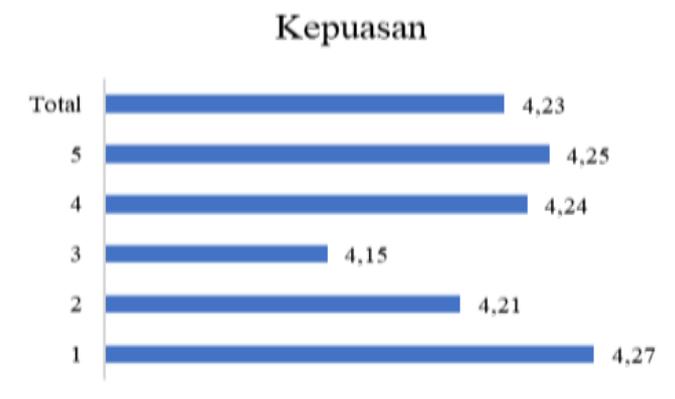
Gambar 4. Promosi

Dari penilaian responden terhadap pernyataan pada variabel (X1) dengan hasil jawaban responden diketahui bahwa rata-rata skor 4,20 untuk rentang skala dengan kriteria sangat baik. Maka promosi yang dilakukan Papaduls Betta Farm Bintaro sudah sangat baik.



Gambar 5. Lokasi

Jika dilihat maka rata-rata skor 4,03 untuk rentang skala dengan kriteria baik. Maka lokasi yang digunakan oleh Papaduls Betta Farm Bintaro sudah baik.



Gambar 6. Kepuasan Pelanggan

Dapat diketahui bahwa rata-rata skor 4,23 untuk rentang skala dengan kriteria SANGAT BAIK. Maka tingkat kepuasan pelanggan yang membeli produk ikan cupang hias di Papaduls Betta Farm sangat baik.

Dari hasil penyebaran instrumen maka diperoleh data dan dianalisis yang terdiri dari Uji Instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas.

Tabel 2. Uji Validitas

| Validitas | | |
|--------------|--------|----------|
| Promosi | Lokasi | Kepuasan |
| 0,706 | 0,768 | 0,890 |
| 0,778 | 0,810 | 0,793 |
| 0,798 | 0,849 | 0,848 |
| 0,808 | 0,768 | 0,804 |
| 0,798 | 0,852 | 0,865 |
| 0,800 | 0,759 | |
| 0,762 | 0,645 | |
| Reliabilitas | | |
| Promosi | Lokasi | Kepuasan |
| 0,887 | 0,889 | 0,893 |

Jika dilihat pada tabel tersebut maka semua r hitung diperoleh nilai diatas r tabel 0,215, maka seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel.

Hasil uji asumsi klasik maka dari hasil uji normalitas diketahui bahwa data berdistribusi normal karena dari hasil p plot diketahui titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal dan dari hasil uji asumsi klasik diketahui nilai tolerance diatas 0,10 sedangkan VIF dibawah 10,0 maka data tidak terjadi multikolinieritas.

Hasil uji determinasi maka diperoleh nilai

Tabel 3. Uji Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .750 ^a | .563 | .552 | 1.46082 |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi

Sumber :Olah data spss, 2022

Diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0,563. Hal ini berarti 56.3% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel X1 (promosi) dan X2 (lokasi), sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain

Dari hasil uji regresi berganda maka diperoleh tabel:

Tabel 4. Uji Regresi Berganda dan Uji Parsial (t)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5.245 | 1.597 | | 3.285 | .002 |
| | Promosi | .293 | .072 | .408 | 4.065 | .000 |
| | Lokasi | .257 | .063 | .410 | 4.090 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber :Olah data spss, 2022

Dari tabel tersebut maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut: $Y = 5,245 + 0,293 X_1 + 0,257 X_2 + e$. Dimana Konstanta sebesar 5,245 dapat diartikan bahwa promosi dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 5,245%. Sedangkan nilai koefisien regresi bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa adanya pengaruh yang positif antara promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh promosi (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), hasil uji parsial (uji T) antara promosi terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung > t tabel (4,065 > 1,663) dan sig < 0,005 (0,000 < 0,005) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yaitu “terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Kepuasan pelanggan pada Papaduls Betta Farm Bintaro”.

Pengaruh lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y), hasil uji parsial (ujiT) antara lokasi terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t hitung > t tabel (4,090 > 1,663) dan sig < 0,005 (0,000 < 0,005) sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yaitu “terdapat pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Papaduls Betta Farm Bintaro”

Sedangkan hasil uji simultan maka:

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 222.705 | 2 | 111.353 | 52.180 | .000 ^b |
| | Residual | 172.854 | 81 | 2.134 | | |
| | Total | 395.560 | 83 | | | |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi | | | | | | |

Sumber :Olah data spss, 2022

Pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,180 > 3,11) hal ini juga diperkuat dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 < 0,005. Dengan demikian hipotesis ke 3 (tiga) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh promosi dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Papaduls Betta Farm Bintaro dapat diterima

SIMPULAN

Dari hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan dimana terdapat pengaruh baik secara parial ataupun simultan promosi dan lokasi terhadap kepuasan pada Papaduls Betta Farm Bintaro.

Dari hasil penyebaran kuisisioner maka diperoleh saran dalam penelitian ini yaitu “Papaduls Betta Farm Bintaro seringnya melakukan promosi di media sosial” mendapatkan nilai rata-rata yang rendah yaitu 4,15 disamping itu Papaduls Betta Farm Bintaro lebih meningkatkan gambar atau tulisan di spanduk yang terpasang agar para pelanggan dapat melihat dengan jelas dari kejauhan. Karena dari pertanyaan kuesioner pada variabel X2 (Lokasi) “Papaduls Betta Farm Bintaro dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan” mendapatkan nilai rata-rata yang rendah yaitu 3,98. Dan Papaduls Betta Farm Bintaro lebih meningkatkan kualitas produk ikan cupang hiasnya agar pelanggan merasa puas dan melakukan pembelian secara berulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksan, Hermawan. (2015). Proses Kreatif Menulis Cerpen. Bandung: Nuansa Cendekia
 Amawidyati, S.A.G dan Utami, M.S. (2015). Religiusitas dan Psychological Wellbeing pada Korban Gempa. dalam Jurnal Psikologi. Vol.34. (Online), diunduh 20 Januari 2019

- Arianto, N., & Nirwana, Y. K. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(2), 202-216.
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194-203.
- Arianto, N., & Muhfany, A. A. (2021). Kepuasan Masyarakat Di Tinjau Darikualitas Pelayanan Yang Ada Pada Kantor Desa Citayam. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 50-59.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2013). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Prenhalindo. Jakarta
- Daryanto. (2016). Media Pembelajaran. Yogyakarta: Gava Media
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2012). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Tjiptono. (2011). Prinsip-prinsip Total Quality Service, Yogyakarta: Andi Offset.

Pengaruh Nilai Tukar Dan Harga Minyak Dunia Terhadap Indeks Harga Saham Perusahaan Sektor Food And Beverages Di Masa Pandemi Covid 19

Arman Maulana¹, Khuzaeni²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
arumanmaulana98@gmail.com¹; dosen00558@unpam.ac.id^{2*}

Received 27 Maret 2022 | Revised 30 Maret 2022 | Accepted 30 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai kurs rupiah dan harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan sektor food and beverages dimasa pandemi covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan meneliti harga saham perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang masih beroperasi pada masa pandemi covid-19 di bidang makanan dan minuman. Periode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu selama 1 tahun dimulai dari bulan Januari hingga Desember 2020. Pengambilan data didasarkan pada data mingguan harga saham perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman, dengan asumsi pelemahan ekonomi dunia yang juga mempengaruhi melemahnya ekonomi negara Indonesia akibat dampak pandemi covid-19 yang juga berakibat pada industri didalamnya termasuk perusahaan sektor makanan dan minuman, dan juga berdasarkan pada fenomena bahwa industri makanan dan minuman diprediksi akan meraup keuntungan ditengah pandemi covid-19. Analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tukar dan harga minyak dunia secara bersamaan atau simultan memengaruhi harga saham perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar dibursa efek dimasa pandemi covid-19.

Kata Kunci: Nilai Tukar; Harga Minyak; Indeks Harga Saham.

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of the rupiah exchange rate and world oil prices on the stock prices of companies in the food and beverages sector during the COVID-19 pandemic. This research was conducted by examining the stock prices of companies listed on the Indonesian stock exchange and still operating during the COVID-19 pandemic in the food and beverage sector. The period used in this study is 1 year starting from January to December 2020. Data collection is based on weekly data on stock prices of companies engaged in the food and beverage sector, assuming the weakening of the world economy which also affects the weakening of the Indonesian economy due to the impact of the pandemic covid-19 which also affects the industry in it, including the food and beverage sector companies, and is also based on the phenomenon that the food and beverage industry is predicted to reap profits amid the covid-19 pandemic. The research methodology used in this study is multiple linear regression using SPSS software version 25. The results show that the exchange rate and world oil prices simultaneously affect the stock prices of food and beverage sector companies listed on the stock exchange during the covid-19 pandemic.

Keywords: food and beverages; exchange rates; world oil prices; stock prices

PENDAHULUAN

Epidemi yang terjadi di tahun 2020 mengakibatkan banyak dampak diberbagai segi kehidupan, mulai dari perekonomian hingga gaya hidup yang menyesuaikan dengan keadaan tatanan hidup yang baru (era new normal). Perlu diketahui juga bahwa pandemi ini telah memberikan efek yang sangat berasa di berbagai sektor perekonomian baik disektor rill maupun non rill. Menurut Baker et al (2020) “Dengan adanya informasi yang cepat mengakibatkan investor di pasar saham panik sehingga pasar saham ikut terpengaruh secara harian”.

Berdasarkan data yang diperoleh bisa kita pahami bahwa pergerakan harga saham perusahaan sektor *food and beverages* menunjukkan fluktuatif harga, diawal tahun 2020 bisa kita simpulkan bahwa terjadi penurunan harga yang cukup signifikan yakni sekitar 18,19% dibulan Maret yang menyentuh level Rp. 1,916 per lembar saham dibandingkan harga bulan Januari yang berada pada level harga Rp. 2,343 per lembar saham. Berikutnya kenaikan terjadi pada bulan April sekitar 11,82% yaitu berada pada level Rp. 2,143 per lembar saham dibandingkan harga pada bulan Maret, berikutnya dibulan Mei terjadi penurunan harga saham perusahaan sektor *food and beverages* yang cukup dalam berada pada level Rp. 1,893, dan seterusnya dominasi harga saham perusahaan sektor *food and beverages* berada pada level yang stabil tidak terjadi penurunan yang signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa harga saham perusahaan sektor *food and beverages* berada pada level yang stabil.

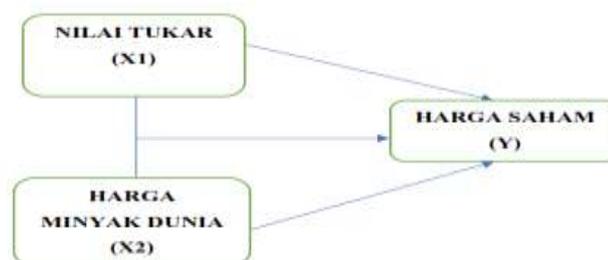
Faktor makro merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan, diluar dari kebijakan internal perusahaan yang berkaitan dengan kondisi perekonomian nasional, dan juga mempunyai pengaruh terhadap kenaikan atau penurunan kinerja perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Samsul (2017:210) “Faktor makro ekonomi secara langsung dapat mempengaruhi kinerja saham maupun kinerja perusahaan, antara lain tingkat bunga umum, tingkat inflasi, peraturan perpajakan, kebijakan pemerintah, kurs valuta asing, tingkat bunga pinjaman luar negeri, ekonomi internasional, siklus ekonomi, paham ekonomi dan peredaran uang”.

Pandemi covid-19 yang hampir melumpuhkan ekonomi secara global yang berdampak pada perekonomian Indonesia diantaranya penurunan nilai tukar, dan fenomena pergerakan harga minyak dunia akibat pandemi ini apakah memengaruhi saham perusahaan sektor *food and beverages* yang dinilai berpotensi sebaliknya meraup keuntungan yang sangat besar di masa pandemi ini. Pada kesempatan ini penulis memilih saham perusahaan sektor *food and beverages* sebagai variable dependen dan kurs atau nilai harga tukar sebagai variable independen serta harga minyak dunia sebagai variable independen dengan kedua variabel tersebut merupakan faktor makro ekonomi yang disinyalir dapat memengaruhi harga saham perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui pengaruh nilai tukar rupiah terhadap harga saham perusahaan sektor *food and beverages* dimasa pandemi covid-19 2) Mengetahui pengaruh Harga Minyak Dunia terhadap harga saham perusahaan sektor *food and beverages* dimasa pandemi covid-19 3) Untuk mengetahui pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan sektor *food and beverages* dimasa pandemi covid-19.

Kerangka Berfikir

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Hipotesis

Ho1: Terdapat pengaruh antara nilai tukar terhadap harga saham food and beverage dimasa pandemi covid-19.

Ha1: Tidak terdapat pengaruh antara nilai tukar terhadap harga saham food and beverage dimasa pandemi covid-19.

Ho2: Terdapat pengaruh antara harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan sektor food and beverage dimasa pandemi covid-19.

Ha2: Tidak terdapat pengaruh antara harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan sektor food and beverage dimasa pandemi covid-19.

Ho3: Terdapat pengaruh antara nilai tukar dan harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan food and beverage dimasa pandemi covid-19.

Ha3: Tidak terdapat pengaruh antara nilai tukar dan harga minyak dunia terhadap harga saham perusahaan food and beverage dimasa pandemi covid-19.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh harga saham dari perusahaan sektor industri barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah harga saham rata-rata mingguan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan tercatat pada periode Januari – Desember 2020 dengan jumlah sampel sebanyak 52 data rata-rata mingguan.

Tabel 1. Daftar Nama Perusahaan Yang Menjadi Objek Penelitian

| No Kode Saham | Kode Saham | Nama Emiten |
|---------------|------------|--|
| 1 | AISA | PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk |
| 2 | ALTO | PT. Tri Banyan Tirta Tbk |
| 3 | CAMP | PT. Campina Ice Cream Industri Tbk |
| 4 | CEKA | PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk |
| 5 | CLEO | PT. Sariguna Primatirta Tbk |
| 26 | ULTJ | PT. Ultra Jaya Milk Industry And Trading Company |
| 27 | ADES | PT Akasha Wira Internasional Tbk |
| 28 | TBLA | PT Tunas Baru Lampung |

Sumber: www.idx.co.id

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

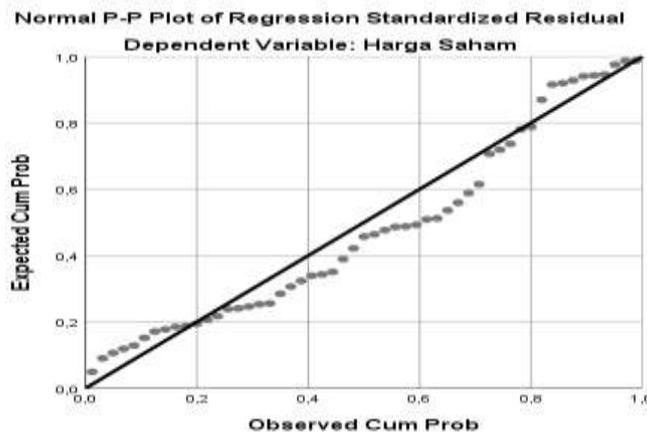
Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif yang dilakukan, didapatkan hasil pengaruh variabel Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia, yang memberikan gambaran suatu data yang terdiri dari nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi, selengkapnya mengenai hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel uji deskriptif berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik
Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|----------|----------|------------|----------------|
| X1 | 53 | 13641.40 | 16464.20 | 14586.4053 | 668.50131 |
| X2 | 53 | -50.22 | 99.02 | .8872 | 17.79439 |
| Y | 53 | 1750.99 | 2413.80 | 2057.6319 | 143.07298 |
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Valid N (listwise) | 53 | | | | |

Sumber: output SPSS versi 25

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas



Gambar 2. Uji P-Plot normalitas

Berdasarkan gambar 2 di atas, sebaran data tersebut mendekati garis diagonal, artinya data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolonieritas

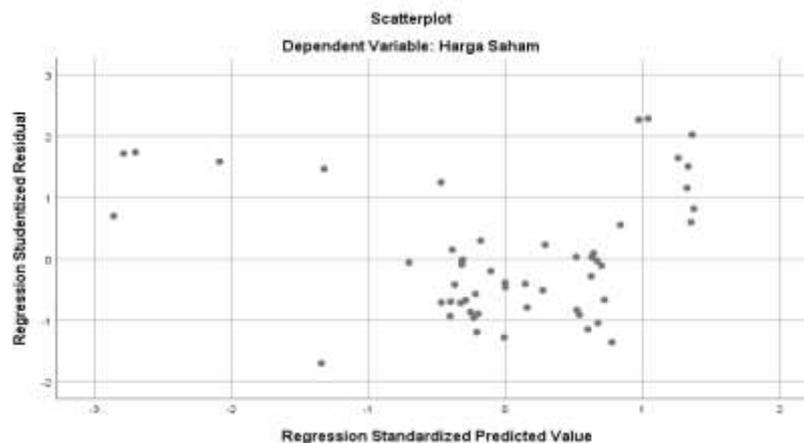
| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Nilai Tukar | .993 | 1,007 |
| | Harga minyak dunia | .993 | 1,007 |

a. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber: data diolah Spss 25

Dari tabel 3. dapat diketahui bahwa dari semua variabel yang terdiri dari Nilai Tukar dan harga saham memiliki nilai *Tolerance* $0,993 > 0,01$ dan *VIF* $1,007 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan model penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini data yang ada tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| | (Constant) | 5.392 | 1,004 | | 5,166 | ,000 |
| 1 | Nilai Tukar | -,601 | ,129 | ,551 | -4,654 | ,000 |
| | Harga minyak dunia | ,204 | ,312 | ,077 | ,654 | ,516 |

a. Dependent Variable: Harga Saham
sumber: data diolah Spss25

Berdasarkan hasil pada tabel 4, diperoleh persamaan: $Y = 5,392 - 0,601X_1 + 0,204X_2$. Konstanta sebesar negatif 5,392 menunjukkan bahwa apabila Nilai Tukar dan Harga minyak dunia bernilai 0, maka harga saham akan tetap bernilai 5,392. Variabel nilai tukar mempunyai nilai koefisien regresi bernilai negatif 0,601, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu kali nilai tukar akan menurunkan harga saham sebesar 0,601 dengan asumsi variabel harga minyak dunia tetap. Variabel harga minyak dunia mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,204 hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan satu kali harga minyak dunia akan meningkatkan harga saham sebesar 0,204 dengan variabel nilai tukar tetap .

Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel nilai tukar dan harga minyak dunia terhadap harga saham.

Tabel 5. Hasil Analisis Uji t (Persial)

| Model | t | Sig. |
|--------------------|--------|------|
| (Constant) | 5,166 | ,000 |
| 1 Nilai Tukar | -4,654 | ,000 |
| Harga minyak dunia | ,654 | ,516 |

a. Dependent Variable: Harga Saham
Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh hasil:

Variabel Nilai Tukar memiliki nilai t_{hitung} sebesar negatif 4,564 > t_{tabel} sebesar 2,306, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel Nilai Tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Harga Saham.

Variabel Harga Minyak Dunia diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,654 > t_{tabel} 2,306 dengan nilai signifikan $0,516 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya variabel Harga minyak dunia tidak berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham.

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|----------------|------|-------------|------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. | |
| 1 | Regression | ,006 | 2 | ,003 | 10,869 | ,000 ^a |
| | Residual | ,014 | 50 | ,000 | | |
| | Total | ,021 | 52 | | | |

a. Dependent Variable: Harga Saham
b. Predictors: (Constant), Harga Minyak Dunia, Nilai Tukar

Hasil uji simultan dari tabel di atas, diperoleh nilai signifikan $0,000 > 0,05$ dan nilai f_{hitung} sebesar $10,869 >$ dari f_{tabel} sebesar $4,46$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia terhadap Harga Saham.

Koefisien Determinasi

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen yaitu Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia terhadap perubahan variabel dependen Harga Saham.

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .550 ^a | .302 | .275 | .01696 |

a. Predictors: (Constant), Harga Minyak Dunia, Nilai Tukar

b. Dependent Variable: Harga Saham

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square $0,275$, yang berarti bahwa variabel Harga Minyak Dunia dan Nilai Tukar terhadap Harga Saham $27,5\%$.

Pembahasan

Pengaruh Nilai Tukar terhadap Harga Saham.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel Nilai Tukar terhadap Harga Saham, diketahui bahwa Nilai Tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap Harga Saham perusahaan sektor makanan dan minuman di masa pandemi covid-19. Hal ini berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan yaitu uji t parsial, didapatkan Nilai Tukar memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ serta nilai t_{hitung} $-4,654$ yang dimana didapatkan nilai t_{tabel} dengan $n = 53$, dan $k = 3$ (tiga) yaitu $t_{tabel} = 1.67591$. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan, begitupula sebaliknya. Berdasarkan hasil yang didapatkan maka bisa didapatkan kesimpulan bahwa Nilai Tukar berpengaruh negatif terhadap Harga Saham, ($(-4,654 > 1,67591)$).

Pengaruh Harga Minyak Dunia terhadap Harga Saham

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel Harga Minyak Dunia terhadap Harga Saham, diketahui bahwa Harga Minyak Dunia secara parsial tidak berpengaruh terhadap Harga Saham perusahaan sektor makanan dan minuman di masa pandemi covid-19. Harga Minyak Dunia memiliki nilai signifikansi yaitu sebesar $0,516$ lebih besar dari taraf signifikansi $0,05$ ($0,516 > 0,05$) dengan nilai t_{hitung} yaitu sebesar $0,654$ lebih kecil dari nilai t_{tabel} yang sudah diketahui sebelumnya sebesar $1,6759$. Maka dengan demikian bisa kita ketahui bahwa sesuai dengan dasar asumsi pengambilan keputusan, bahwa variabel Harga Minyak Dunia secara parsial dinyatakan tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia terhadap Harga Saham

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada variabel Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia secara simultan terhadap Harga Saham, diketahui bahwa Nilai Tukar dan Harga Saham berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham perusahaan sektor makanan dan minuman di masa pandemi covid-19. Hal ini berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan yaitu uji signifikansi simultan (uji-f), berdasarkan tabel ANOVA hasil output dari uji-f didapatkan hasil nilai F_{hitung} sebesar $10,869$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$.

SIMPULAN

Pengaruh Variabel X1 Nilai Tukar Terhadap Y Harga Saham Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa Nilai Tukar berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham perusahaan

makanan dan minuman dimasa pandemi covid-19. Hal ini dikarenakan nilai tukar merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi nilai harga saham, keduanya saling berkaitan karena nilai tukar menjadi salah satu faktor penting investor dalam menanamkan dananya dalam bentuk investasi saham. Selain itu nilai tukar juga akan mempengaruhi jalannya bisnis perusahaan apabila cakupan bisnisnya sampai ke ranah internasional.

Pengaruh Variabel X2 Harga Minyak Dunia Terhadap Y Harga Saham Berdasarkan hasil penelitian ini juga bisa diketahui bahwa Harga Minyak Dunia tidak berpengaruh secara parsial terhadap Harga Saham perusahaan makanan dan minuman dimasa pandemi covid-19. Bisa dikatakan pula bahwa fluktuasi harga minyak dunia yang terjadi dimasa pandemi covid-19, tidak memberikan dampak 80 yang signifikan terhadap bergeraknya harga saham pada perusahaan makanan dan minuman.

Pengaruh Variabel X1 Dan X2 Terhadap Y Harga Saham Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai Tukar dan Harga Minyak Dunia secara simultan berpengaruh terhadap bergeraknya Harga Saham perusahaan makanan dan minuman dimasa pandemic covid-19. Dalam hal ini bisa kita artikan bahwa bergejolaknya harga saham makan dan minuman dimasa pandemic covid-19, salah satunya dipengaruhi oleh fluktuasi yang dialami oleh nilai tukar dan harga minyak dunia.

Saran yang ingin penulis sampaikan pada kesempatan ini agar penelitian selanjutnya menambah variabel selain diatas yang memungkinkan dapat menghasilkan penelitian yang lebih lengkap untuk memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya pada nilai harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, H. &. (2018). Pengaruh Inflasi, Bi Rate Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis, (JAB)61(2)*, 144-151.
- Agustian, W. (2020, April 8). *Dampak Covid-19 Ke Sektor Industri, Pariwisata Sangat Tinggi Sementara Farmasi Rendah*. diakses November 23, 2020, dari Oke Finance: <https://Economy.Okezone.com/read/2020/04/09/320/2196619/Dampak-Covid-19-Ke-Sektor-Industri-Pariwisata-Sangat-Tinggi-Sementara-Farmasi-Rendah>
- Atmaja, L. S. (2013). *Teori Dan Praktek Manajemen Keuangan*,. Yogyakarta: Andi.
- Basuki, A. T. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis, Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: Pt. Raja Grafindo Persada.

Optimalisasi Personal Skill Pada Marketplace Untuk Meningkatkan Penjualan

Meilinda Eka Putri¹, Ranti Febrianti², Ricky Firmansyah³

¹ Fakultas Ekonomi, STIE STEMBI Bandung Business School ; meimei.san13@gmail.com

² Fakultas Ekonomi, STIE STEMBI Bandung Business School ; rantifebri27@gmail.com

³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Ars ; ricky@ars.ac.id

Received 23 Maret 2022 | Revised 27 Maret 2022 | Accepted 27 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Jurnal ini mengulas tentang pengoptimalan *Personal Skill* pada marketplace untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa ada hubungan antara personal skill dan peningkatan penjualan di satu marketplace, lalu mengetahui kenapa *personal skill* harus ditingkatkan. Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif, dimana kami selaku peneliti melakukan beberapa penelitian dengan membagikan kuesioner. Adapun instrument penelitiannya adalah observasi yang tidak berstruktur. Sumber data penelitian ini adalah beberapa orang yang memakai marketplace dari rentan umur 19-28 tahun dengan sumber terbanyak yaitu dari sumber yang berumur 20-22 tahun. Adapun hasilnya adalah keterampilan dari diri masing-masing itu sangat berperan penting dalam meningkatkan penjualan di suatu marketplace.

Kata Kunci: Personal Skill; Marketplace; Optimalisasi

Abstract

This journal examines how to boost revenue using optimizing personal skills as in marketplace. The purpose of this research is as to whether there is a connection between personal skills and increased sales in one marketplace, and if so, why personal skills should be improved. This type of research uses qualitative research, for which we, as researchers, did several studies using questionnaires. Unstructured observation is the research instrument. The data for this study came from a variety of shoppers on the internet between the ages of 19 and 28, with the majority of the sources being between the ages of 20 and 22. As a result, each people's skills play a critical role in increasing sales in a marketplace.

Keywords: Personal Skills; Marketplace; Optimization

PENDAHULUAN

Personal Skill terdiri dari *Personal* dan *Skill*. Pengertian *Skill* atau kemampuan adalah kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan. Ada juga pengertian lainnya bahwa *skill* adalah suatu kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam praktik sehingga tercapai hasil kerja yang diinginkan. Sedangkan *Personal* atau pribadi dapat diartikan sebagai manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri). Jika diartikan maka *Personal Skill* adalah kemampuan seseorang untuk mempraktikkan suatu pengetahuan agar hasil kerjanya sesuai dengan apa yang diinginkan. *Personal Skill* sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan karena beberapa pelanggan biasanya mau belanja di tempat tersebut karena pelayanannya. (Apriadi & Saputra, 2017)

Marketplace merupakan media online berbasis internet (web based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier sebanyak mungkin

dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Sedangkan bagi supplier/penjual dapat mengetahui perusahaan-perusahaan yang membutuhkan produk/jasa mereka. Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Kini para penjual tidak akan kesusahan untuk memasarkan barang atau jasa dengan online, hanya saja calon penjual harus melengkapi data dirinya terlebih dahulu, setelah itu marketplace bisa digunakan dan jangkauan penjualannya pun luas. (Opiida, 2014)

Maksud kami melakukan penelitian ini: 1) Mengetahui apa ada hubungan antara personal skill dan peningkatan penjualan di satu marketplace; 2) Mengetahui kenapa personal skill harus di optimalkan; dan 3) Mencari tahu apa yang harus dilakukan marketplace agar meningkatkan penjualan.

METODE

Metode yang kelompok kami gunakan yaitu dengan melakukan observasi terhadap objek yang kami teliti. Dengan menggunakan metode kualitatif ini kami meneliti secara langsung objek yang kami pilih. Dalam metode ini kami selaku peneliti akan melakukan beberapa wawancara atau membuat kuesioner mengenai materi yang dibahas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Penelitian kualitatif ini adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara ataupun penelaahan dokumen. Jenis pelaporan menggunakan analisis deskriptif yaitu laporan penelitian yang berisi kutipan kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut.

Bentuk observasi yang kami lakukan adalah Observasi tidak berstruktur. Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterampilan interpersonal menjadi salah satu *soft skills* yang paling dibutuhkan saat ini. Selain di dunia kerja nanti, keterampilan interpersonal juga penting dalam kehidupan kita sekarang. Menurut Bierman dan Suchy, interpersonal skill adalah salah satu faktor penting bagi keberhasilan seseorang dalam meniti kehidupannya. Menurut Spitzberg dan Cupach, *interpersonal skill* adalah kemampuan seseorang untuk melakukan komunikasi yang efektif. Menurut Jerving, interpersonal skill adalah kemampuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang efektif. Dari berbagai pengertian interpersonal skill menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa interpersonal skill adalah kemampuan untuk berkomunikasi, berinteraksi, membangun dan menjaga hubungan dengan orang lain dalam berbagai keadaan dan situasi. (purbowati, 2021).

Philip Kotler dalam buku berjudul Manajemen Pemasaran (2008) menyebutkan bahwa penjualan adalah proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Badu Swastha dalam buku Manajemen Pemasaran (2014) tujuan penjualan dalam perusahaan adalah untuk mencapai volume penjualan tertentu, memperoleh laba, dan menunjang pertumbuhan serta perkembangan perusahaan. (Utami, 2021)

Tabel 1. Karakteristik Responden

| | Jumlah | Persentase |
|-------------------------|--------|------------|
| 1. Jenis Kelamin | | |
| Laki-Laki | 18 | 59,10% |
| Perempuan | 9 | 40,90% |
| 2. Usia | | |

| | Jumlah | Persentase |
|---------------------------------------|--------|------------|
| < 20 tahun | 6 | 27,2 |
| 20-22 tahun | 14 | 63,6 |
| >22 tahun | 2 | 9,2 |
| 3. Lama Penggunaan Marketplace | | |
| <1 tahun | 10 | 47,60% |
| 1 tahun | 1 | 4,80% |
| > 1 tahun | 8 | 38,10% |
| Tidak Menggunakan | 3 | 9,50% |

Sumber : Data Primer (diolah penulis)

Hasil dari jawaban yang kami dapatkan dari kalangan masyarakat khususnya pada remaja atau pun yang pernah menggunakan marketplace. Hasil dari riset kami menunjukkan bahwa dari 22 responden sebanyak 59,10% didapat dari Jenis Kelamin Laki-Laki dan 40,90% dari Jenis Kelamin Perempuan. Dapat disimpulkan dari setiap responden lebih banyak pengguna dari kalangan Laki-Laki dibandingkan perempuan.

Adapun hasil jawaban dari 22 orang responden didapatkan data bahwa usia kurang dari 20 tahun hanya berjumlah 6 orang atau sekitar 27,20%, usia 20-22 tahun berjumlah 14 orang atau 63,60%, adapun yang berusia lebih dari 22 tahun berjumlah 2 orang atau sekitar 9,20%. Dapat disimpulkan bahwa yang lebih banyak menggunakan marketplace tersebut usia 20-22 tahun berjumlah 14 dengan persentase 63,60%. Mereka menggunakan marketplace untuk sarana penjualan barang atau jasa yang mereka jual.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa 10 orang dengan persentase 47,60% dari 22 responden menunjukkan bahwa responden menggunakan marketplace kurang dari 1 tahun, sedangkan 1 orang dengan persentase 4,80% menggunakan marketplace selama 1 tahun, 8 orang dengan persentase 38,10% menggunakan marketplace selama lebih dari 1 tahun dan 3 orang dengan persentase 9,50% tidak menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan.

Tabel 2. Daftar Hasil Tanggapan Responden

| Skill apa yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik para calon pelanggan ? | |
|---|---|
| 1 | Komunikasi, narasi penjualan |
| 2 | pintar |
| 3 | Skill yang harus diperbaiki iklan yang lebih menggoda pelanggan agar pelanggan lebih giat berbelanja |
| 4 | Speaking yg Baik dan mudah dipahami oleh customer |
| 5 | Public speaking |
| 6 | Komunikasi, kreatifitas dalam mendesain produk |
| 7 | relasi yang mumpuni dan cara berkomunikasi yang masuk ke segala circle |
| 8 | Skill komunikasi dan pemasaran karena dua hal ini sangat penting menurut saya |
| 9 | Komunikasi yang baik |
| 10 | belum optimalnya kemampuan marketing dalam menarik para calon pelanggan, maka diperlukan upaya melatih skill dalam melakukan pemasaran agar calon pembeli tertarik. |
| 11 | Marketing dalam penjualan |
| 12 | public speaking, dan analisis pasar |
| 13 | Yang harus dioptimalkan adalah penawarannya |
| 14 | Penawaran yang menarik, dan unik |
| 15 | Skill editing, konten kreatif dan skill kerangka caption kreatif. |
| 16 | Marketing |
| 17 | Editing poster maybe :) |

Skill apa yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik para calon pelanggan ?

- 18 Pemaparan produk lebih rinci dan kata katanya harus lebih menarik dan gampang di pahami untuk para calon pembeli
- 19 skills promosi , selalu upgrade , membuat gambar dan postingan menarik bagi pengguna sosial media
- 20 Skill yang harus dioptimalkan dalam berbisnis di marketplace yaitu skill komunikasi yang baik dengan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu berlangganan dalam jangka panjang.
- 21 istiqomah dalam penjualan, kejujuran, serta kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan. selain itu, dalam hal penjualan harus haus ilmu alias terus belajar karena zaman terus berkembang dan krasi inovasi terus meningkat.

Sumber : Diolah Penulis

Kesimpulan yang didapatkan dari beberapa tanggapan responden mengenai skill yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik calon pelanggan yaitu komunikasi, karena dengan adanya komunikasi yang baik akan mudah menarik pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu menjadi konsumen dalam jangka waktu yang panjang, kemudian adapun kejujuran dan kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan, hal yang paling penting harus mengetahui ilmu dan terus ingin belajar karena zaman terus berkembang inovasi terus meningkat. Berikut akan kami sajikan data berupa responden yang menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan, sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Tanggapan Responden

| | | Jumlah | | Persentase | |
|----|---|--------|-------|------------|--------|
| | | Ya | Tidak | Ya | Tidak |
| 1. | Menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan | 19 | 3 | 86,40% | 13,60% |
| 2. | Apakah optimalisasi personal skill sangat berpengaruh untuk kemajuan satu marketplace ? | 21 | 1 | 95,50% | 4,50% |
| 3. | Apakah komunikasi merupakan salah satu personal skill yang harus dioptimalkan ? | 22 | | 100% | |
| 4. | Apakah kerja tim merupakan personal skill yang paling penting ? | 22 | | 100% | |

Sumber : Diolah Penulis

Menguraikan data tabel diatas bahwa dari 22 orang responden didapatkan data bahwa 19 orang dengan persentase 86,4% menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan, adapun 3 orang dengan persentase 13,6% tidak menggunakan marketplace sebagai sarana penjualan. Kemudian, terlihat bahwa 95,5% atau 21 orang dari 22 responden menyetujui bahwa optimalisasi personal skill sangat berpengaruh untuk kemajuan satu marketplace. Kemudian adapun hasil 100% dari 22 responden menyetujui bahwa komunikasi merupakan salah satu personal skill yang harus dioptimalkan untuk meningkatkan penjualan. Kemudian juga terlihat bahwa 100% atau 22 responden menyetujui bahwa kerja tim juga merupakan personal skill yang paling penting untuk kemajuan satu marketplace.

SIMPULAN

Personal Skill adalah kemampuan seseorang untuk mempraktikan suatu pengetahuan agar hasil kerjanya sesuai dengan apa yang diinginkan. Keterampilan interpersonal menjadi salah satu *soft*

skills yang paling dibutuhkan saat ini. Selain di dunia kerja nanti, keterampilan interpersonal juga penting dalam kehidupan kita sekarang.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang kami lakukan yaitu dalam penelitian ini riset menunjukkan bahwa dari 22 responden sebanyak 59,10% didapat dari Jenis Kelamin Laki-Laki dan 40,90% dari Jenis Kelamin Perempuan. Dapat disimpulkan dari setiap responden lebih banyak pengguna dari kalangan Laki-Laki dibandingkan perempuan. Data lainnya pun menunjukkan lebih banyak menggunakan marketplace tersebut usia 20-22 tahun berjumlah 14 dengan persentase 63,60% Mereka menggunakan marketplace untuk sarana penjualan barang atau jasa yang mereka jual. Dan hal lain yang kami dapatkan itu mengenai skill yang harus dioptimalkan seseorang yang bekerja di marketplace agar produk yang dijual menarik calon pelanggan yaitu komunikasi, karena dengan adanya komunikasi yang baik akan mudah menarik pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang penjual berikan terhadap konsumen sehingga mampu menjadi konsumen dalam jangka waktu yang panjang, kemudian adapun kejujuran dan kebersamaan untuk mencapai target yang diinginkan, hal yang paling penting kita harus mengetahui ilmu dan terus ingin belajar karena zaman terus berkembang inovasi terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Artikel Teknologi Informasi*, 131-136.
- D, R. (t.thn.). *Analytic Induction as Qualitative Research Method of Analysis*. Dipetik Maret 7, 2022, dari <http://don.ratcliff.net/qual/analytic.html>
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Opiida. (2014, April 18). *Pengertian E-MarketPlace*. Dipetik Maret 28, 2022, dari [wordpress.com: https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/](https://tokokhalista.wordpress.com/2014/04/18/pengertian-e-marketplace/)
- Purbowati, d. (2021, Januari 2). *Apa itu Interpersonal Skill? Pengertian, Contoh, dan Cara Meningkatkankannya*. Dipetik Maret 22, 2022, dari aku pintar: <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/apa-itu-interpersonal-skill-pengertian-contoh-dan-cara-meningkatkannya>
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Utami, S. N. (2021, Agustus 28). *Penjualan: Pengertian Para Ahli, Bentuk, Jenis, dan Tujuannya*. Dipetik Maret 22, 2022, dari [kompas.com: https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all](https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/27/131616269/penjualan-pengertian-para-ahli-bentuk-jenis-dan-tujuannya?page=all)



Diterbitkan oleh:
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan
Telp. (021) 741 2566
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB>
e-mail: disrupsi@unpam.ac.id

ISSN 2621-797X

