

CALL FOR PAPERS



Vol.2 No.1 Februari 2020

JURNAL ILMIAH FEASIBLE : BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

JURNAL ILMIAH FEASIBLE (JIF) : Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, adalah jurnal independen yang berisi hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang Ilmu Bisnis, Kewirausahaan, dan Koperasi. Kami mengundang sekenap akademisi, penulis, dan peneliti untuk mengirimkan tulisan atau karya ilmiahnya guna dimuat pada **JURNAL ILMIAH FEASIBLE**. Edisi selanjutnya yaitu Vol. 2, No. 2, yang akan terbit pada Agustus 2020, **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** akan mengikuti format penulisan sebagaimana yang ditentukan dalam pedoman Akreditasi Jurnal Nasional (Arjuna) Kemenristekdikti RI.

KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :
Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.

ADAPUN SYARAT DAN KETENTUAN PENULISAN :

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama lengkap penulis, Instansi Penulis, Email, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN serta DAFTAR PUSTAKA.
4. Artikel dikirim dalam bentuk *Microsoft Word* melalui *submission*.
5. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan kepada: Gatot Kusjono/081386165113 dan Sugeng Widodo/081908077567.
6. *Template* Penulisan dalam bentuk *Microsoft Word* dapat di *download* pada link **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** : <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB>.

Alamat Redaksi
JURNAL ILMIAH FEASIBLE:
PINBIK UNPAM, Jalan Surya Kencana No. 1
Pamulang, Tangerang Selatan, Banten 15417,
Telp. 021-7412566 Fax. 021-7412566,
Link Web : <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB>
E-mail : feasible@unpam.ac.id &
jurnal.feasible.unpam@gmail.com &
Kontak Person :
Gatot Kusjono/081386165113 dan
Sugeng Widodo/081908077567.



@PINBIK UNPAM



JURNAL ILMIAH **FEASIBLE** BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

Vol. 2, No. 1. Februari 2020



JURNAL ILMIAH
FEASIBLE
BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

P-ISSN : 2655-9811, E-ISSN : 2656-1964
Vol. 2 No. 1, Februari 2020

Terbit dua kali setahun pada bulan Februari dan Agustus.
Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah
serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai
bidang Ilmu Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi.

Advisory Editor

Dr. H. Dayat Hidayat, M.M
Dr. Ir. R. Boedi Hasmanto, M.S

Chief Editor

Dr. Ir. Umi Rusilowati, M.M
(ID Scopus: 57191376785)
(ID Scholar: bO6hVdUAAAAJ)

Managing Editor

Drs. Gatot Kusjono, M.M
(ID Scholar: hQWXdEkAAAAJ)

Reviewers

Drs. Sunanto, Apt., M.M (ID Scholar: bLUI9RQAAAAJ)
Sri Retnaning Sampurnaningsih, B.Sc., M.Sc (ID Scholar: E6g3yYoAAAAJ)
Dr. H. Ugeng Budi Haryoko, SML., M.M., CMA (ID Scholar: 2UYscWoAAAAJ)
Ali Zaenal Abidin, S.T., M.M (ID Scopus: 57203998345)
Zulfitra, S.Si., M.M (ID Scholar: TsZMZ7YAAAAJ)
Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, M.M (ID Scopus: 57188962176)
Dr. Hadi Supratikta, M.M (ID Scholar: y32pCfYAAAAJ)

Editors

Drs. Syamruddin, M.M (ID Scholar: nrNbvKAAAAJ)
Rita Satria, S.E., M.M (ID Scholar: 9m_eP-sAAAAJ)
Dien Mardiana Yulianti, S.S., M.Pd (ID Scholar: 0BehCa4AAAAJ)
Jeni Andriani, S.E., M.M (ID Scholar: 5mHxvegAAAAJ)
Drs. Irwansyah, M.M (ID Scholar: wWVOiEsAAAAJ)

Secretariat Editor

Sugeng Widodo, S.E., M.M (ID Scholar: r2IOHmoAAAAJ)
Feb Amni Hayati, S.PI., M.M (ID Scholar: IZkfxLsAAAAJ)

JURNAL ILMIAH FEASIBLE : *Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*,
dengan alamat Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan
Universitas Pamulang (PINBIK UNPAM)
Jalan Surya Kencana No. 1 Pamulang, Tangerang Selatan, Banten 15417,
Telp. 021-7412566 Fax. 021-7412566, E-mail : jurnal.feasible.unpam@gmail.com

JURNAL ILMIAH FEASIBLE : *Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi* diterbitkan oleh

Penerbit menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan pada Jurnal atau Media lain.
Tulisan dapat dikirim dalam bentuk artikel cetak dan *softcopy* dengan format seperti tercantum
pada halaman cover belakang luar. Artikel yang masuk akan di-review substansinya oleh *Reviewer*
dan disunting untuk keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya oleh *Editor*.

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga redaksi dapat menerbitkan **JURNAL ILMIAH FEASIBLE (JIF): Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi**. Jurnal ini merupakan Jurnal Ilmiah di bidang Bisnis, Kewirausahaan, dan Koperasi yang diterbitkan oleh Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan Universitas Pamulang (PINBIK UNPAM). Penerbitan **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** ini dimaksudkan sebagai media komunikasi ilmiah antara para dosen, mahasiswa, peneliti, dan masyarakat ilmiah dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dan manajemen.

Pada penerbitan Edisi Ketiga ini, Redaksi **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** menerbitkan 9 (sembilan) artikel tulisan yang terdiri dari berbagai hasil penelitian dan kajian di bidang Bisnis, Kewirausahaan, dan Koperasi.

Tim redaksi mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu sehingga **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** pada Vol. 2, No. 1, Februari 2020 ini dapat terbit sesuai jadwal. Kami tetap mengharapkan kiriman tulisan-tulisan dari Anda, khususnya para dosen, mahasiswa, dan para peneliti yang berasal dari Universitas Pamulang maupun yang berasal dari perguruan tinggi lainnya.

Dalam hal ini, makalah atau tulisan yang dikirim langsung ke alamat redaksi atau melalui email diharapkan mengikuti format panduan penulisan **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** yang telah kami sampaikan pada lampiran.

Kami sangat mengharapkan adanya komentar, kritik, dan saran dari pembaca demi perbaikan dan mutu **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** ini.

Akhirnya, kami berharap semoga **JURNAL ILMIAH FEASIBLE** ini bermanfaat bagi semua pihak yang berminat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan manajemen di Indonesia.

Salam dari redaksi. Sampai jumpa pada terbitan edisi berikutnya. Selamat membaca dan berkarya.

Wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh.

Redaksi

<p>Pengaruh Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Return Saham Pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk Periode 2011-2018 oleh Gatot Kusjono & Fegi Patricia Carolin 1</p> <hr/> <p>Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Return On Equity (Roe) Pada Pt Indofood Sukses Makmur Tbk Periode Tahun 2009-2017 oleh Supatmin 11</p> <hr/> <p>Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pat Pt Bpr H. A. Bogor oleh Nurmin Arianto & Agus Setiawan 27</p> <hr/> <p>Pengaruh Debt To Equity Ratio (Der), Price To Earning Ratio (Per) Dan Inventory Turnover Ratio Terhadap Harga Saham Pada Pt Lippo Cikarang Tbk Periode 2009-2018 oleh Reza Octovian & Sahrunisa 38</p> <hr/> <p>Analisis Penetapan Tarif Kamar Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Wisma Universitas Terbuka (Studi Kasus Pada Wisma Universitas Terbuka) oleh Sulaiman & Suhria Atmana 53</p>	<p>Analisis Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Pada Pt. Pelat Timah Nusantara, Tbk oleh Ugeng Budi Haryoko ; M. Ulul Albab & Angga Pratama 71</p> <hr/> <p>Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sarana Multigriya Lestari oleh Mutmainnah 83</p> <hr/> <p>Peran Pasar Tradisional Dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Lingkungan Kota Tangerang Selatan oleh Sugeng Widodo & Ferdina Watiningsih 95</p> <hr/> <p>Analisa Pemahaman Penjualan Melalui E-Commerce Pada Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan oleh Yayan Sudaryana & Jeni Andriani 108</p>
--	--



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

PENGARUH LIKUIDITAS DAN SOLVABILITAS TERHADAP RETURN SAHAM PADA PT. UNILEVER INDONESIA (PERSERO), TBK PERIODE 2011-2018

Gatot Kusjono¹, Fegi Patricia Carolin²

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
dosen000434@unpam.ac.id, fegipatricia@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Return Saham Perusahaan pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk yang terdaftar di BEI periode 2011-2018. Sifat penelitian ini kausalitas dengan pendekatan kualitatif yang akan menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel independent terhadap variabel dependennya. Analisis data yang digunakan meliputi: rasio keuangan dengan CR, DER, dan ROA, uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linier berganda. Hasil uji t (parsial) diperoleh Current Ratio (CR) pengaruhnya tidak signifikan terhadap Return Saham (ROA), sedangkan Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh signifikan terhadap Return Saham. Hasil uji F (simultan), Current Ratio dan Debt to Equity Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Return Saham Perusahaan dengan kontribusi sebesar 92,0%. Hal ini juga diperkuat dengan hasil nilai $F_{hitung} (28,799) > F_{tabel} (5,79)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,002.

Kata Kunci : *Likuiditas, Solvabilitas, Current Ratio, Return On Asset, Return Saham*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of Liquidity and Solvency on Company Stock Returns at PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk, which was listed on the IDX for the period 2011-2018. The nature of this study is causality with a qualitative approach that will explain the causal relationship between the independent variables and the dependent variable. Analysis of the data used includes: financial ratios with CR, DER, and ROA, descriptive test, classic assumption test, hypothesis test and multiple linear regression test. The t test (partial) obtained by Current Ratio (CR) has no significant effect on Stock Return (ROA), while Debt to Equity Ratio (DER) has a significant effect on Stock Return. F (simultaneous) test results, Current Ratio and Debt to Equity Ratio significantly influence the Company's Stock Return with a contribution of 92.0%. This is also reinforced by the results of the value of $F_{count} (28.799) > F_{table} (5.79)$ and a significance value of 0.002.

Keywords: *Liquidity, Solvency, Current Ratio, Return On Assets, Stock Return*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan bertujuan untuk memperoleh laba yang merupakan kebutuhan perusahaan untuk membuktikan bahwa perusahaan itu benar-benar berkembang. Laba tersebut sangat diperlukan perusahaan sebagai tambahan pembiayaan dalam menjalankan usahanya dan untuk menjaga kemajuan perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan berdampak kepada perolehan keuntungan atau laba yang baik pula.

Untuk menilai kinerja suatu perusahaan dapat diketahui dengan melihat analisis rasio keuangan yang meliputi tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan. Sehingga akan diketahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya.

“Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan pasti semakin baik pula nilai perusahaannya” (Triagustina.2014). Untuk menentukan nilai suatu perusahaan, salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah faktor profitabilitas. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar dan stabil akan meningkatkan kepercayaan para investor karena menunjukkan kinerja perusahaan yang tersusun dengan baik. Sehingga dengan kepercayaan tersebut nilai saham perusahaan juga akan naik. Dengan meningkatnya nilai saham perusahaan maka akan meningkatkan kepercayaan pemegang saham.

Menurut Soliha dan Taswan (2002), “profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas perusahaan dapat dilihat melalui rasio-rasio profitabilitas seperti *Return On Asset* (ROA), *Retrun On Equity* (ROE), dan *Return On Invesment* (ROI)”. Rasio profitabilitas sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham dengan mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya melalui ROA atau ROI.

Rasio likuiditas perusahaan mencerminkan tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek. Dengan rasio likuiditas yang semakin meningkat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan baik. Karena kondisi keuangan perusahaan sangat kuat.

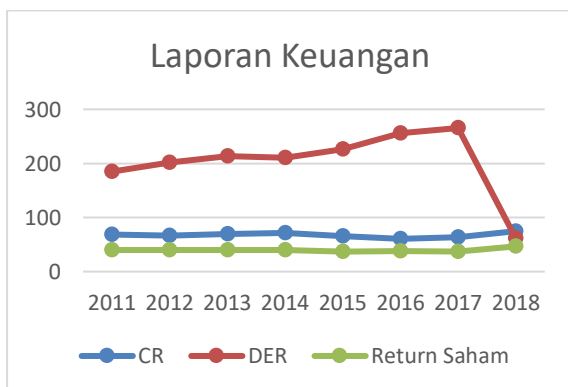
Rasio solvabilitas keuangan perusahaan diasosiasikan dengan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Helfert (1998), “DER adalah suatu upaya untuk memperlihatkan proporsi relatif dari pemberi pinjaman terhadap hak kepemilikan, dan digunakan sebagai ukuran peranan hutang. Studi empiris mengenai hubungan DER dengan return saham digambarkan sebagai hubungan yang signifikan terhadap nilai return saham”. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Natarsyah (2000) dan Sunarto (2001). Semakin tinggi DER menunjukkan semakin

besar ketergantungan perusahaan terhadap pihak luar sehingga tingkat resiko perusahaan semakin besar dalam memenuhi hutangnya, yaitu membayar pokok hutang ditambah dengan bunganya. Hal ini membawa dampak pada menurunnya harga saham dan return saham, sehingga investor tidak responsif terhadap informasi ini dalam pengambilan keputusan investasi pada saham.

Tabel 1.1
Rata-Rata Current Ratio, Debt To Equity, Dan Return On Assets
PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2008-2017.

Tahun	CR(%)	DER(%)	Return Saham
2011	68.39	184.77	39.73
2012	66.83	202.01	40.38
2013	69.64	213.73	40.10
2014	71.49	210.53	40.18
2015	65.40	225.85	37.20
2016	60.56	255.97	38.16
2017	63.37	265.46	37.05
2018	74.77	61.18	46.66

Sumber: Laporan keuangan PT. Unilever Indonesia (persero), Tbk periode 2011-2018.



Grafik 1.1
Rata-Rata Current Ratio, Debt To Equity, Dan Return Saham
PT. Unilever Indonesia (persero), Tbk periode 2011-2018.

Pada gambar grafik 1.1 diatas dapat dilihat bahwa *Current Ratio* mengalami fluktuasi selama 8 tahun terakhir. Pada tahun 2011 *Current Ratio* sebesar 68.39 % di tahun berikutnya *Current Ratio* mengalami penurunan menjadi 66.83 % dan di tahun berikutnya meningkat kembali menjadi 71.49 % namun mengalami penurunan secara bertahap di 3 tahun terakhir paling rendah *Current Ratio* sebesar 63.37 %.

Pada gambar grafik 1.1 diatas *Debt to Equity Ratio* pada tahun 2011 sebesar 184.77 % di setiap tahunnya *Debt to Equity Ratio* mengalami peningkatan secara signifikan namun di tahun 2018 mengalami penurunan yaitu *Debt to Equity Ratio* sebesar 61.18 %.

Pada gambar grafik 1.1 *Return Saham* mengalami fluktuasi selama 8 tahun terakhir. Pada tahun 2011 sebesar 39.73 %, di tahun 2012 meningkat kembali sebesar 40.38 % dan di 5 tahun berikutnya mengalami penurunan secara bertahap, namun di tahun 2018 mengalami peningkatan yaitu *Return Saham* sebesar 46.66 %.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini apakah *likuiditas* (CR) dan *solvabilitas* (DER) berpengaruh terhadap *return saham* (ROA) dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh pengaruh *likuiditas* terhadap return saham pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk periode 2011-2018.

2. Pengaruh pengaruh *solvabilitas* terhadap return saham pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk periode 2011-2018.
3. Pengaruh pengaruh *likuiditas* dan *solvabilitas* terhadap return saham pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk periode 2011-2018.

Kajian Literatur

Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2011:130) mengatakan bahwa "*likuiditas* yaitu seberapa likuid suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya saat ditagih".

Rasio Solvabilitas

Menurut Kasmir (2011:151) mengatakan bahwa "*solvabilitas* atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang". Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya.

Rasio Profitabilitas

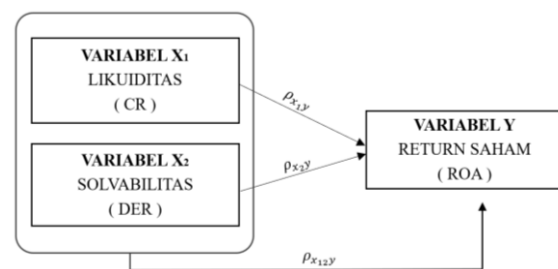
Menurut Munawir (2012:70) "*profitabilitas* adalah rasio keuntungan atau rasio profitabilitas yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mencetak laba. Untuk para pemegang saham, rasio ini menunjukkan tingkat penghasilan mereka dalam berinvestasi".

Return Saham

Menurut Corrado dan Jodan (2000:5) "return saham adalah keuntungan yang diperoleh dari kepemilikan saham investor atas investasi yang dilakukannya, yang terdiri dari *dividen* dan *capital gain* atau *loss*". Menurut Jogiyanto (2009:199) "return merupakan hasil yang diperoleh dari investasi".

Sistematika Penelitian

Kerangka berfikir penelitian ditunjukkan dalam gambar 1.1.



Gambar 1.1. Sistematika Penelitian

Keterangan:

ρ_{x_1y} = Pengaruh likuiditas (CR) terhadap Return Saham (ROA).

ρ_{x_2y} = Pengaruh solvabilitas (DER) terhadap Return Saham (ROA).

$\rho_{x_{12}y}$ = Pengaruh likuiditas (CR) dan solvabilitas (DER) terhadap Return Saham (ROA).

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Agus Yasin Fadli (2018), mengenai Pengaruh Sumber Dana Pihak ketiga dan Current Ratio terhadap ROA pada PT Bank Negara Indonesia. Dari hasil penelitian sumber dana pihak ketiga dan CR berpengaruh terhadap ROA baik secara simultan maupun parsial.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rian Sofiani, Dedi Hariyanto dan Heni Safitri (2018), mengenai Pengaruh TATO, FATO, DAR dan DER terhadap ROA pada Indeks IDX30 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dari hasil penelitian secara parsial TATO berpengaruh signifikan terhadap ROA, sedangkan FATO, DAR dan DER tidak berpengaruh terhadap ROA.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Mahardhika P.A. dan Dohar Marbun (2016), mengenai Pengaruh Current Ratio dan Debt to Equity Ratio terhadap ROA. Dari hasil penelitian CR dan DER berpengaruh signifikan terhadap ROA.

METODE

Metode penelitian yang digunakan bersifat kasualitas dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu melakukan pembahasan atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Data yang dikumpulkan merupakan data skunder, berupa laporan keuangan PT. Unilever Indonesia (persero), Tbk. mulai tahun 2007 sampai dengan tahun 2017, yang sudah dipublikasikan pada situs resmi perusahaan dan www.idx.co.id.

Analisis data dilakukan dengan cara mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, membuat tabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan data menggunakan program SPSS dan melakukan Analisa hasil untuk menjawab permasalahan menguji hipotesa yang diajukan.

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Unilever Indonesia (Persero), Tbk yang terdaftar pada BEI periode 2011-2018.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan yaitu keseluruhan laporan keuangan dari mulai PT. Unilever Indonesia (Persero) Tbk. Adapun sampel yang dipakai adalah laporan keuangan PT. Unilever Indonesia (persero), Tbk. mulai 2011 sampai dengan tahun 2018.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan sebuah metode untuk mengetahui gambaran sekilas dari sebuah data. Berikut adalah hasil uji deskriptif data:

Tabel 1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
RETURN SAHAM	39.9300	3.03556	8
CR	67.5488	4.53877	8
DER	214.4887	35.32500	8

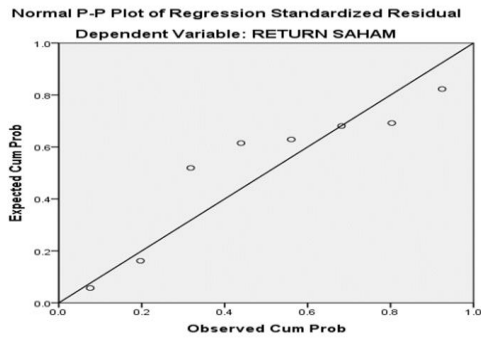
a. Dependent Variable: ROA

Dari tabel di atas variabel *Likuiditas* (CR) nilai rata-ratanya 67.5488 dan std. deviasi 4.53877. Variabel *Leverage* (DER) memiliki nilai rata-rata 214.4887 dan std. deviasi 35.32500. Sedangkan variabel *Return Saham* (ROA) memiliki nilai rata-rata 39.9300 dan std. deviasi 3.03556

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Data dikatakan normal apabila titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal.



Gambar 1.2. Gambar normat P-P Plot

Berdasarkan grafik di atas, data memenuhi asumsi normalitas, karena seluruh titik-titik datanya menyebar di sekitar garis diagonal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antara variabel bebasnya. Interkorelasi antar variabel bebas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflacton Factor*) yang lebih besar dari 10 dan nilai Tolerance yang kurang dari 0,01.

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinieritas

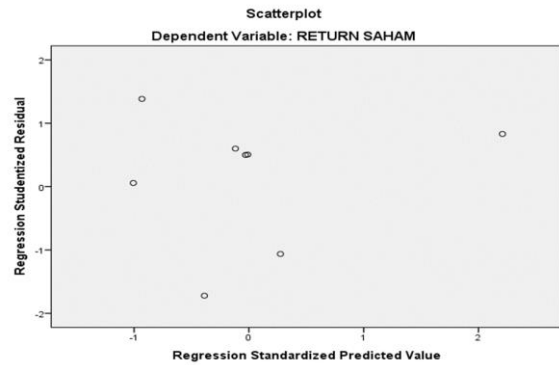
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 CR	.308	3.247
DER	.308	3.247

Hasil Uji Multikolinearitas tabel di atas diperoleh nilai VIF dari CR dan DER nilai $3.247 < 10$). Sedangkan nilai tolerance

0,308 lebih besar dari 0,01, berarti tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresinya. Pengujian ini dengan melihat pola grafik regresi. Jika pada grafik ada pola tertentu berupa titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur dalam arti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka model regresi mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 1.3. Uji Heteroskedastiisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas pada gambar 1.3, diperoleh titik-titik data menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Artinya model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Pengujian autokorelasi menggunakan uji run test. Model dikatakan mengalami autokorelasi apabila nilai signifikansi residual hasil uji run test lebih besar dari 0,05.

Tabel 1.4 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.31527
Cases < Test Value	4
Cases >= Test Value	4
Total Cases	8
Number of Runs	5
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0.05 (1.00 > 0.05), berarti pada model tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Analisis Data

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (CR dan DER) terhadap variable terikatnya (ROA). Hasil pengolahan data ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.5 Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	44.096	3.613	.015
1 CR	.065	.426	.688
DER	-.042	-3.851	.012

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$ROA = 44.096 + 0.065CR - 0.042DER + e$$

1. Nilai Kkonstanta 44.096 menunjukkan angka positif dapat diartikan dengan adanya *Current Ratio (CR)* *Debt to Equity Ratio (DER)* memiliki nilai konstan maka tingkat Return Saham perusahaan yang diprosikan oleh (ROA) sebesar 44.096.

2. Koefisien *Current Ratio (CR)* bernilai positif yaitu 0.065 artinya bahwa setiap kenaikan 1% (CR) maka Return Saham yang di proksikan dengan ROA akan mengalami kenaikan sebesar 0.065 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap atau tidak mengalami perubahan.
3. Nilai koefisien *Debt to Equity Ratio (DER)* sebesar negatif 0.042. Apabila DER mengalami kenaikan 1% maka Return Saham (ROA) akan mengalami penurunan sebesar 0.042 dengan asumsi variabel bebas lainnya dari model regresi tetap atau tidak mengalami perubahan.

Uji F (Simultan)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh sudah layak atau tidak untuk digunakan. Model regresi dikatakan layak apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan signifikansinya kurang dari 0,05. Berikut ini output hasil Uji F:

Tabel 1.6 Hasil Uji Simultan

F_{hitung}	Signifikansi
28.799	0.002

Hasil uji simutan (Uji F) antara variabel CR dan DER terhadap ROA diperoleh nilai F_{hitung} (28.799) > F_{tabel} (5.79) dan nilai signifikan 0.002 < 0,05. Artinya secara simultan variabel independen (CR) dan (DER) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Return Saham (ROA).

Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara terpisah (CR dan DER) terhadap variabel terikat (ROA).

Tabel 1.7 Hasil Uji Parsial

Variabel Bebas	t _{hitung}	Sig.	Ho	Ha
CR	.426	.688	Diterima	Ditolak
DER	-3.851	.012	Ditolak	Diterima

Berdasarkan tabel di atas:

- 1) Nilai koefisien variabel *Current Ratio* sebesar $t_{hitung} (0.426) < t_{tabel} (0.426)$ dan nilai signifikan $0.688 > 0.05$. Sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Return Saham* (ROA) Perusahaan pada PT. Unilever Indonesia (Persero) Tbk periode 2011-2018.
- 2) Nilai koefisien variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar $t_{hitung} (3.851) > t_{tabel} (3.613)$ dan nilai signifikan sebesar $0.012 < 0.05$. Sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, artinya, DER berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham* (ROA) Perusahaan pada PT. Unilever Indonesia (persero) Tbk periode 2011-2018.

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan CR dan DER terhadap ROA. Sedangkan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel CR dan DER

Tabel 4.8 Hasil Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi (R)	Koefisien Determinasi (R ²)
0,959	0,92

Berdasarkan tabel, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.959, menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat. Sedangkan nilai koefisien determinasi sebesar $R_2 = 0,92$ menunjukkan kontribusi *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Asset* (ROA) sebesar 92.0 %.

Pembahasan

1. Pengaruh Likuiditas (CR) terhadap Return Saham (ROA)

Hasil uji parsial Likuiditas (CR) tidak berpengaruh terhadap Return Saham (ROA) dengan $t_{hitung} (0.426) < t_{tabel} (0.426)$, dengan nilai signifikan sebesar $0.688 > 0.05$. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Ahmad Agus Yasin Fadli (2018) bahwa CR berpengaruh terhadap ROA.

2. Pengaruh Solvabilitas (DER) terhadap Return Saham (ROA)

Hasil uji parsial solvabilitas (DER) berpengaruh signifikan terhadap Return Saham (ROA) dengan $t_{hitung} (3.851) > t_{tabel} (3.613)$ dan nilai signifikan sebesar $0.012 < 0.05$. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Rian Sofiani, Dedi Hariyanto dan Heni Safitri (2018) bahwa DER berpengaruh terhadap ROA.

3. Pengaruh Likuiditas (CR) dan Solvabilitas (DER) terhadap Return Saham (ROA)

Hasil uji simultan CR dan DER berpengaruh signifikan terhadap Return Saham (ROA) dengan nilai F_{hitung} (28.799) > F_{tabel} (5.79) dan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan Mahardhika P.A. dan Dohar Marbun (2016) bahwa *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap ROA.

SIMPULAN

Kesimpulan

1. *Likuiditas* yang diprosikan oleh *Current Ratio (CR)* tidak berpengaruh terhadap Return Saham yang diprosikan oleh *Return On Asset (ROA)* dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,426 dan signifikan $0.688 > 0.05$).
2. *Solvabilitas* yang diprosikan oleh *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh terhadap Return Saham yang diprosikan oleh *Return On Asset (ROA)* dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.851 dan signifikan $0.012 < 0.05$).
3. Secara simultan CR dan DER berpengaruh signifikan terhadap ROA. Terbukti dengan hasil F_{hitung} (28.799) > F_{tabel} (5.79) dan signifikan $0,002 < 0,05$. Pengaruhnya ditunjukkan oleh persamaan regresi linier $ROA = 44.096 + 0.065CR - 0.042DER + e$ dengan kontribusi sebesar 92,0.

Saran

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya memakai jumlah sampel yang terbaru dan variabel yang lain sehingga memungkinkan bisa mendapatkan kondisi perusahaan yang sebenarnya.
2. Perlu dicari variabel lain yang masih jarang diteliti sebagai variabel yang diduga mempengaruhi return saham.
3. Investor dalam melakukan pembelian saham perusahaan hendaknya dapat membaca kinerja keuangan perusahaan diinterpretasikan dalam rasio-rasio keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina dan Fitri Sumartio. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yan Mempengaruhi Pergerakan Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan. Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil Vol.4, No. 01.*
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Fahmi, Irham 2011. *Analisis Laporan Keuangan.* Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham 2012. *Analisis Laporan Keuangan.* Bandung: Alfabeta.
- Fadli, A. Y. (2019). "Pengaruh Sumber Dana Pihak Ketiga Dan *Current Ratio* Terhadap Return On Assets (Roa) Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk.". Tahun 2009-2016. *Jurnal Semarak, Vol.1, No.3,* hal 78-87.

- Fahmi, (2012), “*Analisis Kinerja Keuangan (Panduan bagi Akademisi, Manajer dan Investor untuk menilai dan menganalisis bisnis dari aspek keuangan)*”, Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Ghozali Imam.2011.”*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Edisi Kelima. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Keenam, Cetakan Pertama, BPF., Yogyakarta, 2009.
- Jogiyanto, *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Keenam, Cetakan Pertama, BPF., Yogyakarta, 2009.
- Kasmir. 2012 “*Analisis Laporan Keuangan*”. Raja Grafindo Persada Jakarta:2012.
- Kasmir. 2014. “*Analisis Laporan Keuangan*”. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta
- Mahardhika, P. A., & Marbun, D. (2016). “*Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Assets*”. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 23-28.
- Munawir, 2002, *Analisis Laporan Keuangan*, Liberty, Yogyakarta.
- Munawir, 2012, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 4, Yogyakarta, Liberty.
- Sofiani, R., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2018). Pengaruh TATO, FATO, DAR, dan DER Terhadap ROA pada Indeks IDX30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 5(1).
- Solihah, E., dan Taswan. 2002. “*Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya*.”
- Sugiyono.”*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Alfabeta. Bandung:2009
- Sugiyono,2014.”*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Alfabeta. Bandung.
- Sofiani, R., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2018). Pengaruh TATO, FATO, DAR, dan DER Terhadap ROA pada Indeks IDX30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 5(1).



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

**PENGARUH PERPUTARAN KAS DAN PERPUTARAN PIUTANG
TERHADAP RETURN ON EQUITY (ROE) PADA PT INDOFOOD
SUKSES MAKMUR TBK PERIODE TAHUN 2009-2017**

Supatmin

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
dosen01767@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perputaran kas dan perputaran piutang terhadap Return on Equity (ROE) pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2009-2017. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan merupakan data sekunder dari Indonesia Capital Directory Market. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linear sederhana, regresi linier berganda dan uji hipotesis pada level of significance 5%. Hasil penelitian secara simultan rasio profitabilitas perputaran kas dan perputaran piutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Return on Equity (ROE). Sedangkan secara parsial perputaran kas tidak berpengaruh signifikan terhadap Return on Equity (ROE) dan perputaran piutang berpengaruh positif signifikan terhadap Return on Equity. Dengan tingkat kontribusi variabel perputaran kas dan perputaran piutang sebesar 72%.

Kata Kunci: Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan Return on Equity.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of cash turnover and accounts receivable turnover on Return on Equity (ROE) at PT Indofood Sukses Makmur Tbk Period 2009-2017. The research method used is quantitative with a descriptive approach. The data used is secondary data from the Indonesia Capital Directory Market. The analysis technique uses simple linear regression analysis, multiple linear regression and hypothesis testing at the level of significance of 5%. The results of the study simultaneously profitability ratios of cash turnover and accounts receivable turnover have a positive and significant effect on Return on Equity (ROE). While partially cash turnover has no significant effect on Return on Equity (ROE) and accounts receivable turnover has a significant positive effect on Return on Equity. With the variable contribution rate of cash turnover and accounts receivable turnover of 72%.

Keywords: Cash Turnover, Receivable Turnover, and Return on Equity.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan teknologi saat ini telah berpengaruh besar terhadap cara perusahaan dalam menjalankan kegiatan

operasionalnya agar senantiasa semakin efisien dan efektif. Perusahaan dituntut untuk selalu selangkah lebih maju dari para pesaingnya agar dapat mencapai tujuan perusahaan, yaitu menghasilkan laba

sebesar-besarnya demi mempertahankan kelangsungan hidupnya seraya memperbesar skala usahanya.

Agar perusahaan bertambah besar, maka perusahaan harus berkembang untuk dapat mengikuti dan memenuhi kebutuhan pasar yang berubah-ubah. Dengan bertambah besarnya perusahaan, perusahaan dituntut semakin lihai pula dalam mengelola dana yang tersedia untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan. Dana yang diinvestasikan untuk menjalankan aktivitas operasional sehari-hari inilah yang dinamakan modal kerja.

Modal kerja harus senantiasa dikelola agar tidak terlalu kecil maupun terlalu besar jumlahnya. Jika jumlahnya terlalu kecil, perusahaan akan menghadapi kondisi illikuid yaitu kondisi dimana perusahaan kesulitan untuk memenuhi kewajiban lancarnya yang disebabkan oleh tidak tersedianya dana yang cukup untuk melunasi utang jangka pendek perusahaan yang telah jatuh tempo. Sementara itu, jika jumlah modal kerja terlalu besar, maka hal tersebut bisa terjadi adanya dana yang menganggur. Dana yang menganggur berarti mengurangi laba perusahaan karena dana tersebut seharusnya dapat digunakan dalam berbagai macam kepentingan pengembangan usaha maupun untuk membiayai investasi jangka pendek perusahaan.

Setiap perusahaan harus menerapkan sistem manajemen yang sesuai dengan prosedur agar dapat berkembang dan

menjalankan usahanya dengan efektif. Manajemen tersebut digunakan untuk mengatur dan mengontrol kegiatan operasional perusahaan. Keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan pembiayaan adalah dengan melihat seberapa efektif penggunaan kas dan piutang untuk mendapat profitabilitas. Setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh profitabilitas. Salah satu yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas adalah *Return on Equity* (ROE).

Return on Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menitikberatkan pada bagaimana efisiensi operasi perusahaan ditranslasi menjadi keuntungan bagi para pemilik perusahaan. Rasio ini juga dapat menjadi suatu indikator seberapa besar perusahaan untuk memberikan dividen untuk para pemegang saham pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam beberapa tahun ini selalu terjadi fluktuasi yang cenderung mengalami penurunan terhadap para pemegang saham atau keuntungan dividen sehingga mempengaruhi para investor dan juga calon investor yang ingin menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan persentase dalam pengembalian modal sendiri (ROE) yaitu perputaran kas dan perputaran piutang. Kas dan piutang memiliki pengaruh yang tinggi terhadap laba sehingga perlu penanganan yang efektif dan efisien.

Perputaran kas merupakan periode berputarnya kas yang dimulai saat kas diinvestasikan dalam komponen modal kerja sampai saat kembali menjadi kas-kas sebagai unsur modal kerja yang paling tinggi likuiditasnya. Menurut teori (Riyanto, 2011: 95) “semakin tinggi perputaran kas akan semakin baik, karena ini berarti semakin tinggi efisiensi penggunaan kasnya dan keuntungan yang diperoleh akan semakin besar”.

Tabel 1.1. Perkembangan Perputaran Kas Periode 2009-2017 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Total Kas	Rata-rata Kas	Penjualan Bersih	Perputaran kas (kali)	Keterangan		
					Selisih	(%)	-
2009	8,746,037	4,373,019	37,140,830	8,49			
2010	14,803,820	7,401,910	38,403,360	5.19	-3.30	38.9%	Turun
2011	23,335,188	11,667,594	45,332,256	3.89	-1.30	25.1%	Turun
2012	26,223,827	13,111,913	50,059,427	3.82	-0.07	-1.7%	Turun
2013	26,736,340	13,368,170	57,731,998	4.32	0.50	13.1%	Naik
2014	27,676,515	13,838,257	63,594,452	4.60	0.28	6.4%	Naik
2015	27,119,846	13,559,923	64,061,947	4.72	0.13	2.8%	Naik
2016	26,324,277	13,162,138	66,750,317	5.07	0.35	7.3%	Naik
2017	27,052,234	13,526,117	70,186,618	5.19	0.12	2.3%	Naik

Sumber: Laporan neraca dan laba rugi PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa perputaran kas PT Indofood Sukses Makmur Tbk dari tahun 2009 sampai 2017 mengalami peningkatan dan juga penurunan yang di sebut fluktuasi. Perputaran kas tertinggi yaitu tahun 2009 dan 2017 sebesar 8,49 kali sedangkan terendah tahun 2012 yaitu sebesar 3,82 kali. Perputaran kas pada PT Indofood Skses Makmur Tbk dari tahun 2009 sampai dengan 2017 cenderung berfluktuatif. Perputaran kas tahun 2009 sebesar 8,49 kali menurun pada tahun 2010 sebesar 5,19 kali dan menurun lagi pada tahun 2011 yaitu sebesar 3,89 kali. Kemudian di tahun 2012 terus menurun menjadi 3,82 kali, Pada

tahun 2013 naik menjadi kali menjadi 4,32 kali, tahun 2014 meningkat kembali menjadi 4,60 kali dan di tahun 2015 meningkat lagi menjadi 4,72 kali. kemudian menurun di tahun 2016 meningkat lagi menjadi 5,07 kali dan terus mengalami kenaikan di tahun 2017 menjadi 5,19 kali.

Menurut (Hery, 2013: 181) “Piutang adalah sejumlah tagihan yang akan diterima oleh perusahaan umumnya dalam bentuk kas dari pihak lain. Untuk itu pengelolaan piutang memerlukan perencanaan yang matang, mulai dari penjualan kredit yang menimbulkan piutang sampai menjadi kas. Investasi yang terlalu besar dalam piutang bisa menimbulkan lambatnya perputaran piutang, sehingga semakin kecil pula kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan mengakibatkan semakin kecilnya kesempatan yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga bisa mengakibatkan kurang efektif dan efisien”.

Tabel 1.2. Perkembangan Perputaran Piutang Periode 2009-2017 (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Total Piutang	Rata-Rata Piutang	Penjualan Bersih	Perputaran Piutang (kali)	Ketengan		
					Selisih	(%)	-
2009	4,365,766	2,182,883	38,799,279	17,77	-	-	-
2010	4,356,649	2,178,324	38,403,360	17.63	-0.01	-0.07%	Turun
2011	5,312,286	2,656,143	45,332,256	17.07	-0.56	-3.19%	Turun
2012	5,956,530	2,978,265	50,059,427	16.81	-0.26	-1.52%	Turun
2013	7,546,173	3,773,086	57,731,998	15.30	-1.51	-8.97%	Turun
2014	8,071,766	4,035,883	63,594,452	15.76	0.46	3.41%	Naik
2015	7,863,222	3,931,611	64,061,947	16.29	0.54	3.41%	Naik
2016	8,971,088	4,485,544	66,750,317	14.88	-1.41	-8.67%	Turun
2017	9,769,869	4,884,934	70,186,618	14.37	-0.51	-3.45%	Turun

Sumber: Laporan neraca dan laba rugi PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa perputaran piutang pada PT

Indofood Skses Makmur Tbk dari tahun 2009 sampai dengan 2017 cenderung berfluktuatif. Perpurnan piutang tertinggi yaitu tahun 2009 sebesar 17,77 kali sedangkan paling rendah yaitu pada tahun 2017 sebesar 14,37 kali. Perputaran piutang di tahun 2009 yaitu sebesar 17,77 menurun di tahun 2010 yaitu 17,63 kali dan menurun lagi di tahun 2011 sebesar 17,07, kemudian menurun lagi di tahun 2012 menjadi 16,81 kali, turun lagi di tahun 2013 menjadi 15,30, kali dan naik lagi di tahun 2014 menjadi 15,76 kali, kemudian terus naik di tahun 2015 menjadi 16,29 .Sedangkan di tahun 2016 mengalami penurunan lagi menjadi 14,88 dan terus menurun di tahun 2017 menjadi 14,37 kali.

Kedua komponen tersebut, yaitu Perputaran kas dan perputaran piutang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal. Profitabilitas dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai keberhasilan dari suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya dan juga dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai prospek *return* dari modal yang akan ditanamkan oleh investor.

Tabel 1.3. Perkembangan Return on Equity (ROE) Periode 2009-2017 (Dalam Jutaan Rupiah)

No	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Equity	ROE	Keterangan	
					(%)	
1	2009	2,075,861	10,155,495	20,43%	-	-
2	2010	3,934,808	24,852,838	15,83%	-4.61%	Turun
3	2011	4,891,673	31,610,225	15,47%	-0.36%	Turun

No	Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak	Total Equity	ROE	Keterangan	
					(%)	
4	2012	4,779,446	34,142,674	14,00%	-1.48%	Turun
5	2013	3,416,635	38,373,129	8,90%	-5.09%	Turun
6	2014	5,146,323	41,228,376	12,48%	3.58%	Naik
7	2015	3,709,501	43,121,593	8,60%	-3.88%	Turun
8	2016	5,266,906	43,941,423	11,99%	3.38%	Naik
9	2017	5,145,063	46,756,724	11,00%	-0.99%	Turun

Sumber: Laporan neraca dan laba rugi PT.Indofood Sukses Makmur, Tbk

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang Terhadap *Return on Equity* (ROE) Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk, Periode tahun 2009-2017”.

Kajian Literatur Perputaran Kas

Perputaran kas merupakan kemampuan kas untuk menghasilkan pendapatan sehingga dapat dilihat berapa kali uang kas berputar dalam satu periode tertentu. Semakin tinggi tingkat perputaran kas berarti semakin efisien tingkat penggunaan kasnya dan sebaliknya semakin rendah tingkat perputarannya semakin tidak efisien, karena semakin banyak uang yang berhenti atau tidak dipergunakan.

Menurut (Bambang, 2011: 95) “Perputaran kas adalah perbandingan antara penjualan dengan jumlah kas rata-rata. Tingkat perputaran kas merupakan ukuran efisiensi penggunaan kas yang dilakukan oleh perusahaan. Karena tingkat perputaran kas menggambarkan kecepatan arus kas kembalinya kas yang telah ditanamkan di dalam modal kerja. Dalam

mengukur tingkat perputaran kas, sumber masuknya kas yang telah tertanam dalam modal kerja adalah berasal dari aktivitas operasional perusahaan”. Menurut (Wild, Subramanyan, & Hasley, 2005: 42) perputaran kas dalam satu periode dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata-rata Kas}}$$

Semakin tinggi tingkat perputaran kas berarti semakin cepat kembalinya kas masuk pada perusahaan. Dengan demikian kas akan dapat dipergunakan kembali untuk membiayai kegiatan operasional sehingga tidak mengganggu kondisi keuangan perusahaan.

Perputaran Piutang

Perputaran piutang merupakan suatu ukuran yang menunjukkan berapa kali suatu piutang perusahaan telah diputar kembali menjadi kas selama tahun buku tersebut. Ini sering digunakan bersama dengan analisis modal kerja, karena aliran yang lancar dari piutang menjadi kas merupakan indikator penting dari kualitas modal kerja perusahaan dan merupakan hal kritis dalam kemampuan perusahaan beroperasi.

Menurut (Kasmir, 2015: 176) yang menyatakan bahwa “perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode”. Indikator untuk perputaran piutang adalah penjualan dibagi rata-rata piutang.

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata-rata Piutang}}$$

Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2016: 196) “Rasio profitabilitas yakni Rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.” Rasio ini dapat juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Inti dari penggunaan rasio ini adalah untuk menunjukkan efisiensi perusahaan.

Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan. Menurut (Kasmir, 2015: 197) tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

- a. “Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- f. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.”

Adapun manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah untuk:

- a. “Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri”.

Return on Equity (ROE)

Menurut (Kasmir, 2015: 104) “*return on equity* (ROE) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri”. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih sesudah Pajak}}{\text{Total Equity}}$$

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *return on equity* (ROE) adalah menunjukkan kesuksesan manajemen dalam memaksimalkan pengembalian pada pemegang saham, semakin tinggi rasio ini akan semakin baik karena memberikan tingkat pengembalian yang lebih besar pada pemegang saham. Untuk meningkatkan ROE terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Untuk meningkatkan tingkat pengembalian ekuitas dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penjualan tanpa meningkatkan beban dan biaya secara proporsional.
- b. Mengurangi harga pokok penjualan atau beban operasi perusahaan.
- c. Meningkatkan penjualan secara relatif atas dasar nilai aktiva, baik dengan meningkatkan penjualan atau mengurangi jumlah investasi pada aktiva penjualan.

Meningkatkan penggunaan utang secara relatif terhadap ekuitas, sampai titik yang tidak membahayakan kesejahteraan keuangan perusahaan.

METODE

Sifat Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengertian metode kuantitatif menurut (Sugiono, 2011: 8), menyatakan bahwa: Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme,

digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan." Pendekatan deskriptif menurut (Sugiono, 2011: 35), adalah metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada sat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.

Waktu dan Tempat

Data yang di ambil dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2017, sedangkan objek penelitian ini adalah laporan keuangan yang meliputi laporan laba rugi dan neraca. Waktu penelitian dilakukan terhitung dari bulan Juli sampai dengan November 2018. Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk di Jakarta dengan alamat Sudirman Plaza, Indofood Tower, Lantai 27, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76 - 78, Jakarta, Indonesia.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiono, 2011: 80), "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Sedangkan yang dimaksud "sampel adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut" (Sugiono, 2014: 81). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan laporan keuangan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Sampel yang digunakan berupa neraca dan laporan labarugi dari periode 2009- 2017.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif yaitu cara memperoleh data berupa hasil perhitungan dalam bentuk angka-angka mutlak atau absolute dengan menggunakan rumus matematis. Motode analisis yang digunakan meliputi: uji asumsi klasik, uji regresi linier, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan data yang diperoleh, perputaran kas, perputaran piutang dan *Return on Equity* (ROE) dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 1.4. Hasil Pengolahan Perputaran Kas, Perputaran Piutang, dan *Return on Equity* (ROE) (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Perputaran kas	Perputaran Piutang	ROE
2009	8.49	17.62	20.4%
2010	5.19	17.63	15.8%
2011	3.89	17.07	15.5%
2012	3.82	16.81	14.0%
2013	4.32	15.30	8.9%
2014	4.60	15.76	12.5%
2015	4.72	16.29	8.6%
2016	5.07	14.88	12.0%
2017	5.19	14.37	11.0%

Sumber : Laporan Keuamgan PT.Indofood Sukser Makmur Tbk

Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang diambil dari laporan keuangan PT.Indofood Sukses Makmur Tbk, dapat dilihat nilainya dari minimum, maksimum, rata rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.5 Hasil Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perputaran Kas	9	3.82	8.49	5.0322	1.39522
Perputaran Piutang	9	14.37	17.63	16.1922	1.18811
Return On Equity	9	8.60	20.40	13.1889	3.72406
Valid N (listwise)	9				

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas dengan sampel pengamatan sebanyak 9 sampel. Perputaran kas mempunyai nilai minimum 3.82, maksimum 8.49, mean 5.0332 dan standar deviasi 1.39522. Perputaran piutang mempunyai nilai minimum 14.37, maksimum 17.63, mean 16.1922, dan standar deviasi 1.18811. Return on equity mempunyai nilai minimum 8.60, maksimum 20.40, mean 13.1889 dan standar deviasi 3.72046.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Menurut Santoso (2012), “tujuan uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1(sebelumnya). Prasyarat yang harus terpenuhi adalah

tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut :

- 1) Jika $0 < d < dL$, maka terjadi autokorelasi positif.
- 2) Jika $dL < d < dU$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
- 3) Jika $d-dL < d < 4$, maka terjadi autokorelasi negatif.
- 4) Jika $4-dU < d < 4-dL$, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
- 5) Jika $dU < d < 4-dU$, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

Tabel 1.6. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	.849 ^a	.720	2.502

Berdasarkan tabel 1.6 di atas nilai Durbin Watson (d) sebesar 2,502, dL 0,467 dan dU 1,896 pembandingan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 9 (n), dan jumlah variabel independen 2 (k=2), maka di tabel DurbinWatson akan didapat nilai dU sebesar 1,896. Karena nilai DW 2,502 lebih besar dari batas atas (dU) 1,896 dan lebih besar dari $4 - 1,896 = 2,104$, atau d $2,502-dL$ $0,476 < d$ $2,502 < 4$. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelasi negatif.

b. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas menggunakan uji Uji Kolmogorov-Simimov

Tabel 1.7. Kolmogorov-Simimov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		9
Normal Parameters ^a ,	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96928579
Most Extreme Differences	Absolute	.237
	Positive	.157
	Negative	-.237
Test Statistic		.237
Asymp. Sig. (2-tailed)		.156 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0,05 maka Ho berdistribusi normal
2. Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0,05 maka H3 tidak berdistribusi normal.

Keputusan:

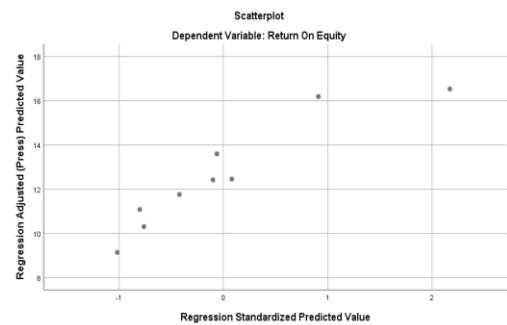
Pada tabel di atas nilai sig = 0,156^c > 0,05 sehingga H3 diterima berarti data residul berdistribusi normal.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji heterokedastitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membenruk pol tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidikasiakan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastistas. Hasil

output SPSS versi 25 untuk pengujian heteroskedastisitas:



Gambar 1.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik hasil pengujian heteroskedastisitas bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu y serta membentuk pola tertentu, maka dapulkan disimpulkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas antara variabel-variabel independen. Model regresi yang terbaik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara nilai tolerance dan nilai VIF.

- 1) Jika nilai tolerace lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0.10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 3) Selai itu dengan melihat nilai VIF, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka

artinya tidak terjadi multikolenearitas terhadap data yang diuji.

- 4) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolienaritas terhadap data yang diuji.

Nilai tolerance dan VIF dari variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.8. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Perputaran Kas	.915	1.093
Perputaran Piutang	.915	1.093

Berdasarkan nilai Tolerance perputaran kas & perputaran piutang sebesar 0,915 dan VIF tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel idependen dapat diketahui nilai VIF 1.093, maka dapat disimpulkan nilai tolerance 0,915 > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas dan nilai VIF 1,093 < 10,0 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Regresi Linier Sederhana

- a. Perputaran kas terhadap *return on equity* (ROE)

Tabel 1.9. Uji t Perputaran Kas Terhadap ROE Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	4.749	4.082	1.163	.283
	Perputaran Kas	1.677	.785	2.137	.070

Dari hasil di atas diperoleh persamaan regresi tersebut adalah $Y = 4.749 + 1.677X_1$

- 1) Angka konstanta sebesar 4.749. mempunyai arti jika ada perputaran kas

(X) maka nilai dari *return on equity* (Y) adalah sebesar 4.749

- 2) Koefisien regresi perputaran kas sebesar 1.677 dan bertanda positif, menunjukkan bahwa setiap kenaikan perputaran kas (X) satu persen maka *return on asset* (Y) akan meningkat sebesar 1.677 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap atau tidak mengalami perubahan.

Uji Hipotesis nilai $t_{hitung} 2,137 < t_{tabel}; 2,306$ dan signifikansi sebesar $0,070 > 0,05$ dan nilai, sehingga dapat disimpulkan $H_1 : \beta_1 = (H_1)$ ditolak yang berarti perputaran kas tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on asset* perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

- b. Perputaran piutang terhadap *return on equity* (ROE)

Tabel 1.10. Uji t Perputaran Piutang Terhadap ROE

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-23.811	13.162	-1.809	.113
	Perputaran Piutang	2.285	.811	2.818	.026

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi $Y = -23.811 + 2.285X_2$

- 1) Angka konstanta sebesar -23.811. mempunyai arti jika ada perputaran kas maka nilai dari *return on equity* adalah sebesar -23.811
- 2) Koefisien regresi perputaran piutang sebesar 2.285 dan bertanda positif, menunjukkan bahwa setiap kenaikan

perputaran piutang satu persen maka *return on equity* akan meningkat sebesar 2.285 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap atau tidak mengalami perubahan.

- 3) Uji Hipotesis nilai $t_{hitung} 2,818 > t_{tabel}$, 2,306 dan nilai signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan $H_1: \beta_1 = (H_1)$ diterima yang berarti perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap *return on asset* perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. yang berarti terdapat pengaruh variabel X variabel Y.

Koefisien Determinasi R Square (R²)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen maupun menjelaskan pengaruh variabel dependen. Hasil uji determinasi seperti tabel berikut:

Tabel 1.11. Uji Koefisien Determinasi R Square (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.729 ^a	.531	.465

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square 0,531 atau 53,10%. Artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 53,10% dan sisanya sebesar 46,90% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya

pengaruh atau hubungan secara bersama-sama antara pengaruh perputaran kas dan perputaran piutang terhadap (variabel independent) terhadap *return on equity* (variabel dependent).

Tabel 1.12. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t _{hitung}	Sig.
Konstanta	-23.189	-2.111	.079
Perputaran Kas	1.213	2.013	.091
Perputaran Piutang	1.870	2.643	.038

Persamaan regresi linier berganda :

$$ROE = -23.189 + (1.213)Perputaran_Kas + (0,1.870)Perputaran_Piutang$$

Keterangan :

Dari persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -23.189 dapat diartikan bahwa *Return On Equity* akan bernilai -23.189 perputaran kas dan perputaran piutang bernilai 0 (nol) atau tidak ada.
- 2) Koefisien regresi perputaran kas sebesar 1.213 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa jika setiap kenaikan perputaran kas satu persen maka *return on equity* akan meningkat sebesar 1.213 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap atau tidak mengalami perubahan.
- 3) Koefisien regresi variabel perputaran piutang sebesar 1.870 dan bertanda positif, ini menunjukkan bahwa jika setiap kenaikan perputaran piutang satu persen maka *return on equity* maka naik sebesar 1.870 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari

model regresi adalah tetap atau tidak mengalami perubahan.

Koefisien Korelasi dan Determinasi (R Square)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen maupun menjelaskan pengaruh variabel dependen. Nilainya berkisar 0 (nol) sampai dengan 1 (Satu). Apabila nilai R² yang kecil maka kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) maka variasi variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghazali, 2011:97).

Tabel 1.13. Uji Koefisien Determinasi R Square (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.849 ^a	.720	.627

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,849 yang berarti tingkat keeratan tersebut sangat kuat. Sedangkan nilai adjusted R Square sebesar 0,720 atau 72,0% menunjukkan bahwa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen sebesar 72,0% dan sisanya sebesar 28,0% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini gunakan untuk melihat pengaruh variabel Perputaran kas terhadap *return on equity* (Y) dan Perputaran piutang terhadap *return on*

equity (Y) dalam PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Ada[un kriteria pengujiannya:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut hasil uji parsial seperti pada tabel 1.16.

Tabel 1.16. Hasil Uji Parsial

Variabel bebas	t _{hitung}	Sig	Ho	H1
Perputaran Kas	2.013	.091	Diterima	Ditolak
Perputaran Piutang	2.643	.038	Ditolak	Diterima

- a. Uji Hipotesis $H_1 : P_1 \neq$ dan $H_a : P_1 = (H_0$ dan $H_1)$

Berdasarkan pengujian di atas diketahui sig. untuk variabel X₁ terhadap Y adalah sebesar 0,091 > 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,013 < t_{tabel} 2,447, sehingga dapat disimpulkan $H_1 : \beta_1 = (H_1)$ ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh perputaran kas terhadap *return on equity* pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

- b. Uji Hipotesis $H_0 : \beta_2 \neq$ dan $H_0 : \beta_2 = (H_0$ dan $H_2)$

Diketahui sig. untuk variabel X₂ terhadap Y adalah sebesar 0,038 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,643 > t_{tabel} 2,365, sehingga dapat disimpulkan $H_0 : \beta_2 = (H_2)$ diterima yang berarti terdapat pengaruh positif perputaran piutang terhadap *return on*

equity (Y) pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

2. Uji f (Uji Simultan)

Uji simultan diperlukan mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji F sebagai berikut:

- a. Jika profitabilitas nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b. Jika profitabilitas nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Berikut hasil pengujian simultan (Uji F)

Tabel 1.17. Hasil Uji Simultan/Kelayakan Model (Uji F)

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig	Ho	H1
7,728	5,14	0,022 ^b	Ditolak	Diterima

Uji Hipotesis $H_0 : \beta_3 \neq$ dan $H_0 : \beta_3 =$ (H_0 dan H_3)

Berdasarkan pengujian diatas diketahui nilai sig, pengaruh perputaran kas dan perputaran piutang secara simultan terhadap *return on equity* adalah sebesar $0,022^b < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 7,728 > f_{tabel} 5,14$, sehingga dapat di simpulkan bahwa $H_0 : \beta_3 =$ (H_3) diterima yang berarti secara

simultan terdapat pengaruh perputaran kas dan perputaran piutang terhadap *return on equity* pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Pembahasan

1. Pengaruh Perputaran Kas Terhadap Return on Equity (ROE)

Berdasarkan pengujian secara parsial dalam uji regresi linier dapat dilihat nilai sig. untuk variabel perputaran kas (X_1) terhadap *return on equity* (Y) Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, adalah sebesar $0,079 > 0,05$ dan nilai t hitung $2,013 < t$ tabel $2,447$, sehingga dapat dilihat nilai signifikansi lebih besar dari 5%. Koefisien regresi yang dihasilkan 1.213 bernilai positif. Dengan demikian kesimpulan pengujian tersebut dapat dimpulkan bahwa secara parsial perputaran kas tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* (ROE).

Hasil penelitian yang tidak signifikan ini kemungkinan besar diakibatkan kecilnya persentase return on equity pada tahun 2013 dan 2015, sehingga tidak biasa mendukung persentase *return on equity* tahun lainnya. Kecilnya persentase *return on equity* pada 2013 dan 2015 diakibatkan besarnya pembiayaan beban bunga yang dibayarkan pada tahun 2013 dan 2015.

Penelitian ini sejalan dengan Ayu Eka Pangesti (2013) dengan judul pengaruh perputaran kas, perputaran piutang dan perputaran persediaan terhadap profitabilitas yang mengatakan

perputan kas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

2. Pengaruh Perputaran Piutang Terhadap *Return on Equity* (ROE)

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dalam uji regresi linier dapat dilihat nilai sig. untuk variabel perputaran piutang (X2) terhadap *return on equity* (Y) Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, adalah sebesar $0,038 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,643 > t$ tabel $2,365$, sehingga dapat dilihat nilai signifikansi lebih kecil dari 5%. Koefisien regresi yang dihasilkan $1,870$ bernilai positif. Dengan demikian kesimpulan pengujian tersebut adalah bahwa secara parsial perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* (ROE).

Hasil ini sejalan dengan peneliti Irman Deni (2014), Merin Widasari (2016), Eka Ayu Rahayu dan Joni Susilowibowo (2014) dan Tutri Indraswari (2018) yang bersama sama mengatakan bahwa perputaran piutang berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas

3. Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang terhadap *Return on Equity* (ROE)

Untuk pengujian secara simultan dapat dilihat bahwa nilai sig, untuk pengaruh perputaran kas (X1) dan perputaran piutang (X2) secara simultan terhadap Y Pada PT. Indofood Sukses

Makmur Tbk, adalah sebesar $0,022b < 0,05$ dan nilai f hitung $7,728 > f$ tabel $5,14$, berarti nilai signifikansi dengan 5%. Koefisien konstanta $-23,189$ bernilai negatif. Kesimpulan dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa secara simultan perputaran kas dan perputaran piutang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return on equity* (ROE).

Hasil Penelitian ini sejalan dengan Irman Deni (2014), Eka Ayu Rahayu dan Joni Susilowibowo (2014), Ayu Eka Pangesti (2013), dan Tutri Indraswari (2018) perputaran kas dan perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Tingkat pengaruh variabel independen atau bebas (perputaran kas dan perputaran piutang) terhadap variabel dependen atau terikat (*Return on Equity*) adalah sebesar 72% dan sisanya 28 % dipengaruhi variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Kesimpulan

1. Secara parsial perputaran kas tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dibuktikan dengan hasil nilai $t_{hitung} 2,013 < t_{tabel} 2,447$ dengan signifikansi sebesar $0,079 > 0,05$.
2. Secara parsial perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* pada PT. Indofood Sukses

Makmur Tbk. Dibuktikan dengan hasil nilai $t_{hitung} 2,643 < t_{tabel} 2,365$ dengan signifikansi sebesar $0,038 > 0,05$.

3. Secara Simultan perputaran kas dan perputaran piutang berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dibuktikan dengan persamaan regresi linier berganda $ROE = -23,189 + (1,213) \text{ Perputaran_Kas} + (0,1,870) \text{ Perputaran_Piutang}$, hasil $F_{hitung} 7,728 > F_{tabel} 5,14$ dan signifikan sebesar $0,022 < 0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan:

1. Manajemen perusahaan harus mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam mengelola kasnya dengan baik, agar tidak terjadi lagi perputaran kas yang sangat rendah pada tahun 2012 yaitu 3,82 kali, dan meningkatkan kembali perputaran kasnya seperti pada tahun 2009 yaitu 8,49 kali.
2. Perputaran piutang juga harus di kelola dengan efisien dan efektif sehingga dapat memiliki tingkat profitabilitas yang baik seperti tahun 2009 yaitu dengan perputaran piutang 17,77 kali yang dapat menghasilkan laba yang maksimal.
3. Perusahaan juga harus tetap meningkatkan kinerja karyawannya agar dapat bekerja dengan maksimal, efisien dan efektif sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanafi dan Halim. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Keempat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harahap. (2010). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada,
- Hery. (2013). *Auditing Pemeriksaan Akutansi, Cetakan Pertama*. Jakarta: Center of Academic Publishing Service (CAPS).
- Iqbal, H. (2006). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Kesatu, Cetakan Kedelapan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

_____, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Surhayadi dan Purwanto. (2004). *Statistika Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.

Sutrisno. (2012). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Ekonisia.

Wild, Subramanyan dan Hasley (2005). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Delapan, Buku Kesatu*. Jakarta: Salemba Empat.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PAT PT BPR H. A. BOGOR

Nurmin Arianto; Agus Setiawan.
Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
dosen01118@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan baik secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Obyek penelitian ini adalah BPR H. A. Bogor, yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah Nasabah yang di BPR H. A. Boogor berjumlah 81 Nasabah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikasi dengan menggunakan analisa regresi berganda, uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan nasabah dengan kontribusi sebesar 62,5% sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah.*

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of promotion and quality of service either partially or simultaneously on customer satisfaction. The object of this research is BPR H. A. Bogor, the respondents in this study are Customers at BPR H. A. Boogor with 81 customers. The research method used in this research is descriptive and verification using multiple regression analysis, the classic assumption test. The results showed that promotion and service quality had a partial or simultaneous effect on customer satisfaction with a contribution of 62.5% while the remaining 37.5% was influenced by other factors.

Keywords: *Promotion, service quality, customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Brosur merupakan salah satu media promosi yang digunakan oleh PT. BPR H. A dalam menarik minat pelajar dalam menabung. Dari data brosur diatas dapat dijelaskan bahwa menabung dari mulai tingkat Sekolah Dasar (SD) sampai dengan

Sekolah Menengah Atas (SMA) relatif sangatlah terjangkau bagi kalangan anak sekolah, ditambah dengan bonus makin menarik minat anak pelajar dalam menabung di PT. BPR H. A. Promosi yang dilakukan oleh PT. BPR H. A masih belum

mendapatkan respon yang baik dari masyarakat, dalam hal ini masih dibawah perbankan lainnya. Kurangnya Promosi yang dilakukan *customer service* pada saat nasabah berkunjung ke Bank PT. BPR H. A.

Selain promosi, pihak perbankan juga harus memberikan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan nasabah. Dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah untuk setiap jenis produknya, terdapat kelemahan-kelemahan yang perlu mendapatkan perhatian yaitu minimnya pengetahuan karyawan berbagai jenis produk yang ditawarkan PT. BPR H. A, sehingga jika nasabah mengajukan komplain maka karyawan bank kesulitan untuk memberikan jawaban yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, tidak adanya *security* yang membantu nasabah untuk memberikan pelayanan ketika nasabah datang dan pergi dari bank, serta lambatnya transaksi tabungan karena *teller* dan *costumer service* yang melayani nasabah hanya satu orang. Kondisi seperti ini bagi nasabah tabungan dapat mengurangi kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima dari PT. BPR H. A yang berakibat dapat mengurangi keputusan mereka untuk tetap menjadi nasabah dan pada akhirnya akan dapat menurunkan jumlah nasabah, dalam hal memenuhi kebutuhan akan jasa perbankan, setiap nasabah memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda terhadap pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena

membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

- a. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR H. A Bogor.
- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR H. A Bogor.
- c. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR H. A Bogor.

Kajian Literatur

Promosi

Kegiatan promosi dalam perusahaan merupakan bagian terpenting disamping variabel lainnya yaitu produk, harga, dan lokasi perusahaan. Suatu produk tidak akan berguna selama produk tersebut tidak sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan dan tentunya konsumen tidak akan mengetahui akan keberadaan produk jika tanpa adanya kegiatan promosi. Maka dari itu promosi dapat diartikan sebagai komunikasi awal antara perusahaan dan konsumen serta sebagai salah satu media untuk memperkenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui akan keberadaan produk perusahaan tersebut.

“Promosi penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong

percobaan atau pembelian produk atau layanan termasuk promosi konsumen (seperti sampel, kupon, dan premi), promosi perdagangan (seperti iklan dan tunjangan display), bisnis dan tenaga penjualan promosi (kontes untuk tenaga penjualan)” (Kotler dan Keller: 2016,582).

Menurut Kotler dan Keller (2016:582) indikatornya promosi antara “Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*Sales Promotion*), Acara dan pengalaman (*Event and Experiences*), Hubungan masyarakat dan publisitas (*Online And Social Media Marketing*)”. Secara online dan media sosial pemasaran (*Online and Social Media Marketing*).

Kualitas Pelayanan

“Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat” (Fandy Tjiptono: 2012, 198). Indikator dari kualitas pelayanan meliputi “ *Tangibles* (bukti fisik), *Reability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan/kepastian), *Empathy* (empati)”.

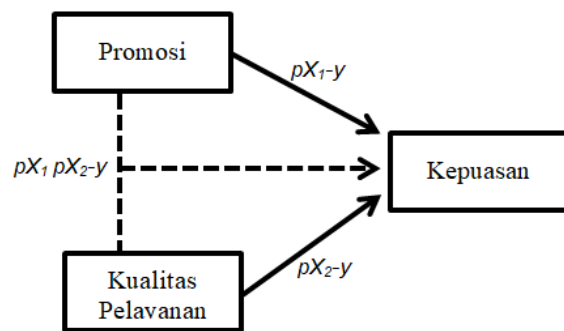
Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan pasien dapat dipenuhi melalui produk / jasa yang dikonsumsi dandalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/ perusahaan harus berkualitas. Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan

menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan mutu, mutu mempunyai dampak langsung pada prestasi produk itu sendiri. “Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang” (Kotler dan Keller :2014 , 150).

Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berfikir diatas mengenai promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1.1. Kerangka berfikir penelitian

Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang di lakukan oleh Hermanto, Universitas Prof. Muhammadiyah Dr Hamka (Jurnal Etikonomi Vol. 12 No.1 April 2013) mengenai “Pengaruh Kualitas

- Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah”. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan secara parsial, hanya variabel jaminan saja yang memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mahadi Saputra, Universitas Pamulang (Jurnal Pemasaran Kompetitif ISSN No.print 2598-0823 Vol. 2 No.1 Oktober 2018) mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Kinerja Customer Service Officer, Terhadap Kepuasan Nasabah” Dari hasil penelitian terdapat pengaruh yang kuat, positif dan signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) .
 3. Penelitian yang dilakukan oleh Agus Sulaiman, Universitas Pamulang (Jurnal Pemasaran Kompetitif ISSN No.print 2598-0823 Vol. 1 No.1 Oktober 2017) mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hypermart WTC Serpong” dimana diperoleh hasil terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan pada (X1) dan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,600. Pada uji determinasi terdapat kontribusi sebesar 36% pada variabel independen dan terhadap variabel dependen .Sedangkan sebanyak 64% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
 4. Penelitian yang dilakukan oleh Sunanto, Universitas Pamulang (Manajemen Pemasaran ISSN No.print 2598-0823 Vol. 1 No.4 Juli 2018, mengenai “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengunjung Pada Taman Wisata Sehat Telaga Gunung Sindur” dimana hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara (X1) terhadap (Y). Variabel X1 dan X2 secara simultan mempunyai kontribusi sebesar 41,9% terhadap (Y), dan selebihnya 58,1% dipengaruhi oleh faktor faktor lain yang tidak diteliti.

METODE

Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, yakni yang memberikan gambaran suatu data yang dilakukan dalam hal untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dimana dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X₁) adalah Promosi, (X₂) adalah Kualitas Pelayanan dan variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Nasabah.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah baik yang aktif maupun pasif pada PT. BPR H. A Bogor sebanyak 425 nasabah.

Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling adalah

teknik pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan error 10% maka ditetapkan sampel pada penelitian ini adalah 81.

Rancangan Analisis

Dalam penelitian ini data kuisioner yang disebar ke responden dilakukan analisis uji intrumen dengan menguji Validitas dan Reliabilitas, dimana uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif, maka butir pertanyaan tersebut valid. Cara menghitung uji validitas dengan menggunakan Rumus Korelasi Pearson Product Moment.

Sedangkan Uji Reliabilitas menurut Dharmawan (2011:73), “reliabel instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi instrumen yang reliabel belum tentu valid sehingga pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan”. Menurut Imam Ghozali (2005), “formula statistika yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ ”.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis

regresi linear berganda yang berbasis ordinary least square (OLS). Jadi analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal.

Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional. Dalam penelitian ini mengujikan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Sugiyono (2014:188) menjelaskan bahwa “persamaan regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependent bila nilai variabel independent dimanipulasi (dirubah-rubah). Secara umum persamaan regresi sederhana (dengan satu prediktor) dapat dirumuskan sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$ ”.

Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:184), “untuk memperkuat hasil perhitungan yang diperoleh dan tingkat kebenaran hubungan antara variabel X dan Variabel Y, maka dilakukan uji hipotesis baik secara parsial ataupun simultan”.

Keofisien Determinasi

Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR H. A Bogor, dapat diketahui menggunakan rumus uji koefisien determinasi sebagai berikut: $KD = r^2 \times 100$ %.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi Variabel Promosi

Tabel 1.1. Deskripsi variabel Promosi

No	SS	S	R	TS	STS	Skor	Rata ²	Ket
Periklanan								
1	13	50	15	3	0	81	3.91	B
	65	200	45	6	0	316		
2	10	41	24	5	1	81	3.66	B
	50	164	72	10	0	296		
Promosi penjualan								
3	12	44	20	4	1	81	3.76	B
	60	176	60	8	1	305		
4	8	35	31	5	2	81	3.51	B
	40	140	93	10	2	285		
Acara dan pengalaman								
5	11	36	31	2	1	81	3.66	B
	55	144	93	4	1	297		
6	14	30	29	5	3	81	3.58	B
	70	120	87	10	3	290		
Hubungan Masyarakat dan Publisitas								
7	7	17	30	21	6	81	2.97	CB
	35	68	90	42	6	241		
8	7	26	31	8	9	81	3.17	CB
	35	104	93	16	9	257		
Secara online dan media sosial pemasaran								
9	8	39	28	5	1	81	3.59	B
	40	156	84	10	1	291		
10	8	40	26	5	2	81	3.58	B
	40	160	78	10	2	290		
Pergerakan pasar								
11	12	44	20	4	1	81	3.76	B
	60	176	60	8	1	305		
12	8	35	31	5	2	81	3.51	B
	40	140	93	10	2	285		
Basis data Pemasaran dan langsung								
13	8	39	28	5	1	81	3.59	B
	40	156	84	10	1	291		
14	8	40	26	5	2	81	3.58	B
	40	160	78	10	2	290		
Penjualan Secara Pribadi atau Langsung								
15	3	49	23	4	2	81	3.58	B
	15	196	69	8	2	290		
16	3	38	32	5	3	81	3.04	CB
	15	152	96	10	3	276		

No	SS	S	R	TS	STS	Skor	Rata ²	Ket
Σ	140	603	425	91	37	7606	53.27	
Σ Rata-Rata Skor							3.33	

Berdasarkan data tabel di atas maka promosi yang dilakukan oleh PT. BPR H. A dikatakan **cukup baik**, hal ini dapat dilihat dari rata-rata skor yaitu **3,33** jatuh pada Interval 1,60-3,39, dan dapat dibuktikan dari skor tertinggi pada kuisioner No.1 diperoleh skor 3,91 dimana PT. BPR H. A Bogor selalu melakukan periklanan melalui media sosial. Disamping itu masih terdapat skor rendah yaitu pada pernyataan No.7 diperoleh skor **2,97** dimana PT. BPR H. A sudah mengadakan kegiatan bantuan sosial.

Untuk meningkatkan kontribusi dan kepedulian dibidang sosial, Penulis menyarankan agar PT. BPR H. A semakin rutin dalam kegiatan bantuan sosial dengan menjangkau lebih banyak lokasi yang strategis.

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 1.2. Deskripsi variabel Kualitas Pelayanan

No	SS	S	R	TS	STS	Skor	Rata	Ket
Bukti langsung (Tangibles)								
1	7	55	16	3	0	81	3.81	B
	35	220	48	6	0	309		
2	4	47	23	5	2	81	3.56	B
	20	188	69	10	2	289		
Kehandalan (Reability)								
3	3	49	23	4	2	81	3.58	B
	15	196	69	8	2	290		
4	3	38	32	5	3	81	3.04	CB
	15	152	96	10	3	276		
Daya tanggap (Responsiveness)								
5	6	39	32	2	2	81	3.55	B
	30	156	96	4	2	288		
6	7	36	29	5	4	81	3.45	B
	35	144	87	10	4	280		
Jaminan (Assurance)								
7	5	19	30	21	6	81	2.95	CB
	25	76	90	42	6	239		
8	4	28	31	8	10	81	3.09	CB

	20	112	93	16	10	251		
Empati (Empathy)								
9	6	40	28	5	2	81	3.53	B
	30	160	84	10	2	286		
10	7	39	27	5	3	81	3.51	B
	35	156	81	10	3	285		
Σ	52	390	271	63	34	810	2793	34.5
Σ Rata-Rata Skor								3.45

Berdasarkan data tabel di atas maka Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh PT. BPR H. A dikatakan **baik**, hal ini dapat dilihat dari rata-rata skor yaitu **3,45** jatuh pada Interval 3,40-4,19, dan dapat dibuktikan dari skor tertinggi pada kuisioner No.1 diperoleh skor **3,81** dimana karyawan PT. BPR H. A selalu mengenakan seragam yang bersih dan rapi saat memberikan pelayanan. Disamping itu masih terdapat skor rendah yaitu pada pernyataan No.7 diperoleh skor **2,95** dimana PT.BPR Hitamajaya memberikan jaminan ketika bertransaksi di Bank. Untuk meningkatkan keamanan nasabah dalam bertransaksi di Bank, Penulis menyarankan agar PT. BPR H. A meningkatkan jaminan keamanan dalam penyimpanan file nasabah.

Deskripsi Kepuasan Nasabah

Tabel 1.3. Deskripsi variabel Kepuasan Nasabah

No	SS	S	R	TS	STS	Total	Rata	Ket
Kesesuaian harapan								
1	7	49	22	3	0	81	3.74	B
	35	196	66	6	0	303		
2	7	45	24	4	1	81	3.65	B
	35	180	72	8	1	296		
Minat berkunjung kembali								
3	3	47	24	6	1	81	3.55	B
	15	188	72	12	1	288		
4	2	38	31	9	1	81	3.38	CB
	10	152	93	18	1	274		
Kesediaan merekomendasikan								
5	8	35	33	4	1	81	3.55	B
	40	140	99	8	1	288		
6	6	24	27	16	8	81	3.04	CB

	30	96	81	32	8	247		
Σ	33	238	161	42	12	486	1696	20.91
Σ Rata-Rata Skor								3.49

Berdasarkan data table diatas maka Kepuasan Nasabah yang dilakukan oleh PT. BPR H. A dikatakan baik, hal ini dapat dilihat dari rata-rata skor yaitu **3,49** jatuh pada Interval 3,40-4,19, dan dapat dibuktikan dari skor tertinggi pada kuisioner No.1 diperoleh skor **3,74** dimana Nasabah PT. BPR H. A berharap produk tabungan mendapatkan bunga. Disamping itu masih terdapat skor rendah yaitu pada pernyataan No.6 diperoleh skor **3,04** dalam hal karyawan memberikan penjelasan mengenai produk tabungandi PT.BPR Hitamajaya.Untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam hal memberikan penjelasan mengenai produk tabungan, Penulis menyarankan agar karyawan PT. BPR H. A diberikan pendidikan tambahan, berupa kursus atau seminar mengenai produk tabungan.

Uji Validitas dan Uji Relibilitas

Tabel 1.4 .Uji Validitas

No	r hit X1	r hit X2	r hit y	r tab	Kep
1	0,770	0,755	0,677	0,3	Valid
2	0,801	0,865	0,842	0,3	Valid
3	0,800	0,759	0,825	0,3	Valid
4	0,713	0,731	0,788	0,3	Valid
5	0,708	0,619	0,826	0,3	Valid
6	0,770	0,784	0,806	0,3	Valid
7	0,784	0,755		0,3	Valid
8	0,770	0,865		0,3	Valid
9	0,710	0,754		0,3	Valid
10	0,687	0,739		0,3	Valid
11	0,770			0,3	Valid
12	0,801			0,3	Valid
13	0,800			0,3	Valid
14	0,770			0,3	Valid
15	0,784			0,3	Valid
16	0,770			0,3	Valid

Semua butir pernyataan dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan semua item pernyataan memiliki nilai r hitung > lebih besar dari r tabel (0,3).

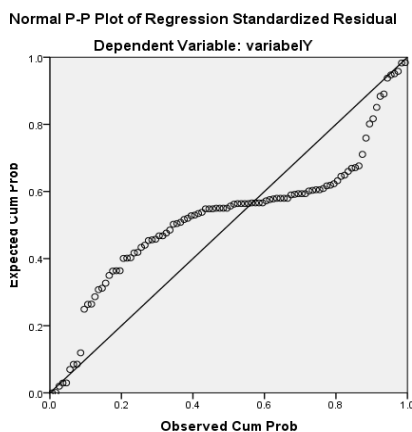
Tabel 1.5. Uji Reliabilitas

No	Var	Rca	R Tab	Kesimpulan
1	X ₁	0,949	0,6	Reliabel
2	X ₂	0,914	0,6	Reliabel
3	Y	0,882	0,6	Reliabel

Hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, disimpulkan reliabel, hal itu dibuktikan dengan nilai $r_{ca} > 0,6$. Dengan demikian data layak untuk diteruskan pada penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 1.2. Normal p-plot

Pada gambar grafik di atas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plot menunjukkan pola grafik yang normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar grafik normal atau mengikuti garis diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

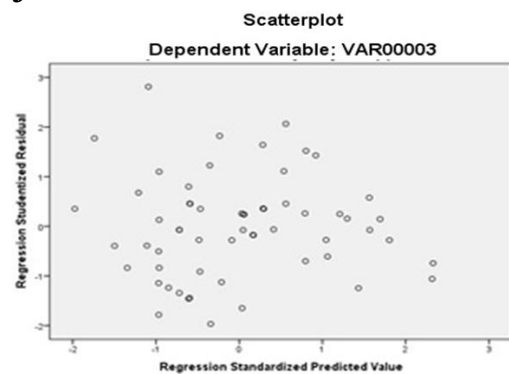
Tabel 1.6. Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF

,886	1,129
,886	1,129

Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena syarat untuk tidak terjadi multikolinieritas sudah dipenuhi yakni nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$, yaitu nilai tolerance Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan sebesar $0,886 > 0,10$ dan $VIF 1,129 < 10$.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1.3. Scatterplot

Pada gambar di atas, titik-titik pada grafik scatterplot tidak mempunyai pola penyebaran yang jelas dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gangguan heteroskedastisitas

Pegujian Hipotesis

1. Regresi Berganda

Tabel 1.7. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	1,519	1,817	,836	,406

Pengaruh Promosi	,229	,027	8,549	,000
Kualitas Pelayanan	,188	,045	4,183	,000

Diperoleh persamaan regresinya $Y = 1,519 + 0,229X_1 + 0,188X_2$. Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut maka disimpulkan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,519, apabila variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan tidak ada atau konstan atau bernilai nol kepuasan nasabah memiliki nilai 1,519.
- b. Nilai b_1 sebesar 0,229 menunjukkan apa bila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Kualitas pelayanan maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Promosi akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan nasabah sebesar 0,229 point.
- c. Nilai b_2 sebesar 0,188 menunjukkan apa bila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel Promosi maka setiap perubahan 1 unit pada variabel Kualitas Pelayanan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada Kepuasan nasabah sebesar 0,188 point.

2. Uji Hipotesis Parsial

Jika dilihat pada tabel 1.8 maka dapat diketahui bahwa :

- a. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(8,549 > 1,664)$ hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, untuk itu

hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah, dapat diterima. Hal Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunanto (2018).

- b. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(4,183 > 1,664)$ hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, untuk itu hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah, dapat diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Sulaiman (2017), Mahadi (2018), Hermanto (2013).

3. Uji Hipotesis Simultan

Tabel 1.8. Uji F Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	701,929	2	350,964	64,992	,000 ^b
1 Residual	421,207	78	5,400		
Total	1,123,136	80			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, pengaruh promosi

Diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau $(64,992 > 3,11)$ hal ini juga diperkuat dengan nilai probability signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis ke tiga H_a diterima.

4. Uji Determinasi

Tabel 1.9. Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791 ^a	,625	,615	2,324

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, pengaruh promosi
 Diperoleh nilai koefisien determinasi (R-square) sebesar 0,625, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Promosi (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) secara bersama-sama memiliki kontribusi terhadap Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 62,5% sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

SIMPULAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan rumusan masalah maka diketahui bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (8,549 > 1,664) hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan rumusan masalah maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini di lihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau (4,183 > 1,664) hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Berdasarkan rumusan masalah maka promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini di lihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau (64,992 > 3,11) hal ini juga diperkuat dengan nilai probability signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

1. Untuk meningkatkan kontribusi dan kepedulian dibidang sosial, Penulis menyarankan agar PT. BPR H. A semakin rutin dalam kegiatan bantuan sosial dengan menjangkau lebih banyak lokasi yang strategis.
2. Untuk meningkatkan keamanan nasabah dalam bertransaksi di Bank, Penulis menyarankan agar PT. BPR H. A meningkatkan jaminan keamanan dalam penyimpanan file nasabah.
3. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah dalam hal memberikan penjelasan mengenai produk tabungan, Penulis menyarankan agar karyawan PT. BPR H. Adiberikan pendidikan tambahan, berupa kursus atau seminar mengenai produk tabungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Nurmin, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor, Jurnal Kompetitif Unpam Vol. 1, No.2 / Januari 2018 .
- _____,2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Terhadaployalitas Pasien (Studi Kasus Pada Pasien Rawat Jalan Rumah Sakit Premier Bintaro, Jurnal

- Organisasi dan Manajemen Universitas Terbuka Vol. 13 No. 1/ Maret 2017.
- _____, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. Jurnal Efektif Unpam Vol. 2, No.1, Oktober 2019.
- _____, 2019. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Berdampak Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Kreatif Unpam Vol. 7 No.1 Juni 2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2014), Marketing Management, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Dharmawan, Yusa. 2011. Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Disiplin dan Kinerja Karyawan Hotel Nikki Denpasar. Tesis. Universitas Udayana Denpasar. Bali.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO (DER), PRICE TO EARNING RATIO (PER) DAN INVENTORY TURNOVER RATIO TERHADAP HARGA SAHAM PADA PT LIPPO CIKARANG TBK Periode 2009-2018

Reza Octovian¹; Sahrunisa²
Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang
rezadaswar@yahoo.com ; nsahru@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Debt To Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER), *Inventory Turnover Ratio* dan Harga Saham pada PT Lippo Cikarang Tbk periode 2009-2018. Metode penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi laporan keuangan PT Lippo Cikarang Tbk, dan diambil *sample* sebanyak 10 tahun dari periode 2009-2018. Hasil dari analisis regresi linier berganda ditemukan persamaan $Y = -1132.541 + -2836.168X_1 + 858.495X_2 + 6066.093X_3$. Hasil uji parsial *Debt To Equity Ratio* (DER) dan *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan *Inventory Turnover Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hasil uji F (simultan) *Debt To Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham, dengan $F_{hitung} (13.181) > F_{tabel} (4.76)$ dengan signifikansi 0.005. serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 80.2%.

Kata Kunci: *Debt To Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER), *Inventory Turnover Ratio*, Harga Saham

Abstract

This study aims to determine the effect of Debt To Equity Ratio (DER), Price Earning Ratio (PER), Inventory Turnover Ratio and Share Prices on PT Lippo Cikarang Tbk 2009-2018 period. The research method is descriptive with a quantitative approach. The population of PT Lippo Cikarang Tbk financial statements, and taken as many as 10 years samples from the period 2009-2018. The results of the multiple linear regression analysis found the equation $Y = -1132.541 + -2836.168X_1 + 858.495X_2 + 6066.093X_3$. The partial test results of Debt To Equity Ratio (DER) and Price Earning Ratio (PER) have a significant effect on stock prices. While Inventory Turnover Ratio has no significant effect on stock prices. The results of the F (simultaneous) Debt To Equity Ratio (DER), Price Earning Ratio (PER) and Inventory Turnover Ratio have a significant effect on stock prices, with $F_{count} (13,181) > F_{table} (4.76)$ with a significance of 0.005. and the coefficient of determination (R^2) of 80.2%.

Keywords: *Debt To Equity Ratio (DER), Price Earning Ratio (PER), Inventory Turnover Ratio, Stock Prices*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan pasar modal di

Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Kemajuan itu ditunjukkan dengan meningkatnya volume

perdagangan, jumlah kapasitas pasar dan jumlah emiten dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut dipengaruhi partisipasi yang aktif, baik dari dalam lingkungan perusahaan yang menjual saham mereka dan juga pihak-pihak lain di luar perusahaan yang terlibat. Dukungan dari teknologi dan informasi yang berkembang pesat mempermudah mereka yang melakukan jual beli saham perusahaan-perusahaan yang diminatinya dengan cepat dan efisien. Sehingga dampaknya pun berimbas pada kegiatan ekonomi di seluruh dunia termasuk di Indonesia yang meningkat dengan pesat. Kinerja keuangan adalah salah satu cara untuk menilai sebuah perusahaan. Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang melibatkan aspek dana serta diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Informasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi, yang mungkin dikendalikan di masa depan dan untuk memprediksi kapasitas produksi dari sumber daya yang ada.

Ada beberapa rasio-rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan yang dapat menggambarkan kinerja keuangan pada sebuah perusahaan yaitu antara lain rasio profitabilitas, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio *market value*. Namun rasio yang lebih sering digunakan dalam menggambarkan

kinerja keuangan adalah rasio solvabilitas, rasio *market value* dan rasio aktivitas. Rasio solvabilitas sendiri digunakan untuk memperkirakan kemampuan perusahaan dalam menangani kewajibannya. Beberapa informasi yang dapat dilihat dari laporan keuangan tentang kewajiban dan modal sebuah perusahaan dapat dilihat dari besarnya *Debt to Equity Ratio* (DER). DER sering dinyatakan dengan presentase (%), *Debt to Equity Ratio* (DER) juga sering digunakan para investor dalam mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total modal. Selain melihat kemampuan perusahaan dalam menangani kewajibannya kinerja perusahaan juga dapat dilihat dari rasio *market value* yang mengukur harga saham di pasar dan harga saham perlembarnya seperti *Price Earning ratio* (PER). *Price Earning ratio* (PER) sering dinyatakan dengan kali (x), rasio ini sering digunakan investor untuk memperkirakan posisi dan harga perusahaan di pasar. Dalam menganalisis selain rasio solvabilitas dan *market value*, investor sering juga mempertimbangkan rasio aktivitas yang digunakan untuk melihat efektivitas perusahaan, salah satu jenis rasio aktivitas yaitu perputaran persediaan (*Inventory Turnover Ratio*). *Inventory Turnover Ratio* sering dinyatakan dengan kali (x), rasio ini sering digunakan investor untuk memperkirakan efektivitas perusahaan khususnya dalam persediaan. Semakin tinggi profitabilitas atau keuntungan perusahaan, akan berpengaruh terhadap keputusan investasi

para investor. Semakin banyak investor yang menginvestasikan modalnya maka akan berpengaruh terhadap harga saham.

Harga saham sebagai salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan pengelolaan perusahaan, dimana kekuatan pasar di bursa saham ditunjukkan dengan adanya transaksi jual beli saham perusahaan tersebut di pasar modal. Terjadi syarat transaksi tersebut didasarkan pengamatan para investor terhadap prestasi perusahaan dalam meningkatkan keuntungan. Pemegang saham yang tidak puas terhadap kinerja manajemen dapat menjual saham yang dimiliki dan menginvestasikan uangnya ke perusahaan lain. Jika hal ini dilakukan, maka akan menurunkan harga saham suatu perusahaan.

Harga saham merupakan nilai sekarang dari arus kas yang akan diterima oleh pemilik saham dikemudian hari. Menurut Bringham dan Houston (2010: 07) harga saham menentukan kekayaan pemegang saham. Maksimalisasi kekayaan pemegang saham diterjemahkan menjadi maksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham pada satu waktu tertentu akan bergantung pada arus kas yang diharapkan diterima di masa depan oleh investor "rata-rata" jika investor membeli saham. Harga saham juga dapat diartikan sebagai harga yang dibentuk dari interaksi para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap profit perusahaan, untuk investor memerlukan informasi yang

berkaitan dengan pembentukan saham tersebut dalam mengambil keputusan untuk menjual dan membeli saham. *Debt Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio* merupakan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi besar kecilnya harga saham suatu perusahaan khususnya dalam penelitian ini adalah PT Lippo Cikarang Tbk.

Terdapat beberapa hasil dalam penelitian terdahulu yang pernah dilakukan. Dalam penelitian Mudlofor, Rita Andini dan Agus Supriato dalam penelitian yang berjudul Pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), Laba per saham (EPS), Inflasi, *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Inventory Turnover* Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2013 menunjukkan hasil EPS berpengaruh positif terhadap harga saham, ROE berpengaruh positif terhadap harga saham, ROA berpengaruh positif terhadap harga saham, Inflasi tidak mempengaruhi harga saham, DER berpengaruh positif terhadap harga saham dan *Inventory Turnover* berpengaruh positif terhadap harga saham. Diko Fitriansyah Azhari, Sri Mangesti Rahayu dan Zahroh Z.A dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Return on Equity* (ROE), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Total Assets Turnover* (TATO), dan *Price Earning Ratio* (PER) terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan *Real Estate* Yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia bahwa penelitian ini

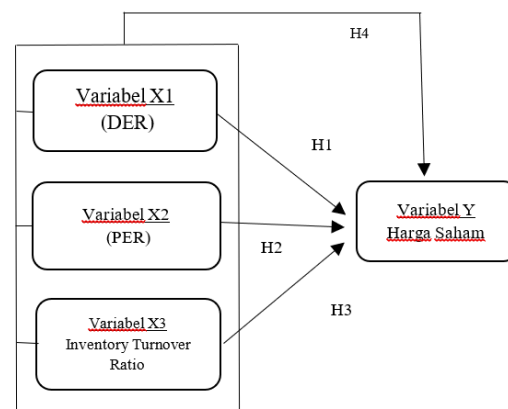
menunjukkan hasil ROE, DER, TATO dan PER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga saham, sedangkan secara parsial ROE dan PER berpengaruh terhadap harga saham dan DER dan TATO tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan dalam penelitian Reza Bagus dan Wicaksono dalam penelitiannya Pengaruh Laba per saham (EPS), *Price Earning Ratio* (PER), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE) dan *Market Value Added* (MVA) Terhadap Harga Saham berdasarkan penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa EPS dan MVA berpengaruh positif terhadap harga saham, sedangkan PER DER dan ROE tidak berpengaruh terhadap harga saham secara parsial, sedangkan secara simultan EPS, PER, DER, ROE Dan MVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka dengan demikian, peneliti berkeinginan melakukan penelitian tentang “**Pengaruh *Debt Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio*” . Rumusan masalah yang dalam dalam penelitian apakah *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER), *Inventory Turnover Ratio* berpengaruh terhadap harga saham PT Lippo Cikarang Tbk dan tujuan penelitian ini dimaksudkan:**

1. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap harga saham PT Lippo Cikarang Tbk.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Price Earning Ratio* (PER) terhadap harga saham PT Lippo Cikarang Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Inventory Turnover Ratio* terhadap harga saham pada PT Lippo Cikarang Tbk.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio* secara simultan terhadap harga saham PT Lippo Cikarang Tbk.

Kerangka Berfikir



Gambar 1.1. Kerangka Berfikir Penelitian

Hipotesis

Menurut Martono (2010: 57) “sebagai jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan secara teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka”. Hipotesis dalam penelitian ini:

- H1 : Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham PT Lippo Cikarang Tbk.
- H2 : Price Earning Ratio (PER) berpengaruh signifikan terhadap

- Harga Saham PT Lippo Cikarang Tbk.
- H3 : Inventory Turnover Ratio berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham PT Lippo Cikarang Tbk.
- H4 : Debt to Equity Ratio (DER), Price Earning Ratio (PER) dan Inventory Turnover Ratio secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perubahan Harga Saham PT Lippo Cikarang Tbk.

Kajian Literatur

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah semua aktivitas atau aktivitas syarikat yang berkaitan dengan cara mendapatkan pendanaan modal kerja, menggunakan atau memperuntukan dana, dan menguruskan asset yang dimiliki untuk mencapai objektif utama syarikat. Jadi manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan erat dengan sumber pendanaan dan investasi keuangan serta instrumen keuangan.

Menurut Sartono (2010: 6) tujuan manajemen keuangan dibagi menjadi dua yaitu: "1) Maksimisasi profit, tujuan maksimisasi profit ini mengandung banyak kelemahan. Pertama, standar ekonomi mikro dengan memaksimumkan profit, profit maksimum dapat dicapai pada saat biaya marginal sama dengan pendapatan marginal adalah bersifat statis karena tidak memperlihatkan dimensi waktu. Dengan kata lain tidak ada perbedaan yang nyata

antara profit dalam jangka pendek dengan profit dalam jangka panjang. Kelemahan kedua adalah pengertian profit itu sendiri bisa menyesatkan. Apakah perusahaan harus memaksimumkan profit. Ketiga adalah menyangkut risiko yang berkaitan dengan setiap alternatif keputusan. Kelemahan keempat adalah apabila memaksimumkan profit merupakan tujuan utama maka akan sangat mudah hal ini dilakukan oleh perusahaan; 2) Memaksimumkan kemakmuran pemegang saham melalui mekanisme nilai perusahaan".

Melihat keempat kelemahan tersebut, maka seharusnya tujuan yang harus dicapai oleh manajer keuangan adalah bukan memaksimumkan profit melainkan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham melalui maksimasi nilai perusahaan. Tujuan maksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham yang diharapkan akan memperoleh dimasa datang. Kemakmuran pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimilikinya meningkat.

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang dikehendaki, perusahaan harus menjalankan fungsi-fungsi manajemen keuangan dengan baik. Fungsi manajemen keuangan menurut Sutrisno (2010: 05) terdiri dari 3 keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu: "1) Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus

mengalokasikan dana kedalam bentuk-bentuk investasi yang akan mendatangkan keuntungan dimasa yang akan datang; 2) Keputusan pendanaan, sering disebut dengan kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber yang ekonomis bagi perusahaan guna membiayai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usaha; 3) Keputusan deviden, deviden merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pemegang saham”

Laporan Keuangan

Laporan keuangan sebagai alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan adanya keinginan pihak-pihak tertentu yang berkepentingan dalam laporan keuangan. Menurut Munawir dalam buku Irfan Fahmi (2014: 22) mengatakan “Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan.” Dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu bagi para pengguna (*users*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.

Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan dari sudut angka-angka dalam satuan moneter. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) (2014: 26) dalam Standar

Akuntansi Keuangan menyebutkan bahwa “Tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.”

Laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan terdiri dari beberapa jenis, tergantung dari maksud dan tujuan pembuatan laporan keuangan. Menurut Kasmir (2011: 28) dalam prakteknya, secara umum ada lima macam jenis laporan keuangan yang biasa disusun, yaitu :”1) Neraca, merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Arti dari posisi keuangan yang dimaksud adalah posisi jumlah dan jenis aktiva (harta) dan pasiva (kewajiban dan ekuitas) suatu perusahaan; 2) Laporan laba rugi, merupakan laporan yang menggambarkan hasil usaha perusahaan dalam suatu periode tertentu; 3) Laporan perubahan modal, merupakan laporan yang berisi jumlah dan jenis modal yang dimiliki perusahaan pada saat suatu periode; 4) Laporan arus kas, merupakan laporan yang menunjukkan semua aspek yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan, baik yang berpengaruh langsung atau tidak langsung terhadap kas; 5) Laporan catatan dan laporan keuangan, laporan ini merupakan laporan yang memberikan informasi tentang laporan keuangan yang memerlukan penjelasan tertentu.

Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan merupakan suatu kegiatan menganalisa laporan suatu perusahaan. Menurut Munawir (2010: 35) “pada umumnya laporan keuangan terdiri dari neraca dan perhitungan laba rugi serta laporan perubahan ekuitas. Neraca menunjukkan/ menggambarkan jumlah asset, kewajiban dan ekuitas dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Sedangkan perhitungan (laporan) laba-rugi memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta beban yang terjadi selama periode tertentu, dan laporan perubahan ekuitas menunjukkan sumber dan penggunaan atau alasan-alasan yang menyebabkan perubahan ekuitas perusahaan”.

Tujuan dari analisis laporan keuangan menurut Kasmir (2013: 68) ada enam. Secara umum dikatakan bahwa tujuan dan manfaat analisa laporan keuangan adalah : “1) Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu baik harta, kewajiban modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode; 2) Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang perlu dilakukan kedepan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini; 3) Untuk mengetahui kekuatan - kekuatan yang dimiliki; 4) Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan ke depan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini; 5) Untuk melakukan penelitian kinerja

manajemen kedepannya apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal; dan 6) Dapat juga digantikan sebagai pembanding dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

Debt to Equity Ratio (DER)

Merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang 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 dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Price Earning Ratio (PER)

Price Earning Ratio (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *Market Price Per Share* (Harga pasar per lembar saham) dengan *Earning Per Share* (laba per lembar saham).

Inventory Turnover Ratio

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam satu periode.

Harga Saham

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam satu periode. Rasio ini dapat diartikan pula bahwa perputaran

persediaan merupakan rasio yang menunjukkan berapa kali jumlah barang persediaan diganti dalam satu tahun.

METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan suatu kejadian atau data analisa yang telah terkumpul dan disajikan berupa angka.

Tempat, Waktu, dan Ruang Lingkup Penelitian

Tempat dalam penelitian adalah PT Lippo Cikarang Tbk. Untuk mendapatkan data dan informasi penelitian, penulis mengadakan penelitian di Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) yang beralamat di Gedung Bursa Efek Indonesia (BEI), Tower II, Lantai II Jalan Jendral Sudirman Kav. 52-53 Jakarta. Pengambilan data yang diambil dari tahun 2009 sampai dengan 2018 pada PT Lippo Cikarang Tbk. Adapun yang menjadi objek penelitian kali ini adalah PT Lippo Cikarang Tbk yang didukung oleh data dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan selama tahun 2009 sampai tahun 2018. Dan data-data tersebut dapat diperoleh dari www.idx.co.id dan <http://www.lippo-cikarang.com/>.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dari PT Lippo Cikarang Tbk. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu berupa laporan keuangan PT Lippo Cikarang Tbk, tahun 2009-2018.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer yang diambil langsung dari objek penelitiannya yaitu PT Lippo Cikarang Tbk. Data primer yang digunakan berupa laporan neraca dan laporan laba-rugi dan melalui riset perpustakaan, untuk memperoleh data yang teoritis dan ilmiah yang dapat sebagai landasan dalam menganalisis permasalahan.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan meliputi: uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi), analisis regresi berganda, uji koefisien korelasi dan uji hipotesis (uji t dan uji F)

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Deskriptif

Tabel 1.1 Uji Deskriptif Data
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Harga Saham	3792.5000	3208.69760	10
DER	1.0290	.67161	10
PER	5.3560	2.06700	10
<i>Inventory Turnover Ratio</i>	.5350	.16775	10

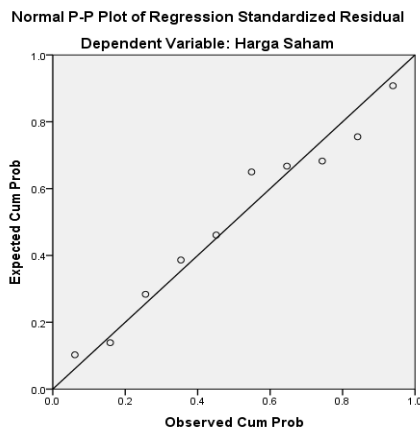
Berdasarkan tabel di atas, dari data N=10, diperoleh nilai rata-rata (*mean*) *Debt to Equity Ratio* (DER) 1.0290, *Price Earning Ratio* (PER) 5.3560, *Inventory Turnover Ratio* 0.5350 dan Harga Saham 3792.5000. Sebaran rata-rata nilai (standar deviasi) variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) 0.

67161, Price Earning Ratio (PER) 2.06700, Inventory Turnover Ratio 0.16775 dan Harga saham 3208.69760.

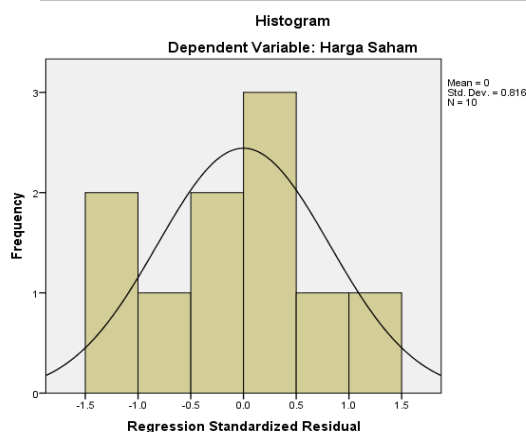
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji statistik untuk menentukan apakah suatu uji data berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan normal jika sebaran data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.



Gambar 1.2 Hasil Uji Normalitas



Gambar 1.3 Histogram Normalitas

Dari grafik normal P-P plot (Normalitas) dan grafik histogram terlihat bahwa sebaran data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti

arah garis diagonal tersebut, hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

“ Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau independent. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolinieritas (Ghozali: 2016, 103).

Tabel 1.2 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

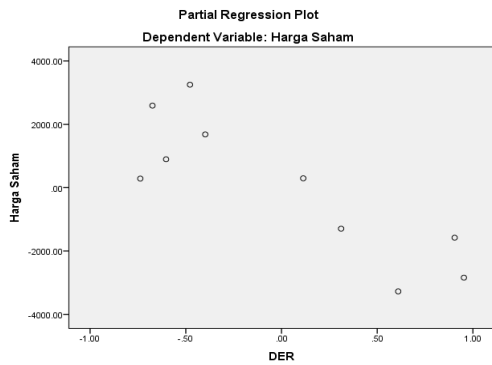
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	DER	.975 1.026
	PER	.869 1.150
	Inventory Turnover Ratio	.865 1.156

Berdasarkan data hasil pengujian menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan kedua variabel independent *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory turnover Ratio* menunjukkan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing ($1.026 < 10$), ($1.150 < 10$) dan ($1.156 < 10$) semuanya kurang dari 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10 ($0.975 > 0,10$), ($0.869 > 0,10$) dan ($0.865 > 0,10$). Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel bebas. Maka model regresi yang ada layak untuk dipakai.

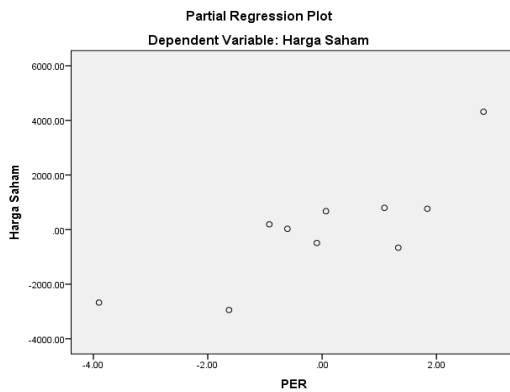
3. Uji heteroskedastisitas

Uji heterosdastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model

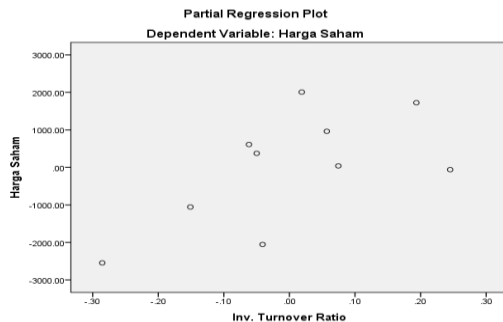
regresi terjadi keragaman varian. Pada model regresi linear berganda ini digunakan metode grafik (*scatter plot*), jika nilai rata-rata yang ditaksir secara sistematis berhubungan dan menunjukkan pola tertentu maka dapat dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut grafik scatter plot uji heteroskedastisitas.



Gambar 1. 4. Uji Heteroskedastisitas DER



Gambar 1. 5. Uji Heteroskedastisitas PER



Gambar 1.6. Uji Heteroskedastisitas Inventory Turnover Ratio

Berdasarkan hasil pengujian, di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar *scatter plot* yaitu tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah menggunakan Durbin-Watson. Model regresi yang bagus adalah tidak terjadi korelasi. Pengambilan keputusan menurut Alhusin (2003:216) adalah dengan “melihat nilai Durbin-Watson dan membandingkannya dengan tabel DW.

- a. Jika nilai $DW < dL$ atau $DW > (4-dL)$ maka disimpulkan ada autokorelasi.
- b. Jika nilai $dU < DW < (4-dU)$ maka disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.
- c. Jika nilai $dL < DW < Du$ atau $(4-dL) < DW < (4-dU)$ maka disimpulkan tidak ada kesimpulan.

Tabel 1.3 Hasil uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.932 ^a	.868	.802	1.820

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai DW yakni sebesar 1,820 dengan jumlah sampel $n = 10$ dan jumlah variabel independen $k = 3$ dengan $dL = 0,5253$ dan $dU = 2,0163$ artinya maka nilai DW 1,831 lebih kecil dari batas dU yakni 2,0163 dan kurang dari $(4-du)$ $4-2,0163 = 1,9837$ Dengan demikian model ini terbatas dari asumsi korelasi yang artinya model ini

dapat dilanjutkan dalam analisis regresi nilai berganda.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t dipergunakan untuk melihat besarnya pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) (X_1), *Price Earning Ratio* (PER) (X_2), *Inventory Turnover Ratio* (X_3) terhadap variabel harga saham secara sendiri-sendiri atau parsial.

Tabel 1.4. Hasil Uji Parsial

Variabel bebas	t _{hitung}	Sig	Ho	H1
DER	-3.956	.007	Ditolak	Diterima
PER	3.480	.013	Ditolak	Diterima
Inventory Turnover Ratio	1.990	.094	Diterima	Ditolak

Berdasarkan data di atas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan nilai nilai $t_{hitung} 3.956 > t_{tabel} 2.44691$ dan signifikan $0.007 < 0.05$.
- b) *Price to Earning Ratio* (PER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan nilai nilai $t_{hitung} 3.480 > t_{tabel} 2.44691$ dan signifikan $0.013 < 0.05$.
- c) *Inventory Turnover Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham dengan nilai nilai $t_{hitung} 1.990 < t_{tabel} 2.44691$ dan signifikan $0.094 > 0.05$.

2. Uji F (secara simultan)

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen

yaitu DER (X_1), PER (X_2) dan *Inventory Turnover Ratio* (X_3) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu Harga saham (Y).

Tabel 1.5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

F _{hitung}	F _{tabel}	Sig	Ho	H1
13,181	4,760	0,005	Ditolak	Diterima

Hasil uji simultan di atas diperoleh nilai F-hitung 13.181 > F-tabel 4,76 dan nilai signifikan kecil dari syarat signifikan $0.005 < 0,05$. Ini memberikan penjelasan bahwa variabel *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham secara bersama-sama.

Regresi Linear Berganda

Metode regresi linier berganda, yaitu metode yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Tabel 1.6. Regresi Linier berganda Pengaruh Variabel X terhadap Y

Variabel	Koefisien	t _{hitung}	Sig.
Konstanta	1132.541	-.587	.579
DER	-2836.168	-3.956	.007
PER	858.495	3.480	.013
Inventory Turnover Ratio	6066.093	1.990	.094

Dari tabel di atas, diperoleh persamaan $Y = -1132.542 - 2836.168X_1 + 858.495X_2 + 6066.093X_3$.

Interpretasi persamaan linier berganda di atas:

1. Setiap pengurangan variabel X_1 (DER) sebesar -2836.168, penambahan X_2 (PER) sebesar 858.495 dan *Inventory Turnover Ratio* 6066.093 akan menyebabkan nilai Y (harga saham) menjadi 1 dengan konstanta sebesar -1132.542.
2. Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki koefisien bertanda negatif sebesar -2836.168, hal ini berarti bahwa apabila terjadi perubahan *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka harga saham akan mengalami perubahan sebesar -2836.168 dengan arah yang berlawanan sama atau satu arah.
3. Variabel *Price Earning Ratio* (PER) memiliki koefisien bertanda positif sebesar 858.495 hal ini berarti bahwa apabila terjadi perubahan ukuran perusahaan 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka harga saham akan mengalami perubahan sebesar 858.495 dengan arah yang sama atau satu arah.
4. Variabel *Inventory Turnover Ratio* memiliki koefisien bertanda positif sebesar 6066.093 hal ini berarti bahwa apabila terjadi perubahan ukuran perusahaan 1 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka harga saham akan mengalami perubahan sebesar 6066.093 dengan arah yang sama atau satu arah.

Pengujian Koefisien Determinasi

Tabel 1.7. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Dan Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.868	.802	1.820

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0.802. Artinya bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (*Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio*) dalam meningkatkan variabel dependen (Harga Saham) sebesar 80.2%.

Pembahasan

1. Hasil uji parsial *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dengan nilai $t_{hitung} (-3.956) > t_{tabel} (-2.44691)$, dan signifikansi $(0.007) < (0,05)$.
2. Hasil uji parsial *Price Earning Ratio* (PER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dengan nilai $t_{hitung} (3.480) > t_{tabel} (2.44691)$, dan signifikansi $(0.013) < (0,05)$.
3. Hasil uji parsial *Inventory Turnover Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dengan nilai $t_{hitung} (1.990) < t_{tabel} (2.44691)$, dan signifikansi $(0.094) < (0,05)$.
4. Hasil uji simultan *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan

Inventory Turnover Ratio berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Lipo Cikarang Tbk. Dibuktikan dengan persamaan linier berganda $Y = -1132.542 - 2836.168X_1 + 858.495X_2 + 6066.093X_3$, koefisien determinasi sebesar 80,2% dan hasil uji simultan $F_{hitung} (13.181) > (4,76)$, dengan signifikansi $(0.005) < (0,05)$

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian data maka dapat disimpulkan:

1. *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (-3.956) > t_{tabel} (-2.44691)$, dan signifikansi $(0.007) < (0,05)$.
2. *Price Earning Ratio* (PER) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (3.480) > t_{tabel} (2.44691)$, dan signifikansi $(0.013) < (0,05)$.
3. *Inventory Turnover Ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada PT Lipo Cikarang Tbk, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (1.990) < t_{tabel} (2.44691)$, dan signifikansi $(0.094) < (0,05)$.
4. *Debt to Equity Ratio* (DER), *Price Earning Ratio* (PER) dan *Inventory Turnover Ratio* secara simultan berpengaruh terhadap Harga Saham pada PT Lipo Cikarang Tbk. Dibuktikan

dengan persamaan $Y = -1132.542 - 2836.168X_1 + 858.495X_2 + 6066.093X_3$, koefisien determinasi 80,2% dan hasil uji simultan $F_{hitung} (13.181) > (4,76)$, dengan signifikansi 0.005.

Saran

1. Perusahaan diharapkan terus berupaya untuk dapat lebih meningkatkan kemampuan dalam menumbuhkan kepercayaan pasar (para calon investor), salah satu upaya untuk meningkatkan kepercayaan dengan meningkatkan harga sahamnya, agar para investor bersikap optimis dan memandang bahwa perusahaan cukup potensial.
2. Para investor disarankan lebih memperhatikan kriteria keuangan perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan serta memperhatikan kondisi pergerakan harga saham dan faktor lingkungan yang mungkin berpengaruh cukup besar terhadap nilai perusahaan, karena pergerakan harga saham sangat dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan berupa laporan keuangan sebagai ukuran kinerja perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah variabel penelitian yang mempengaruhi harga saham sehingga memberikan kemungkinan lebih besar untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, contoh proksi lain yaitu *Retrun On Assets* (ROA), *total assets turn over* (TATO), *Book Value Per Share* (BVPS),

Dividen Per Share (DPS), Earning Per Share (EPS), Price Book Value (PBV).

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, Diko Fitriansyah. Sri Mangesti dkk. 2016. Pengaruh ROE, DER, TATO, Dan PER Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia. Universitas Brawijaya. Jakarta.
- Azis, M., Mintarti S., dan Nadir M. 2015. Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham. DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). Yogyakarta.
- Bagus, Reza dan Wicaksono. 2015. Pengaruh EPS, PER, DER, ROE dan MVA Terhadap Harga Saham. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Bringham dan Houston. 2010. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi) Salemba Empat. Jakarta.
- Darmaji, Tjiptono. dan Fakhrudin. 2012. Pasar Modal Di Indonesia, Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Darsono dan Ashari. 2010. Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dipa Daulatil Aslamiyah. 2017. Pengaruh Laba Bersih (Net Profit) dan Ukuran Perusahaan (Firm Size) Terhadap Harga Saham Pada PT Indomobil Sukses Internasional Tbk Periode 2007-2016. Universitas Pamulang. Tangerang Selatan.
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan ke-2. Alfabeta. Bandung.
- Fahmi, Irham. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Alfabeta. Bandung.
- Fahmi, Irham. 2014. Pengantar Manajemen Keuangan. Alfabeta. Bandung.
- Fakhrunnisa. 2018. Pengaruh Likuiditas Dan Aktivitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Basic Industry And Chemicals Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8, Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim, 2005. Analisis Laporan Keuangan, Edisi Kedua. STIE YKPN Yogyakarta.
- Handiawan, Parlan. 2018, Pengaruh Earning Per Share (EPS) dan Book Value Per Share (BVPS) Terhadap Harga Saham (Studi pada PT.Mayora Indah, Tbk Periode 2008-20017). Tangerang Selatan. Universitas Pamulang.
- Handoko, T. Hani. 2012. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. BPFE. Yogyakarta.

- Harmono. 2009. Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis). Bumi Aksara. Jakarta.
- Horne, James C. Van dan John M Wachowicz, Jr. 2009. Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Edisi 10). Salemba Empat. Jakarta.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2014. PSAK 55 (Revisi 2014) : Instrumen Keuangan : Pengakuan dan Pengukuran. IAI. Jakarta.
- Jogiyanto, H.M. 2010. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi Ketujuh. BPFE. Yogyakarta.
- Jogiyanto, H.M. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman. BPFE. Yogyakarta.
- Kamsir. 2010. Pengantar Manajemen Keuangan. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Kasmir. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Rajawali Pers. Jakarta.
- Kasmir. 2014. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. PT Raja Grafindo Perda. Jakarta.
- Martono, Nanang. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif: Analisa isi dan Analisis data sekunder. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Munawir, S. 2010. Analisis laporan Keuangan Edisi keempat. Cetakan Kelima Belas. Liberty. Yogyakarta.
- Purnomo, Sigit dan Veta Lidya Delimah Pasaribu. 2018. Pergerakan Harga Saham Pt Adaro Energy Tbk (Adro) Pada Pengumuman Dividen Interim Tahun Buku 2018. Universitas Pamulang. Tangerang Selatan.
- Sartono, Agus R. 2010. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi, Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Sartono, Agus R. 2011. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. BPFE. Yogyakarta.
- Sawgi, Muhammad. 2018. Pengaruh Perputaran Piutang Dan Debt To Assets Ratio (DAR) Terhadap Harga Saham PT. Pakuwon Jati Tbk, Periode 2010-2016. Universitas Pamulang. Tangerang Selatan.
- Septi Winarsih, Atik & Ratminto,. 2012. Manajemen Pelayanan. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Setiyawan, Indra dan Drs. Pardiman. 2014. Pengaruh Current Ratio, Inventory Turnover, Time Interest Earned Dan Return On Equity Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2009-2012. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.

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

Sulistya, Indah. Dwi Lestari dan Ni Putu Santi Suryantini. 2019. Pengaruh CR, DER, ROA, Dan PER Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Di BEI. Universitas Udayana. Bali.

Sutrisno. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Kencana. Jakarta.

Sutrisno. 2012. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. EKONISIA. Yogyakarta.

Laporan keuangan PT Lippo Cikarang Tbk dari 2009 – 2018.

<http://www.idx.co.id/>

<http://www.lippo-cikarang.com/>

<https://www.wikipedia.com>



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

**ANALISIS PENETAPAN TARIF KAMAR DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
WISMA UNIVERSITAS TERBUKA**

(Studi Kasus pada Wisma Universitas Terbuka)

Sulaiman¹; Suhria Atmana²

Podi Manajemen, Universitas Pamulang
dosen01902@unpam.ac.id; dosen01961@unpam.ac.id

Abstrak

Studi ini dilakukan untuk mengetahui berapa tingkat penghunian kamar, sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan apakah dalam penetapan tarif kamar serta kualitas pelayanan yang sudah diterapkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik teknik regresi linear berganda menggunakan aplikasi MS Excel. Hasil Analisa diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 1.360 - 0.018 X_1 + 0.705 X_2$. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penetapan tarif kamar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dengan koefisien determinasi simultan (R^2) sebesar 34,3%.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, tarif kamar.

Abstract

This study was conducted to find out the level of room occupancy, the extent to which the level of customer satisfaction and whether in determining the room rate and the quality of service that has been applied has an effect on customer satisfaction at Wisma Open University. Data collection methods used were questionnaires and interviews. Data analysis method used is descriptive analysis and statistical analysis of multiple linear regression techniques using the MS Excel application. Analysis results obtained by multiple linear regression equation $Y = 1.360 - 0.018 X_1 + 0.705 X_2$. Partial test (t test) shows that service quality has a significant effect on customer satisfaction, while room rate fixers do not significantly influence customer satisfaction. Simultaneous test (F test) showed that the determination of room rates and service quality significantly influence customer satisfaction simultaneously with a simultaneous determination coefficient (R^2) of 34.3%.

Keywords: service quality, customer satisfaction, room rates..

PENDAHULUAN

Universitas Terbuka (UT) adalah perguruan tinggi negeri di bawah Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan sistem belajar jarak jauh, UT didirikan berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 41 tahun 1984. Sebagai satuan kerja perguruan tinggi negeri, kegiatan operasional UT dibiayai dari anggaran APBN dan anggaran Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP). Sesuai dengan perkembangan kebijakan pemerintah, mulai sejak tahun 2005 perguruan tinggi negeri yang sudah memenuhi persyaratan teknis dan administratif didorong untuk menjadi Instansi Pemerintah yang menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum.

Pada tahun 2011, berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 268/KMK.05/2011, UT ditetapkan sebagai perguruan negeri yang menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PKBLU) Penuh. Dengan status PKBLU Penuh, UT dituntut untuk meningkatkan kinerja keuangan dan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas kepada mahasiswa dan stakeholders lain sehingga layanan UT menjadi lebih baik, lebih cepat, dan lebih relevan dengan tuntutan masyarakat. Disamping itu dengan status PKBLU UT diberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan. Dengan status BLU maka UT juga dituntut untuk mencari sumber dana

lainnya selain sumber dana dari jasa layanan pendidikan melalui berbagai kerjasama dan melalui unit usaha.

Dalam struktur organisasi Universitas Terbuka yang ditetapkan berdasarkan Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi nomor 16 tahun 2017 terdapat unit kerja Badan Pengelola dan Pengembangan Usaha (BPPU) yang mempunyai tugas melaksanakan pengembangan unit usaha dan mengoptimalkan perolehan sumber-sumber pendanaan universitas untuk mendukung pelaksanaan penerapan pengelolaan keuangan badan layanan umum UT. Salah satu unit usaha UT yang sudah berjalan adalah pengelolaan Wisma I, Wisma II dan Wisma III.

Berdasarkan hasil penelusuran awal diperoleh data tamu yang menginap di Wisma Universitas Terbuka tahun 2018 sebagai berikut

Tabel 1.1. Rekapitulasi Tamu Wisma Universitas Terbuka Tahun 2018

No	Bulan / Tahun	Wisma 1	Wisma 2	Wisma 3	Jumlah
1	Januari	4	162	24	190
2	Februari	46	175	111	332
3	Maret	64	245	99	408
4	April	49	116	100	265
5	Mei	44	115	73	232
6	Juni	2	20	1	23
7	Juli	60	255	175	490
8	Agustus	23	247	46	316
9	September	67	265	168	500
10	Oktober	18	181	113	312
11	November	65	360	216	641
12	Desember	17	139	69	225
	Jumlah	459	2.280	1.195	3.934

Sumber: Wisma Universitas Terbuka tahun 2018

Dari data tersebut nampak bahwa jumlah tamu yang menginap di Wisma Universitas Terbuka tahun 2018 belum maksimal jika dibandingkan dengan jumlah

kamar yang tersedia sebanyak 16 kamar di Wisma I, 46 kamar di Wisma II dan 48 kamar di Wisma III.

Sebagai unit usaha BLU di lingkungan UT yang menjadi pertanyaan adalah apakah pengelolaan Wiswa Universitas Terbuka khususnya dalam hal penetapan tarif kamar serta penyediaan produk berupa kualitas pelayanan wiswa sudah sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga memiliki daya saing yang tinggi sebagai jasa penginapan di wilayah Tangerang Selatan.

Disamping itu, pada umumnya unit bisnis yang dikelola oleh instansi di lingkungan pemerintah belum dapat memberikan sumber pendapatan yang optimal sebanding dengan sarana dan prasaranan atau aset yang telah disediakan. Maka dari itu yang menjadi pertanyaan juga dalam studi ini adalah apakah tingkat hunian Wiswa Universitas Terbuka sudah maksimal sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan Badan Layanan Umum.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan judul penelitian di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penetapan tarif kamar, kualitas pelayanan, dan kepuasan

pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.

2. Bagaimanakah pengaruh penetapan tarif kamar terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.

3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.

4. Bagaimanakah pengaruh penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wiswa Universitas Terbuka.

5. Bagaimanakah tingkat penghunian kamar Wisma Universitas Terbuka.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penetapan tarif kamar, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Wiswa Universitas Terbuka.

2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan kamar terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.

4. Untuk mengetahui pengaruh penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wiswa Universitas Terbuka.

5. Untuk mengetahui tingkat penghunian kamar Wiswa Universitas Terbuka.

Kajian Literatur

Badan Layanan Umum

Satuan kerja (satker) instansi pemerintah yang proses bisnisnya melakukan penerimaan dana dari masyarakat sebagai Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) seperti rumah sakit umum pemerintah, perguruan tinggi negeri, balai latihan kerja dan lainnya, mulai sejak tahun 2005 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Badan Layanan Umum diberikan keleluasaan untuk menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PKBLU).

Badan Layanan Umum, yang selanjutnya disebut BLU, adalah instansi di lingkungan Pemerintah yang dibentuk untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang dijual tanpa mengutamakan mencari keuntungan dan dalam melakukan kegiatannya didasarkan pada prinsip efisiensi dan produktivitas. Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum, yang selanjutnya disebut PPKBLU, adalah pola pengelolaan keuangan yang memberikan fleksibilitas berupa keleluasaan untuk menerapkan praktek-praktek bisnis yang sehat untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa, sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah ini sebagai pengecualian dan ketentuan pengelolaan keuangan negara pada umumnya (PP 23

Tahun 2005; 2). BLU bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam rangka memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa dengan memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan berdasarkan prinsip ekonomi dan produktivitas, dan penerapan praktek bisnis yang sehat (PP 23 Tahun 2005; 4).

Dengan menerapkan PPKBLU, maka perguruan tinggi negeri atau rumah sakit pemerintah, dan instansi pemerintah lainnya dapat menggunakan secara langsung pendapatan BLU untuk belanja operasional dan belanja pengembangan sesuai dengan Rencana Bisnis Anggaran tanpa harus disetor ke Kas Negara terlebih dahulu. Kemudian secara periodik minimal tiga bulan sekali pendapatan dan belanja BLU tersebut dilaporkan untuk dicatat sebagai pendapatan dan belanja negara melalui Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) setempat. Dengan menerapkan PPKBLU lembaga/instansi pemerintah dapat membentuk unit-unit usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan BLU sebagaimana diatur dalam Pasal 27 ayat (2) PP Nomor 23 Tahun 2005 "Laporan keuangan unit-unit usaha yang diselenggarakan oleh BLU dikonsolidasikan dalam laporan keuangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yaitu Laporan Keuangan BLU". Unit usaha pada satker BLU berperan untuk menambah pendapatan lainnya di luar pendapatan jasa layanan guna meningkatkan kinerja keuangan BLU.

Penentuan Harga

Dalam situasi persaingan usaha yang sangat ketat penentuan harga suatu produk barang atau jasa harus sangat cermat dan hati-hati, karena penentuan harga secara langsung akan berpengaruh terhadap kelangsungan bagi perusahaan/unit usaha. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya harga, menurut Basu Swastha Dharmmesta (2016: 7.5) “terjadinya harga tidak hanya terkait dengan kondisi internal perusahaan, tetapi juga faktor di luar perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah: (1) kondisi perekonomian, (2) penawaran dan permintaan, (3) elastisitas permintaan, (4) persaingan, (5) biaya, (6) tujuan manajer, dan (7) pengawasan pemerintah”. Sedangkan menurut Machfoedz (2005: 136) “penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga. Sedangkan faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain”.

Setiap penjual atau penyedia jasa dalam menetapkan harga mempunyai tujuan yang berlainan tergantung dari orientasi bisnisnya. Menurut Machfoedz (2005: 139) “tujuan penetapan harga meliputi (1) orientasi laba: mencapai target baru, dan meningkatkan laba; (2) orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau

mengembangkan pangsa pasar”. Kemudian menurut Tjiptono (2002) tujuan penetapan harga adalah: “1) Berorientasi laba yaitu bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi; 2) Berorientasi pada volume yaitu penetapan harga berorientasi pada volume tertentu; 3) Berorientasi pada citra (image) yaitu bahwa image perusahaan dapat dibentuk melalui harga; 4) Stabilisasi harga yaitu penetapan harga yang bertujuan untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga perusahaan dengan harga pemimpin pasar (market leader); dan 5) Tujuan lainnya yaitu menetapkan harga dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah”.

Dimensi harga menurut Mursid (2014:83-84), meliputi:

1. “*Cost oriented pricing*, adalah penetapan harga yang semata-mata untuk memperhitungkan biaya-biaya dan tidak berorientasi pada pasar, terdiri dari dua macam yaitu: (a) *Mark up pricing dan cost plus pricing* cara penetapan harga yang sama, yaitu menambahkan biaya perunit dengan laba yang diharapkan. *Mark up pricing* digunakan dikalangan pedagang pengecer sedangkan *cost plus pricing* digunakan oleh manufacturer. (b) *Target pricing*, yaitu suatu penetapan harga jual berdasarkan target *rate of return* dari biaya total yang dikeluarkan ditambah

laba yang diharapkan pada volume penjualan yang diperkirakan;

2. *Demand oriented pricing*, penentuan harga dengan mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan konsumen, terdiri dari: (a) *Perceived value pricing*, yaitu berapa nilai produk dalam pandangan konsumen terhadap yang dihasilkan perusahaan. (b) *Demand differential pricing* atau *price discrimination*, yaitu penetapan harga jual produk dua macam harga atau lebih;
3. *Competition oriented pricing*, menetapkan harga jual yang berorientasi pada pesaing, terdiri dari: (a) *Going rate pricing*, suatu penetapan harga dimana perusahaan berusaha menetapkan harga setingkat dengan rata-rata industri. (b) *Sealed bid pricing*, yaitu suatu penetapan harga didasarkan pada penawaran yang diajukan pedagang.

Untuk mengukur apakah harga yang telah ditetapkan sudah dianggap layak dapat dipertahankan atau perlu dilakukan penyesuaian maka perlu dilakukan pengukuran dengan menggunakan berbagai indikator. Indikator harga menurut Mursid (2014:83-84) adalah sebagai berikut: “1) Harga yang kompetitif yaitu harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing; 2) Kesesuaian harga dengan harga pasar yaitu kesesuaian harga dengan harga yang berlaku di wilayah pemasaran; 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk; 4) Angsuran yaitu

pembayaran yang bisa diangsur sampai jangka waktu tertentu.

Kualitas Pelayanan

Produk dapat digolongkan berdasarkan beberapa pendekatan, antara lain (1) pendekatan yang didasarkan pada dimensi kepuasan segera dan kesejahteraan konsumen jangka panjang, (2) pendekatan yang didasarkan pada tujuan pemakainya oleh si pemakai. Berdasarkan pendekatan (1), produk dapat digolongkan menjadi empat golongan seperti yang dikemukakan oleh Kotler (1978) yaitu:

- a. “Produk yang bermanfaat (*salutory product*), yaitu produk yang mempunyai daya penarik rendah tetapi dapat memberikan manfaat yang tinggi kepada konsumen dalam jangka panjang.
- b. Produk yang kurang sempurna (*deficient product*), yaitu produk yang tidak mempunyai daya penarik yang tinggi maupun kualitas yang bermanfaat.
- c. Produk yang menyenangkan (*pleasing product*), yaitu produk yang dapat segera memberikan kepuasan tetapi berakibat buruk bagi konsumen dalam jangka panjang.
- d. Produk yang sangat diperlukan (*desirable product*), yaitu produk yang dapat memberikan kepuasan dengan segera dan sangat bermanfaat dalam jangka Panjang”.

Produk berupa jasa seperti halnya jasa penginapan bertujuan untuk memberi-

kan kepuasan kepada konsumen/tamu selama konsumen tersebut berada di lingkungan penginapan (kamar maupun lingkungan sekitar kamar). Produk jasa penginapan dapat tergolong sangat diperlukan dan memberikan kepuasan dengan segera dan sangat bermanfaat dalam jangka panjang apabila memenuhi berbagai indikator kualitas pelayanan jasa penginapan yang tinggi. Kualitas pelayanan menurut James dan Mona Fitzsimmons yang dikutip oleh Sulastiyoso (1999) dijelaskan bahwa tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip pelayanan yaitu:

1. *“Reliability*, adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar jenis pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu.
2. *Responsive*, yaitu kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan pelayanan yang tepat waktu.
3. *Assurance*, adalah pengetahuan dan kesopansantunan serta kepercayaan dari para pegawai hotel.
4. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian pada individu tamu secara khusus.
5. *Tangible*, yaitu sesuai yang nampak atau yang nyata seperti penampilan pegawai dan fasilitas peralatan yang menunjang pelaksanaan pelayanan”.

Kepuasan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan konsumen/pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan,

memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap suatu produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Khotler (2000:36) definisi kepuasan adalah “perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan (hasil) dalam yang berhubungan dengan harapan si pelanggan”. Dengan demikian kepuasan pelanggan sepenuhnya bukan berarti memberikan kepada apa yang menurut kita keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka inginkan serta kapan dan bagaimana mereka inginkan. Atau secara singkat adalah memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan Setyawan dan Susila dalam Usahawan (2004:31), “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan”. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh pelayanan yang diberikan baik secara *tangible* maupun *intangibile*, dalam hal ini penilaian

dilakukan oleh pelanggan mengenai kategori jasa yang diberikan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) yaitu:

- a. "Kualitas produk. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya. Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu".

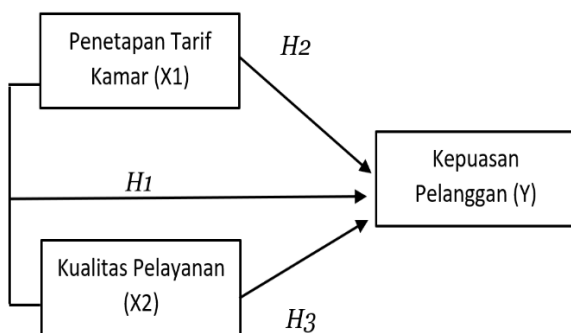
Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam bukunya Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

- a. "Kesesuaian harapan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :
 - 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa”.

Kerangka Berfikir

Sebagai dasar untuk menganalisis dan mengambil kesimpulan dalam studi ini, secara teoritis digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

Dari Gambar 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa hal tersebut merupakan kerangka pemikiran teoritis sebagai dasar dalam penelitian ini, dimana H1 diartikan sebagai pengaruh variabel Penetapan Tarif Kamar, dan Kualitas Pelayanan yang secara simultan diduga mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan. H2 diartikan sebagai pengaruh variabel Penetapan Tarif Kamar

yang secara parsial diduga mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan. H3 diartikan sebagai pengaruh variabel Kualitas Pelayanan yang secara parsial diduga mempengaruhi terhadap Kepuasan Pelanggan.

METODE

Disain Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif untuk mengetahui posisi bisnis unit usaha dalam hal ini Wisma Universitas Terbuka berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal serta penilaian terhadap setiap indikator. Sedangkan metode kuantitatif merupakan pendekatan yang menyangkut pendugaan parameter, pengujian hipotesis, pembentukan selang kepercayaan, dan hubungan antara dua sifat (peubah) atau lebih bagi parameter-parameter yang mempunyai sebaran (distribusi normal) tertentu yang diketahui. Tujuan metode kuantitatif ini adalah untuk melihat pengaruh kebijakan penetapan tarif dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wiswa Universitas Terbuka. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik teknik regresi berganda. Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan Wiswa Univeritas Terbuka.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Wisma Universitas Terbuka,

Tangerang Selatan. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non probability* sampling yakni setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel. Teknik-teknik yang termasuk ke dalam non probability ini antara lain: sampling sistematis, sampling kuota, sampling insidental, sampling purposive, sampling jenuh, dan snowball sampling. Dalam penelitian ini menggunakan sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau siapa saja yang kebetulan (insidental) bertemu dengan peneliti dalam jangka waktu tertentu yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel yang ditentukan dijadikan sampel. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap pada Wisma Universitas Terbuka kurang lebih sebanyak 55 orang yang secara kebetulan dapat dimintai keterangan mulai tanggal 17 Juni 2019 sampai dengan 5 Juli 2019.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data menggunakan 3 (tiga) metode yang saling berkaitan dan melengkapi yaitu: 1) wawancara, 2) dokumentasi dan 3) angket/kuesioner.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah “proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya

dapat diinformasikan kepada orang lain” (Bogdan dalam Sugiyono, 2013:244). Sedangkan menurut Suprayogo analisis data adalah “rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah”. Dalam penelitian menggunakan dua cara teknik analisis data yaitu analisis data deskriptif dan analisis data statistik.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Wisma

Universitas Terbuka

a. Fasilitas Wisma Universitas Terbuka.

Universitas Terbuka memiliki tiga Gedung Wisma yang dinamakan Wisma I, Wisma II dan Wisma III. Setiap Wisma UT memiliki fasilitas ruang kamar ber AC, ruang siding, mushola, Wifi-id dan Hotspot. Diluar wisma terdapat fasilitas pendukung lain seperti sport centre, UT Convention Centre (UTCC), Gazebo di tengah danau buatan, dan Gedung Serba Guna.

b. Tarif Sewa Kamar.

Tarif atau harga sewa kamar wisma Universitas Terbuka ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Terbuka Nomor: 46 tahun 2018. Penetapan tarif oleh Rektor tersebut mengacu pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 114/PMK.05/2014 tentang Tarif Layanan Badan Layanan Umum Universitas Terbuka pada Kementerian

Pendidikan dan Kebudayaan. Adapun besaran tarif sewa kamar per hari adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Tarif Layanan Wiswa Universitas Terbuka

No	Lokasi Wiswa	Jenis	Harga Sewa	Ket.
Kamar				
1	Wiswa 1	Standard 3 bed	Rp550.000 / hari	Sarapan
2	Wisma 1	Standard 4 bed	Rp700.000 / hari	Sarapan
3	Wisma 2	Deluxe 2 bed	Rp550.000 / hari	Sarapan
4	Wiswa 2	Junior Suite 1 bed	Rp100.000 / hari	Sarapan
5	Wiswa 3	Deluxe 2 bed	Rp550.000 / hari	Sarapan
6	Wiswa 3	Deluxe 1 bed	Rp600.000 / hari	Sarapan
7	Wisma 1, 2, 3	Extra bed	Rp170.000 / hari	Sarapan
Ruang Sidang				
1	Wisma 1	Lantai 2	Rp1.000.000 / 4jam	200 kursi
2	Wisma 2	Lantai dasar	Rp1.000.000 / 4jam	70 kursi
3	Wisma 3	Lantai dasar	Rp1.000.000 / 4jam	60 kursi
	Kelebihan pemakaian jam		25% / jam	
4	Wisma 1	Lantai dasar	Rp800.000 / 4jam	50 kursi
5	Wisma 2	Lantai 2	Rp800.000 / 4jam	20 kursi
6	Wisma 2	Lantai 3	Rp800.000 / 4jam	20 kursi
	Kelebihan pemakaian jam		20% / jam	

c. Tingkat Hunian

Jumlah tamu (orang/hari) yang menginap di Wisma Universitas Terbuka selama kurun waktu mulai dari bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Mei 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Tingkat Hunian Wisma Universitas Terbuka

No	Bulan / Tahun	Wisma 1	Wiswa 2	Wisma 3	Jumlah
Tahun 2018					
1	Januari	4	162	24	190
2	Februari	46	175	111	332
3	Maret	64	245	99	408
4	April	49	116	100	265
5	Mei	44	115	73	232
6	Juni	2	20	1	23
7	Juli	60	255	175	490
8	Agustus	23	247	46	316
9	September	67	265	168	500
10	Oktober	18	181	113	312

No	Bulan / Tahun	Wisma 1	Wiswa 2	Wisma 3	Jumlah
11	November	65	360	216	641
12	Desember	17	139	69	225
	Jumlah	459	2.280	1.195	3.934
Tahun 2019					
1	Januari	28	84	26	138
2	Februari	25	170	163	358
3	Maret	28	206	165	399
4	April	27	131	131	289
5	Mei	4	108	102	214
	Jumlah	112	699	587	1.398

2. Profil Responden

Profil responden adalah hasil dari survey pendapat terhadap objek melalui pengisian kuesioner/angket. Dalam penelitian ini terkumpul isian kuesioner sebanyak 55 orang responden. Responden mengisi kuesioner secara bebas tanpa diberikan diarahkan untuk kepentingan tertentu. Gambaran responden menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan usia sebagai berikut:

Tabel 1.4. Jenis Pekerjaan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persen (%)
1	Pegawai Negeri	24	44%
2	Wiraswasta	3	5%
3	Pegawai Swasta	16	29%
4	Lain-lain	12	22%
	Jumlah	55	100%

Tabel 1.5. Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persen (%)
1	SLTA	4	7%
2	Strata 1	30	55%
3	Strata 2	14	25%
4	Strata 3	6	11%
5	Lain-lain	1	2%
	Jumlah	55	100%

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas Instrumen

Uji validitas kuesioner menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dengan bantuan aplikasi MS Exel diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.6. Hasil Validasi Item Variabel Tarif Kamar

Variabel	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	1				
X1.2	0.71632	1			
X1.3	0.55	0.4722	1		
X1.4	0.06734	-0.00212	0.033	1	
Total	0.81409	0.74933	0.69474	0.49461	1

Tabel 1.7. Hasil Validasi Item Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	X2.1.1	X2.1.2	X2.1.3	X2.2.1	X2.2.2	X2.2.3	X2.3.1	X2.3.2	X2.3.3	X2.4.1	X2.4.2	X2.4.3	X2.5.1	X2.5.2	X2.5.3	Total
X2.1.1	1															
X2.1.2	0.40577	1														
X2.1.3	0.45328	0.34977	1													
X2.2.1	0.67594	0.06936	0.50122	1												
X2.2.2	0.64887	0.52746	0.54427	0.53607	1											
X2.2.3	0.60765	0.30243	0.19294	0.48825	0.54987	1										
X2.3.1	0.52632	0.09996	0.42776	0.46012	0.50827	0.52709	1									
X2.3.2	0.37721	0.08474	0.37737	0.41538	0.45293	0.48813	0.63754	1								
X2.3.3	0.30977	0.31957	0.45383	0.16928	0.43858	0.21296	0.46	0.45054	1							
X2.4.1	0.39772	0.10155	0.22174	0.60854	0.47756	0.4445	0.43845	0.46856	0.19415	1						
X2.4.2	0.36957	0.32334	0.42838	0.3594	0.44376	0.01985	0.42155	0.28327	0.51726	0.57152	1					
X2.4.3	0.52389	0.1822	0.2737	0.67299	0.52077	0.69056	0.37818	0.4261	0.19363	0.62701	0.16858	1				
X2.5.1	0.38817	0.26063	0.22697	0.32453	0.41189	0.38812	0.13354	0.3304	0.14388	0.25447	0.20066	0.28596	1			
X2.5.2	0.40066	0.32124	0.32885	0.41249	0.55313	0.50328	0.29604	0.29863	0.33127	0.28854	0.2645	0.41327	0.67208	1		
X2.5.3	0.44278	0.31765	0.24901	0.36908	0.48381	0.39867	0.2261	0.21749	0.32236	0.21849	0.27385	0.31056	0.59184	0.67398	1	
Total	0.79003	0.50919	0.59749	0.71615	0.83204	0.71718	0.64522	0.61774	0.53867	0.6319	0.5527	0.68787	0.58512	0.70612	0.63933	1

Tabel 1.8. Hasil Validasi Item Variabel Kepuasan Pelanggan

	Y1	Y2	Y3	Total
Y1	1			
Y2	0.65834	1		
Y3	0.69925	0.58964	1	
Total	0.89039	0.8617	0.87326	1

Konsultasi pada r-tabel dengan n = 55 taraf kepercayaan 95% adalah 0.266, r-hitung semua item instrumen variabel bebas maupun variabel terikat lebih besar dari r-tabel, dengan demikian maka semua item instrumen kepuasan pelanggan dapat dinyatakan valid.

b. Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas kuesioner menggunakan rumus korelasi *Sperman Brown* dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Dengan metode *split-half Spearman Brown*, diperoleh hasil koefisien korelasi berikut:

Tabel 1.9. Hasil uji reliabilitas

	Item Ganjil	Item Genap
Item Ganjil	1	
Item Genap	0.82815319	1

- 2) Dengan rumus *Sperman Brown* diperoleh R-hitung = 0.906.

Kriteria: jika hasil analisis korelasinya lebih besar atau sama dengan 0.80 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel. R-hitung = 0.906 lebih besar dari 0.80, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini bersifat Reliabel.

Analisis Data Deskriptif

1. Penilaian Indikator Variabel

Gambaran penilaian terhadap setiap indikator variabel bebas maupun variabel terikat dengan mengacu pada tabel kriteria tanggapan responden adalah sebagai berikut.

Tabel 1.10. Penilaian Variabel Penetapan Tarif Kamar (X1)

Kriteria	Jawaban Responden					Jumlah	Mean Skor	Ket
	SS	S	K	TS	STS			
X1.1	14	35	5	1	0	55	4.13	Baik
X1.2	11	36	8	0	0	55	4.05	Baik
X1.3	39	1	2	0	0	42	3.73	Baik
X1.3	29	8	3	0	0	40	3.38	Baik
Total	93	80	18	1	0	192	3.82	Baik

Tabel 1.11. Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Kriteria	Jawaban Responden					Jumlah	Mean Skor	Ket
	SS	S	K	TS	STS			
<i>Reliability</i>								
X2.1.1	15	34	4	2	0	55	4.13	B
X2.1.2	17	31	5	1	1	55	4.13	B
X2.1.3	14	39	2	0	0	55	4.22	SB
Sub	46	104	11	3	1	165	4.16	B

Kriteria	Jawaban Responden					Jumlah	Mean Skor	Ket
	SS	S	K	TS	STS			
Responsive								
X2.2.1	15	35	5	0	0	55	4.18	B
X2.2.2	12	39	3	1	0	55	4.13	B
X2.2.3	15	33	5	2	0	55	4.11	B
Sub	42	107	13	3	0	165	4.14	B
Assurance								
X2.3.1	16	37	2	0	0	55	4.25	SB
X2.3.2	12	41	2	0	0	55	4.18	B
X2.3.3	19	36	0	0	0	55	4.35	SB
Sub	47	114	4	0	0	165	4.26	SB
Emphaty								
X2.4.1	16	35	4	0	0	55	4.22	SB
X2.4.2	24	31	0	0	0	55	4.44	SB
X2.4.3	10	39	5	1	0	55	4.05	SB
Sub	50	105	9	1	0	165	4.24	SB
Tangible								
X2.5.1	15	37	2	1	0	55	4.20	SB
X2.5.2	13	39	2	1	0	55	4.16	B
X2.5.3	14	36	3	2	0	55	4.13	B
Sub	42	112	7	4	0	165	4.16	B
Total	227	542	44	11	1	825	4.19	B

Tabel 1.12. Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kriteria	Jawaban Responden					Jumlah	Mean Skor	Ket
	SS	S	K	TS	STS			
Y1	13	40	2	0	0	55	4.20	SB
Y2	16	36	3	0	0	55	4.24	SB
Y3	18	35	2	0	0	55	4.29	SB
Total	47	111	7	0	0	165	4.24	SB

Dari Tabel di atas dapat dinyatakan bahwa ditinjau dari semua indikator variabel penetapan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat dinyatakan baik dan sangat baik.

2. Tingkat Penghunian Kamar

Berdasarkan data tamu yang menginap selama tahun bulan Januari 2018 s.d. Mei

2019 dapat digambarkan tingkat penghunian kamar Wisma Universitas Terbuka sebagai berikut:

Tabel 1.13. Tingkat Penghunian Kamar Wiswa Universitas Terbuka

No	Wisma	Kapasitas (org/hari *)	Hunian (org/hari)	Tingkat Hunian (%)
Tahun 2018 (12 bulan)				
1	Wisma 1	16,896	459	2.72%
2	Wisma 2	24,288	2,280	9.39%
3	Wisma 3	25,344	1,195	4.72%
	Keseluruhan	66,528	3,934	5.91%
Tahun 2019 (6 bulan)				
1	Wisma 1	7,040	112	1.59%
2	Wisma 2	10,120	699	6.91%
3	Wisma 3	10,560	587	5.56%
	Keseluruhan	27,720	1,398	5.04%

*) Asumsi dalam satu minggu dihitung rata-rata 5 hari.

Dari tabel 1.13 di atas dapat diartikan bahwa tingkat penghunian kamar Wisma Universitas Terbuka dinilai masih sangat rendah rata-rata setiap tahun berkisar antara 5% s.d. 6%. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) merilis tingkat penghunian kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia pada Februari 2019 mencapai rata-rata 52,44 persen.

Analisis Data Statistik

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dengan menggunakan aplikasi MS Excel, *analysis tolls*, *regression* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

SUMMARY OUTPUT	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.5859305
R Square	0.3433145
Adjusted R Square	0.3180574
Standard Error	0.3762885
Observations	55

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	2	3.849284142	1.92464207	13.59278	1.7836E-05
Residual	52	7.36283707	0.14159302		
Total	54	11.21212121			
	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%
Intercept	1.359801	0.607561025	2.23813075	0.02952	0.14064062
X Variable 1	-0.017588	0.135014322	-0.1302651	0.896859	-0.2885137
X Variable 2	0.7049319	0.15372125	4.5857802	2.88E-05	0.39646761

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda Tabel 1.14 di atas maka diperoleh Fungsi Regresi $Y = 1.360 - 0.018 X_1 + 0.705 X_2$

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) secara simultan terhadap variabel terikat (dependen).

- Berdasarkan hasil analisis Anova, diperoleh F-hitung =13.592
- F-tabel dengan taraf kepercayaan 95% $DF_1 = 2$ dan $DF_2 = 52$ adalah 3.175.
- F-hitung > F-tabel, maka dapat nyatakan bahwa variabel bebas yaitu tarif kamar (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) pada Wiswa Univrsitas Terbuka.

Uji Parial (uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas yaitu penetapan tarif kamar (X_1), dan kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap varibel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.

- Berdasarkan hasil analisis regresi berganda Tabel 4.15 di atas maka diperoleh t-hitung variabel $X_1 = -0.030$ dan t-hitung variabel $X_2 = 4.586$.
- t-tabel dengan taraf kepercayaan 95% dengan DF 55-1 adalah 2.00.
- t-hitung variabel $X_1 < t$ -tabel sehingga variabel penetapan tarif kamar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap varibel kepuasan pelanggan.
- t-hitung variabel $X_2 > t$ -tabel sehingga variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (Adjusted R)

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda Tabel 4.15 diperoleh R-hitung sebesar 0.586, koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar $0.586 \times 0.586 = 0.343$. Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas yaitu penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan sebesar 34%, sedangkan sisanya (66%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam studi ini.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis data penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka, dapat simpulan sebagai berikut:

1. Skor penilaian setiap indikator variabel bebas maupun variabel terikat berkisar antara 3.382 s.d. 4.436 dengan rata-rata baik setiap variabel. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa aspek penetapan tarif sewa kamar, aspek kualitas pelayanan dan aspek kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka dapat dinyatakan sudah baik.
2. Berdasarkan analisis regresi berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 1.360 - 0.018 X_1 + 0.705 X_2$ dan diperoleh angka F-hitung sebesar 13.592. Hal ini berarti bahwa secara sumultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Wisma Universitas Terbuka.
3. Berdasarkan uji parsial (t-stat) menunjukkan bahwa variabel penetapan tarif sewa kamar tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t-hitung = -0.030), sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (t-hitung = 4.586).
4. Berdasarkan analisis koefisien determinasi variabel penetapan tarif kamar dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi 34% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 66% dipengaruhi oleh variabel lain.
5. Tingkat penghunian kamar (TPK) Wisma Universitas Terbuka dinilai masih sangat rendah berkisar 5-6%,

jauh di bawah angka rata TKP hotel bulan Februari 2019 sebesar 54,44%.

Saran

1. Indikator kesesuaian harga/tarif sewa kamar dengan kualitas produk termasuk sudah baik namun perlu ditingkatkan menjadi sangat baik, demikian juga sistem pembayaran sewa agar lebih fleksibel dengan tetap memperhatikan unsur keamanan.
2. Indikator kualitas pelayanan pemberian perhatian khusus kepada setiap tamu yang menginap dinilai sudah baik namun indikator ini termasuk yang skornya paling rendah sehingga perlu ditingkatkan.
3. Kualitas pelayanan manajemen Wiswa Universitas Terbuka sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karenanya disarankan agar tetap dipertahankan dan bahkan ditingkatkan lagi menjadi sangat baik.
4. Tingkat penghunian kamar Wiswa Universitas Terbuka masih termasuk sangat rendah, dan lokasi Wiswa Universitas Terbuka berada di dalam lingkungan kantor, disarankan agar kegiatan promosi dan kerjasama korporasi lebih ditingkatkan.
5. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang analisis faktor yang mempengaruhi tingkat penghunian kamar Wisma Universitas Terbuka dalam rangka peningkatan pendapatan BLU.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman dan Mudidin, 2011. *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia.
- Abdurahman, Maman. 2011. *Dasar-Dasar metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Agus Sulastiyono, 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Alfabeta Bandung.
- Agus Sulastiyono, Drs, M.si. 1999. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta Bandung
- Anwar, Suroyo. 2009. *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ari Prasetio, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT Bina Aksara, 1989)
- Basu Swastha Dharmmessta, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Buku Materi Pokok Universitas Terbuka, Penerbit Universitas Terbuka, Edisi 2.
- Boyd, Harper W, 2000. *Manajemen pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.
- Boyd, Harper W. dkk, (2000), *Manajemen Pemasaran – Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global* edisi 2 jilid 2, Jakarta : Erlangga
- Demetrius dan Kasmiruddin, *Pengaruh Kebijakan Penetapan Tarif Kamar Hotel Terhadap Minat Konsumen*, (Kasus Evaluasi Tingkat Hunian Kamar Hotel Mona Plaza). <https://docplayer.info/33232477>.
- Dharmmesta dan Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa, Edisi Pertama*, Yogyakarta, Andi Offset
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno, 1989. *Metodologi Research Jilid I & II*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiady, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2006)
- Jogiyanto, H.M., 2005. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*, ANDI, Yogyakarta.
- Jusniar Hutabarat, *Analisis Hubungan Antara Tarif Pelayanan dan Kualitas Layanan Serta Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Kelompok Pasien Umum di Klinik “AN” Bandung*, Universitas Komputer Indonesia, Program

- Pascasarjana, Prodi Magister Manajemen, UNPAD Bandung.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler Philip, 1995. *Manajemen Pemasaran, Implementasi, dan Pengendalian*, Penerbit Salemba Empat, Analisis, Perencanaan, Edisi Bahasa Indonesia Jakarta.
- Kotler, Philip (2004). *Marketing Management*, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane, 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Ghalia, Indonesia.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Lumintang Intan Sintya, S. L. H. V. Joyce. Lopian, Merlyn M. Karuntu, *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Gojek Online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado*, ISSN 2303-1174, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud, 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Upp AMP, Ykpn.
- Modul IPWI, 1995. *Strategi Bisnis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen*, Badan Penerbit IPWI.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Askara. Jakarta
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Nursalam (2003). *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika.
- Peraturan Pemerintah RI, Nomor 23 Tahun 2005, *Tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum*, Sekretariat Negara RI.
- Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung : Linda Karya
- Stanton, William J. (1981: 445) (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Stanton, William, J, 1996. *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh, jilid 2, cetakan keempat. Gelora Aksara Pratama.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Suroyo Anwar, 2009. *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Koesioner, dan Sosiometri*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Tjiptono, Fandy 2002, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi

Yusnani, Endang Sutrisna, *Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Jasa Umroh pada PT/ Silver Silk & Travel*, Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Riau, JOM FISIP Vol. 5: Edisi II Juli – Desember 2018.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

ANALISIS RASIO LIKUIDITAS DAN RASIO PROFITABILITAS SEBAGAI ALAT UKUR KINERJA KEUANGAN PADA PT. PELAT TIMAH NUSANTARA, TBK

Ugeng Budi Haryoko¹; M. Ulul Albab²; Angga Pratama³
Prodi Manajemen; Universitas Pamulang
ugengbudiunpam@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menilai kinerja keuangan perusahaan pada PT Pelat Timah Nusantra, Tbk. dengan menggunakan analisis rasio keuangan selama periode 2011-2017. Metode dan teknik analisis data menggunakan analisis rasio likuiditas dan profitabilitas. dimana rasio likuiditas untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sedangkan rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Ditinjau dari sudut likuiditasnya menggunakan current ratio dan quick ratio mengalami fluktuasi yang tidak terlalu signifikan, perusahaan perlu menjual persediaan untuk menutupi seluruh kewajiban lancarnya, dimana persediaan memerlukan waktu lebih lama untuk dikonversikan menjadi kas, terutama yang dijual secara kredit. Ditinjau dari sudut profitabilitasnya menggunakan net profit margin dan return on assets mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, perusahaan belum mampu dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan.penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Kinerja keuangan PT. Pelat Timah Nusantara berdasarkan likuiditas dan rasio profitabilitas dari poin di atas dapat disimpulkan dalam kondisi kurang baik terutama di tahun 2014 perusahaan mengalami masa yang sulit. Nilai masing-masing rasio profitabilitas menorehkan nilai negatif, salah satunya disebabkan pemberlakuan kebijakan penghapusan bea masuk untuk tinsplate impor, sehingga mengakibatkan banjirnya impor tinsplate dengan ragam jenis produk dan harga bersaing yang tersedia. Dengan kondisi tersebut, kinerja PT. Pelat Timah Nusantara, Tbk dari sisi harga terus mengalami penurunan.

Kata Kunci: Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas, Kinerja Keuangan

Abstract

The purpose of this study was to assess the company's financial performance at PT Pelat Timah Nusantra, Tbk. by using financial ratio analysis for the period 2011-2017. Data analysis methods and techniques use analysis of liquidity ratios and profitability. where the liquidity ratio is to know the company's ability to meet its short-term obligations, while the profitability ratio is to measure the company's ability to seek profits. In terms of liquidity using the current ratio and quick ratio, the fluctuation is not too significant, the company needs to sell inventory to cover all its current liabilities, where inventory takes more time to convert into cash, especially those sold on credit. From the point of view of profitability using net profit margins and return on assets experiencing significant fluctuations, the company has not been able to generate profits through all its capabilities and resources, which are derived from sales activities. The use of assets, and the use of capital. The financial performance of PT. Timah Nusantara Archipelago based on liquidity and profitability ratios

from the points above can be concluded in poor condition, especially in 2014, the company experienced a difficult time. The value of each profitability ratio carries a negative value, one of which is due to the adoption of the policy of eliminating import duties for imported tinplate, resulting in a flood of tinplate imports with various types of products and competitive prices available. Under these conditions, the performance of PT. Timat Nusantara Nusantara, Tbk in terms of prices continue to decline.

Keywords: *Liquidity Ratio, Profitability Ratio, Financial Performance*

PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan perekonomian sangat pesat, dimana dunia bisnis dituntut untuk berusaha mengikuti perkembangan yang terjadi. Kemajuan perekonomian di Indonesia itu disebabkan oleh meningkatnya pertumbuhan dan pendapatan nasional. Peningkatan pertumbuhan dan pendapatan ekonomi saat ini, mendorong setiap perusahaan untuk lebih mampu mengembangkan dan meningkatkan usaha mereka demi menjaga kelangsungan usahanya. Hal itu akan mendorong perusahaan harus dapat meningkatkan kinerja perusahaan demi kelangsungan usahanya. Analisis rasio merupakan bagian dari analisis keuangan. Analisis rasio adalah analisis yang dilakukan dengan menghubungkan berbagai perkiraan yang ada pada laporan keuangan dalam bentuk rasio keuangan. Analisis rasio keuangan ini dapat mengungkapkan hubungan yang penting antar perkiraan laporan keuangan dan dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. PT Pelat Timah Nusantara Tbk., atau disingkat Latinusa, merupakan perusahaan pertama di Indonesia yang memproduksi tinplate berkualitas tinggi dengan standar internasional. PT Latinusa didirikan pada

19 Agustus 1982 dengan misi memproduksi dan memenuhi kebutuhan tinplate untuk kebutuhan konsumsi bahan kemasan kaleng di pasar dalam negeri. Dengan dukungan dari pemegang saham yang berpengalaman dalam industri tinplate serta dukungan ketersediaan bahan baku, Latinusa telah berhasil berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat dengan kompetitor global di kawasan Asia. Hingga saat ini, Latinusa masih merupakan satu-satunya produsen tinplate di Indonesia yang menyediakan produk dengan kualitas tinggi, serta standar dan sertifikasi yang diakui secara internasional. Konsumen yang menggunakan produk Latinusa terdiri dari berbagai produsen ternama di sektor susu, makanan serta bahan konsumen lainnya.

Tabel 1.1. Ikhtisar Keuangan dan Saham PT. Pelat Timah Nusantara Tbk. Periode 2012-2014

Dalam ribuan US Dollar (kecuali disebutkan lain)	2014	2013	2012
LAPORAN LABA RUGI	US Dollar	US Dollar	US Dollar
Penjualan Bersih	162.916	172.461	14.155
Harga Pokok Penjualan	156.418	159.187	136.526
Laba Kotor	6.498	13.274	5.024
Laba/(Rugi) Usaha	(4.420)	3.088	(6.755)
Laba/(Rugi) Bersih	(7.144)	278	(6.469)
Jumlah Saham Beredar ('000)	2.523.350	2.523.350	2.523.350
Laba/(Rugi) Bersih per Saham (USD)	(0,0028)	0,0001	(0,0026)
Modal Kerja Bersih	9.525	14.441	13.106
Jumlah Aset	121.419	12.442	110.616
Jumlah Liabilitas	85.733	81.484	67.958
Jumlah Ekuitas	35.686	42.936	42.658
Jumlah Investasi	405	784	5.488
Marjin Laba Kotor	3,99%	7,70%	3,55%
Marjin Laba/(Rugi) Usaha	-2,71%	1,79%	-4,77%

Dalam ribuan US Dollar (kecuali disebutkan lain)	2014	2013	2012
Marjin Laba/(Rugi) Bersih	-4,39%	0,16%	-4,57%
Rasio Laba/(Rugi) Bersih terhadap Jumlah Aktiva	-5,88%	0,22%	-5,85%
Rasio Laba/(Rugi) Bersih terhadap Jumlah Ekuitas	-20,02%	0,65%	-15,16%
Rasio Lancar	111,58%	118,64%	120,81%
Rasio Liabilitas terhadap Aktiva	70,61%	65,49%	61,44%
Rasio Liabilitas terhadap Ekuitas	240,24%	189,78%	159,31%

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan 2014 PT. Pelat Timah Nusantara Tbk Data

Laporan keuangan diatas menunjukkan bahwa kinerja keuangan PT. Pelat Timah Nusantara Tbk mengalami fluktuasi, dimana nilai rasio lancar terus tumbuh sedangkan margin laba bersih pada tahun 2012 dan 2014 mencatatkan nilai negatif. Semakin rendah margin laba bersih berarti semakin rendah laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih. Hal ini dapat disebabkan karena rendahnya laba sebelum pajak penghasilan maupun beban operasional serta beban lain-lain yang terlalu besar.

Analisa terhadap kinerja dilakukan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan khususnya pada PT. Pelat Timah Timah Nusantara Tbk. Analisa ini merupakan alat bantu dalam proses penilaian keadaan keuangan serta hasil usaha suatu perusahaan. Mengingat pentingnya analisa rasio tersebut bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap posisi keuangan maupun perkembangan perusahaan yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk menulis penelitian ilmiah ini dengan

judul “Analisis Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Pada PT. Pelat Timah Nusantara, Tbk”.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat rasio likuiditas PT. Pelat Timah Nusantara Tbk. periode tahun 2013-2017
2. Untuk mengetahui tingkat Rasio Profitabilitas PT. Pelat Timah Nusantara Tbk. periode tahun 2013-2017
3. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada PT. Pelat Timah Nusantara Tbk. Selama periode 2013-2017

Kajian Literatur

Menurut Hery (2016:149) “Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut dikatakan sebagai perusahaan yang likuid”.

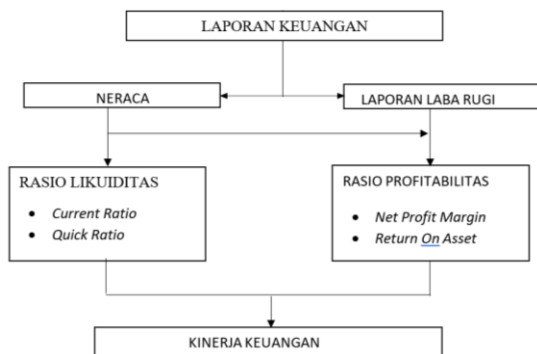
Menurut Hery (2016:192) “rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam meng-

hasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk (barang dan/atau jasa) kepada para pelanggannya.

Menurut Sucipto (2003:6) pengertian “kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba”.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah ringkasan atau gambaran dalam tujuan pustaka atas dasar teori–teori yang menjadi landasan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Semua prosedur yang akan dituangkan dalam skripsi telah peneliti tulis secara jelas dan dirangkai dalam kerangka pemikiran.



Gambar 1.1. Kerangka Berpikir

METODE

Obyek dalam penelitian PT. Pelat Timah Nusantara, Tbk dengan mengambil periode waktu perhitungan laporan keuangan dari tahun 2013-2017. Metode

penelitian yang digunakan teknik analisis data dengan menggunakan teknik analisis rasio yaitu menggambarkan suatu hubungan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain. Analisis rasio yang digunakan yaitu analisis rasio likuiditas dan profitabilitas dimana rasio likuiditas bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sedangkan rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Pengukuran terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan rasio likuiditas dan profitabilitas.

HASIL dan PEMBAHASAN

Sebelum membahas analisis rasio likuiditas dan rasio profitabilitas maka diperlukan laporan keuangan berupa Neraca dan Laporan Laba Rugi yang digunakan untuk menghitung rasio likuiditas dan rasio profitabilitas. Berikut ini penulis sajikan Neraca dan Laporan Laba Rugi PT. Pelat Timah Nusantara Tbk tahun 2013-2017 sebagai berikut :

Tabel 1.2. Neraca PT Pelat Timah Nusantara Tbk Tahun 2013-2017 (Disajikan dalam Dolar AS)

	2013	2014	2015	2016	2017
(Dalam ribuan dolar AS)					
ASET					
ASET LANCAR					
Kas dan setara kas	8,477	5,146	8,578,328	21,113,619	14,502,848
Piutang usaha	38,348	42,624	38,384,407	38,150,797	49,639,230
Piutang lain-lain					
Pihak ketiga	159	391	113,789	71,150	61,022
Pihak berelasi	4	4	3,472	4,790	1,703
Persediaan - bersih	44,198	42,931	30,636,558	27,771,729	30,047,808
Pajak dibayar dimuka	-	-	-	197,050	61,097
Uang muka dan biaya dibayar dimuka	720	687	589,587	442,294	326,305
Jumlah Aset Lancar	91,906	91,783	78,305,871	87,751,429	94,640,013

	2013	2014	2015	2016	2017
ASET TIDAK LANCAR					
Penyertaan saham	128	128	127,660	127,660	127,660
Pajak penghasilan yang dapat dikembalikan	5,897	5,639	5,324,246	4,282,124	4,577,180
Aset pajak tangguhan - bersih	2,126	1,814	1,024,726	1,139,994	1,042,407
Aset tetap	23,992	21,369	28,388,891	25,962,279	25,517,665
Uang jaminan	55	55	55,495	69,242	69,242
Piutang kepada karyawan	183	135	32,683	39,907	39,842
Aset lain-lain	133	496	460,992	295,157	108,832
Jumlah Aset Tidak Lancar	32,514	29,636	35,414,693	31,916,363	31,482,828
Jumlah Aset	124,420	121,419	113,720,564	119,667,792	126,122,841
LIABILITAS DAN EKUITAS					
LIABILITAS JANGKA PENDEK					
Utang bank jangka pendek	40,424	54,834	48,755,554	47,829,748	53,950,000
Utang usaha					
Pihak ketiga	27,608	21,755	15,644,342	19,285,466	19,194,298
Pihak berelasi	6,940	3,830	5,141,664	5,473,544	5,065,172
Utang lain-lain					
Pihak ketiga	1,614	673	464,915	614,830	375,620
Pihak berelasi	38	41	38,024	19,502	27,866
Utang pajak	74	429	383,675	82,617	93,591
Beban akrual	702	578	590,073	877,122	711,824
Provisi jangka pendek	65	118	561,066	805,624	600,015
Jumlah Liabilitas Jangka Pendek	77,465	82,258	71,579,533	74,988,663	80,018,386
LIABILITAS JANGKA PANJANG					
Liabilitas imbalan kerja jangka panjang	4,019	3,475	4,671,668	4,571,743	4,457,658
Jumlah Liabilitas	81,484	85,733	76,251,201	79,660,396	84,476,044
EKUITAS					
Modal saham	26,844	26,844	26,844,149	26,844,149	26,844,149
Tambahan modal disetor	11,414	11,414	11,413,745	11,413,745	11,413,745
Modal lain-lain - opsi saham	185	185	185,745	185,745	185,745
Surplus revaluasi	-	-	9,281,530	9,404,373	9,404,373
Akumulasi rugi	4,493	(2,757)	(10,255,806)	(7,840,616)	96,201,215
Jumlah Ekuitas	42,936	35,686	37,409,363	40,007,396	41,646,797
Jumlah Liabilitas Dan Ekuitas	124,420	121,419	113,720,564	119,667,792	126,122,841

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan 2013 sampai 2017

Tabel 1.3. Laporan Laba Rugi Tahun 2013 - 2017
(Disajikan dalam Dolar AS dan ribuan Dolar AS di tahun 2013, kecuali dinyatakan lain)

	2013	2014	2015	2016	2017
Penjualan Neto	172,461	162,916	137,363,590	131,664,283	151,792,945
Beban Pokok Penjualan	(159,187)	(156,418)	(132,218,575)	(120,652,578)	(141,573,455)
Labanya Bruto	13,274	6,496	5,145,015	11,011,705	10,219,490
Beban administratif	(6,943)	(7,651)	(5,220,411)	(6,275,301)	(4,699,626)
Beban penjualan dan distribusi	(3,243)	(3,267)	(3,386,288)	(3,112,142)	(3,314,886)
Pendapatan lain-lain	1,043	853	761,842	725,566	521,519
Pendapatan keuangan	227	145	113,992	625,991	365,733
(Rugi) Penjualan scrap	(97)	(237)	(499,318)	406,675	345,495
Beban lain-lain	(183)	(82)	(123,222)	(251,778)	(10,970)
Labanya (rugi) selisih kurs, neto	(2,899)	(1,848)	(235,859)	418,593	(121,510)
Biaya Keuangan	(676)	(1,243)	(1,281,586)	(1,110,555)	(1,864,131)
Labanya (Rugi) Sebelum Pajak	503	(6,832)	(4,725,835)	2,438,754	1,441,114
Manfaat (Beban) Pajak	(225)	(312)	(1,284,660)	80,560	(81,943)
Labanya (Rugi) Bersih Tahun Berjalan	278	(7,144)	(6,010,495)	2,519,314	1,359,171
Penghasilan Komprehensif Lain					

	2013	2014	2015	2016	2017
Pos-pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:					
Pengukuran kembali atas kewajiban imbalan pasti - setelah pajak	-	-	75,998	(104,124)	46,931
Surplus revaluasi tanah	-	-	9,281,530	122,843	233,299
Jumlah Penghasilan Komprehensif Lain	-	-	9,357,528	18,719	280,230
Jumlah Laba Komprehensif Tahun Berjalan	278	(7,144)	3,347,033	2,538,033	1,639,401
Dasar	0.0001	(0.0028)	(0.0024)	0.0009	0.0005

Sumber : Laporan Keuangan Tahunan 2013- 2017

Agar mendapatkan gambaran kondisi keuangan perusahaan PT. Pelat Timah Nusantara Tbk perlu dilakukan perhitungan dan analisis terlebih dahulu untuk rasio likuiditas dan rasio profitabilitas. Dimana hasil analisis ini bertujuan untuk mengukur kinerja keuangan PT. Pelat Timah Nusantara Tbk.

Analisis Rasio Likuiditas

a. Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Menurut Hery (2016:152) "rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar. Oleh sebab itu, rasio lancar dihitung sebagai hasil bagi antara total aset lancar dengan total kewajiban lancar. Berikut rumus untuk menghitung rasio lancar (*current ratio*):

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Tabel 1.4. Rasio Lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk Tahun 2013-2017 (Dalam Dolar AS dan ribuan Dolar AS)

Tahun	Aset Lancar	Kewajiban Lancar	Rasio Lancar	Persen tase
2013	91.906	77.465	1,19	118,64%
2014	91.783	82.258	1,12	111,58%
2015	78.305.871	71.579.533	1,09	109,40%
2016	87.751.429	74.988.663	1,17	117,02%
2017	94.640.013	80.018.386	1,18	118,27%

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan perhitungan rasio lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk dari tahun 2013-2017 didapatkan hasil fluktuatif yang artinya terdapat kenaikan dan penurunan pada tahun 2013 rasio lancar sebesar 118,64%, hal ini berarti perusahaan memiliki aset lancar 1,19 kali dari total kewajiban lancar (1,19:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,19 aset lancar.

Pada tahun 2014 rasio lancar sebesar 111,58%, hal ini berarti perusahaan memiliki aset lancar 1,12 kali dari total kewajiban lancar (1,12:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,12 aset lancar.

Pada tahun 2015 rasio lancar sebesar 109,40%, hal ini berarti perusahaan memiliki aset lancar 1,09 kali dari total kewajiban lancar (1,09:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,09 aset lancar.

Pada tahun 2016 rasio lancar sebesar 117,02%, hal ini berarti perusahaan memiliki aset lancar 1,17 kali dari total kewajiban lancar (1,17:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,17 aset lancar.

Pada tahun 2017 rasio lancar sebesar

118,27%, hal ini berarti perusahaan memiliki aset lancar 1,18 kali dari total kewajiban lancar (1,18:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp 1 kewajiban lancar dijamin oleh Rp 1,18 aset lancar.

b. Rasio Sangat Lancar (*Quick Ratio*)

Menurut Munawir (2016:74) "*quick ratio* yaitu perbandingan antara (aktiva lancar-persediaan) dengan hutang lancar. Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya dengan tidak memperhitungkan persediaan, karena persediaan memerlukan waktu yang relatif lama untuk direalisasi sebagai uang kas, walaupun kenyataannya mungkin persediaan lebih likuid dari pada piutang".

Berikut rumus untuk menghitung rasio sangat lancar (*quick ratio*) :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Tabel 1.5 Rasio Sangat Lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk Thn 2013-2017 (Dalam Dolar AS dan ribuan Dolar AS)

Tahun	Aset Lancar	Persediaan	Kewajiban Lancar	Quick Ratio	Persen tase
2013	91.906	44.198	77.465	0,62	61,59%
2014	91.783	42.931	82.258	0,59	59,39%
2015	78.305.871	30.636.558	71.579.533	0,67	66,60%
2016	87.751.429	27.771.729	74.988.663	0,80	79,99%
2017	94.640.013	30.047.808	80.018.386	0,81	80,72%

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan perhitungan rasio sangat lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk dari tahun 2013 – 2017 didapatkan hasil fluktuatif yang artinya terdapat kenaikan dan penurunan.

Pada tahun 2013 rasio sangat lancar

sebesar 61,59%, hal ini berarti perusahaan hanya memiliki aset sangat lancar sebanyak 0,62 kali dari total kewajiban lancar (0,62:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp. 1 kewajiban lancar hanya dijamin oleh Rp. 0,62 aset sangat lancar.

Pada tahun 2014 rasio sangat lancar sebesar 59,39%, hal ini berarti perusahaan hanya memiliki aset sangat lancar sebanyak 0,59 kali dari total kewajiban lancar (0,59:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp. 1 kewajiban lancar hanya dijamin oleh Rp. 0,59 aset sangat lancar.

Pada tahun 2015 rasio sangat lancar sebesar 66,60%, hal ini berarti perusahaan hanya memiliki aset sangat lancar sebanyak 0,67 kali dari total kewajiban lancar (0,67:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp. 1 kewajiban lancar hanya dijamin oleh Rp. 0,67 aset sangat lancar.

Pada tahun 2016 rasio sangat lancar sebesar 79,99%, hal ini berarti perusahaan hanya memiliki aset sangat lancar sebanyak 0,80 kali dari total kewajiban lancar (0,80:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp. 1 kewajiban lancar hanya dijamin oleh Rp. 0,80 aset sangat lancar.

Pada tahun 2017 rasio sangat lancar sebesar 80,72%, hal ini berarti perusahaan hanya memiliki aset sangat lancar sebanyak 0,81 kali dari total kewajiban lancar (0,81:1), atau dengan kata lain bahwa setiap Rp. 1 kewajiban lancar hanya dijamin oleh Rp. 0,81 aset sangat lancar.

Analisis Rasio Profitabilitas

a. Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Menurut Hery (2016:198) “margin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Laba bersih sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan”. Yang dimaksud dengan laba sebelum pajak penghasilan di sini adalah laba operasional ditambah pendapatan dan keuntungan lain- lain, lalu dikurangi dengan beban dan kerugian lain-lain.

Rumus untuk menghitung margin laba bersih :

$$\text{Margin Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

**Tabel 1.6 Margin Laba Bersih
PT. Pelat Timah Nusantara Tbk Th 2013-2017
(Dalam Dolar AS dan ribuan Dolar AS)**

Tahun	Laba Bersih	Penjualan Bersih	Margin Laba Bersih
2013	278	172.461	0,16%
2014	(7.144)	162.916	-4,39%
2015	3.347.033	137.363.590	2,44%
2016	2.538.033	131.664.283	1,93%
2017	1.639.401	151.792.945	1,08%

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan perhitungan margin laba bersih PT. Pelat Timah Nusantara Tbk dari tahun 2013- 2017 didapatkan hasil fluktuatif dimana terdapat perolehan nilai positif dan negatif di periode tertentu.

Pada tahun 2013 margin laba bersih sebesar 0,16%, artinya, besarnya laba bersih adalah 0,16% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp. 1 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp. 0,0016 laba bersih.

Pada tahun 2014 marjin laba bersih sebesar -4,39%, artinya, besarnya laba bersih adalah -4,39% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp. 1 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp. - 0,044 laba bersih.

Pada tahun 2015 marjin laba bersih sebesar 2,44%, artinya, besarnya laba bersih adalah 2,44% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp. 1 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp. 0,024 laba bersih.

Pada tahun 2016 marjin laba bersih sebesar 1,93%, artinya, besarnya laba bersih adalah 1,93% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp. 1 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp. 0,019 laba bersih.

Pada tahun 2017 marjin laba bersih sebesar 1,08%, artinya, besarnya laba bersih adalah 1,08% dari total penjualan bersih. Dengan kata lain, setiap Rp. 1 penjualan bersih turut berkontribusi menciptakan Rp. 0,011 laba bersih.

b. Hasil Pengembalian atas Aset (Return on Assets)

Menurut Hery (2016:193) “hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih

terhadap total aset”.

Rumus untuk menghitung *return on assets* :

$$Return\ on\ assets = \frac{Laba\ bersih}{Total\ aset}$$

Tabel 1.7. Hasil Pengembalian atas Assets PT. Pelat Timah Nusantara Tbk Tahun 2013-2017 (Dalam Dolar AS dan ribuan Dolar AS)

Tahun	Laba Bersih	Total Aset	Marjin Laba Bersih
2013	278	124.420	0,22%
2014	(7.144)	121.419	-5,88%
2015	3.347.033	113.720.564	2,94%
2016	2.538.033	119.667.792	2,12%
2017	1.639.401	126.122.841	1,30%

Sumber : Data yang diolah

Berdasarkan perhitungan hasil pengembalian atas aset PT. Pelat Timah Nusantara Tbk dari tahun 2013-2017 didapatkan hasil fluktuatif dimana terdapat perolehan nilai positif dan negatif di periode tertentu. Pada tahun 2013 hasil pengembalian atas aset sebesar 0,22%, artinya setiap Rp. 1 total aset turut berkontribusi menciptakan Rp 0,022 laba bersih.

Pada tahun 2014 hasil pengembalian atas aset sebesar -5,88%, artinya setiap Rp. 1 total aset turut berkontribusi menciptakan Rp -0,059 laba bersih.

Pada tahun 2015 hasil pengembalian atas aset sebesar 2,94%, artinya setiap Rp. 1 total aset turut berkontribusi menciptakan Rp 0,029 laba bersih.

Pada tahun 2016 hasil pengembalian atas aset sebesar 2,12%, artinya setiap Rp. 1 total aset turut berkontribusi menciptakan Rp 0,021 laba bersih.

Pada tahun 2017 hasil pengembalian atas aset sebesar 1,30%, artinya setiap Rp. 1

total aset turut berkontribusi menciptakan Rp 0,013 laba bersih.

Hasil Analisa Tingkat Kinerja Keuangan

Untuk mengukur kinerja keuangan atau tingkat kesehatan keuangan perusahaan PT. Pelat Timah Nusantara Tbk, penulis akan membandingkan hasil perhitungan rasio likuiditas dan rasio profitabilitas dengan standar rata industri yang telah ditetapkan.

Tabel 1.8. Standar Kinerja Keuangan Rata-rata Industri

Jenis rasio	Standar industri
Rasio lancar	2 kali
Rasio sangat lancar	1,5 kali
Marjin laba bersih	20%
Hasil pengembalian atas aset	20%

Sumber : Kasmir (2008:136), Hery (2016:194)

Tabel 1.9. Hasil analisis rasio lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk

Tahun	Rasio lancar	Penilaian
2013	1,2	Kurang baik
2014	1,1	Kurang baik
2015	1,1	Kurang baik
2016	1,2	Kurang baik
2017	1,2	Kurang baik
Rata-rata	1,1	Kurang baik

Sumber : Data yang diolah

Dari hasil pengukuran rasio lancar, rasio lancar mengalami fluktuasi yang tidak terlalu signifikan, dimana nilai rasio lancar hanya sedikit lebih besar dibandingkan kewajiban lancarnya dan cukup rendah dibanding standar industri, apabila rasio lancar rendah, dapat dikatakan bahwa perusahaan kurang modal untuk membayar utang. Hal ini dapat saja terjadi karena kas tidak digunakan sebaik

mungkin.

Tabel 1.10 Rasio sangat lancar PT. Pelat Timah Nusantara Tbk

Tahun	Rasio sangat lancar	Penilaian
2013	0,62	Kurang baik
2014	0,59	Kurang baik
2015	0,67	Kurang baik
2016	0,80	Kurang baik
2017	0,81	Kurang baik
Rata-rata	0,70	Kurang baik

Sumber : Data yang diolah

Dari hasil pengukuran rasio sangat lancar, rasio sangat lancar mengalami fluktuasi yang cenderung mengalami kenaikan di setiap periodenya, namun nilai yang diperoleh belum mencapai standar industri, kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjual sediaan bila hendak melunasi kewajiban lancar.

Tabel 1.11 Marjin laba bersih PT. Pelat Timah Nusantara Tbk

Tahun	Marjin Laba Bersih	Penilaian
2013	0,16%	Buruk
2014	-4,39%	Buruk
2015	2,44%	Kurang baik
2016	1,93%	Kurang baik
2017	1,08%	Kurang baik
Rata-rata	0,24%	Kurang baik

Sumber : Data yang diolah

Dari hasil pengukuran di atas, marjin laba bersih mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, bahkan di periode 2014 menorehkan nilai negatif yang artinya perusahaan tidak memperoleh laba bersih dari total penjualan bersih pada periode tersebut, serta nilai di periode yang lain juga sangat tidak baik dan berada dibawah

rata-rata industri, dalam hal ini penting bagi perusahaan untuk melakukan efisiensi atas beban operasional serta beban lain-lain yang cukup besar.

Tabel 1.12. Hasil Pengembalian atas Aset PT. Pelat Timah Nusantara Tbk

Tahun	Hasil pengembalian atas aset	Penilaian
2013	0,22%	Buruk
2014	-5,88%	Buruk
2015	2,94%	Kurang baik
2016	2,12%	Kurang baik
2017	1,30%	Kurang baik
Rata-rata	0,14%	Buruk

Sumber : Data yang diolah

Dari hasil pengukuran di atas, hasil pengembalian atas aset mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, bahkan di periode 2014 menorehkan nilai negatif yang artinya total aset di periode tersebut sama sekali tidak berkontribusi menghasilkan laba bersih bagi perusahaan, serta nilai rata-rata maupun di periode lain juga sangat tidak baik dan berada dibawah rata-rata industri, hal ini dapat disebabkan karena aktivitas penjualan yang belum optimal, banyaknya aset yang tidak produktif, belum dimanfaatkannya total aset secara maksimal untuk menciptakan penjualan, dan atau besarnya beban operasional serta beban lain-lain.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beberapa rasio keuangan yang telah dilakukan pada PT. Pelat Timah Nusantara Tbk dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bila ditinjau dari sudut likuiditasnya, diukur menggunakan *current ratio* dan *quick ratio* mengalami fluktuasi yang tidak terlalu signifikan, nilai rata-rata *current ratio* selama 5 tahun yaitu periode 2013 sampai 2017 sebesar 115% atau 1,1 kali. Walaupun dikatakan cukup mampu memenuhi hutang lancarnya, namun perusahaan belum dapat dikatakan berada dalam posisi aman untuk jangka pendek. Sedangkan nilai rata-rata *quick ratio* selama 5 tahun yaitu periode 2013 sampai 2017 sebesar 67% atau 0,7 kali. Posisi total kewajiban lancar hanya dapat ditutupi sebesar 67% oleh aset sangat lancar, dengan kata lain perusahaan perlu menjual persediaan untuk menutupi seluruh kewajiban lancarnya, dimana persediaan memerlukan waktu lebih lama untuk dikonversikan menjadi kas, terutama yang dijual secara kredit.
2. Bila ditinjau dari sudut profitabilitasnya, diukur menggunakan *net profit margin* dan *return on assets* mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, tahun 2014 merupakan periode yang berat bagi perusahaan, dimana masing-masing rasio menorehkan nilai negatif. Dengan kata lain perusahaan belum mampu dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan.penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Rata-rata secara keseluruhan *net profit margin*

adalah sebesar 0,24% dapat disimpulkan bahwa kontribusi penjualan bersih terhadap laba bersih cenderung kurang baik dikarenakan sangat rendahnya laba bersih yang dihasilkan dari total laba bersih. Sedangkan rata-rata secara keseluruhan *return on assets* adalah sebesar 0,14% dapat disimpulkan bahwa kontribusi total aset terhadap laba bersih cenderung kurang baik dikarenakan sangat rendahnya laba bersih yang dihasilkan dari total aset.

3. Kinerja keuangan PT. Pelat Timah Nusantara berdasarkan likuiditas dan rasio profitabilitas dari poin di atas dapat disimpulkan dalam kondisi kurang baik terutama di tahun 2014 perusahaan mengalami masa yang sulit dimana nilai masing-masing rasio profitabilitas menorehkan nilai negatif, yang salah satunya disebabkan pemberlakuan kebijakan penghapusan bea masuk untuk *tinplate* impor dalam beberapa tahun selang, sehingga mengakibatkan banjirnya impor *tinplate* dengan ragam jenis produk dan harga bersaing yang tersedia. Dengan kondisi tersebut, kinerja PT. Pelat Timah Nusantara, Tbk dari sisi harga dibandingkan produsen importir terus mengalami penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

Ana fatika, “Analisa Likuiditas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan”, 2011.

Wahyu, “Analisa Likuiditas Dan Rentabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan”, 2010.

Annual report-pt adhi karya-laporan keuangan-tahunan

Lusi Pancawati, “Analisis Likuiditas Dan Rentabilitas Ekonomi Untuk Mengukur Kinerja Keuangan PT Jaya Real Property Tbk”, Skripsi, Tangerang Selatan, 2017.

Jamilatul Usna, “Analisis Rasio Likuiditas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan PT Mitra Adi Perkasa Tbk”, Skripsi, Tangerang Selatan, 2016.

Fahmi, Irham, “Analisis Kinerja Keuangan” Cetakan Ketiga Oktober 2014, CV. Alfabeta, Bandung, 2014.

Fahmi, Irham, “Analisis Laporan Keuangan” Cetakan Kelima Desember 2015, CV, Alfabeta, Bandung, 2015.

Home, James. C Van dan John Wachowicz, Jr. ; penerjemah, Quratul’ain Mubarakah, “Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan” Salemba Empat, Jakarta, 2012.

Kasmir, “Analisis Laporan Keuangan”, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2012.

Munawir, “Analisa Laporan Keuangan”, Liberty, Yogyakarta, 2014.

Riyanto, Bambang, “Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan” Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta, 2011.

Wahyudiono, Bambang, “Mudah Membaca Laporan Keuangan”, Raih Asa

- Sukses (Penebar Swadaya Grup), Jakarta, 2014.
- Fahmi, Irham, “Pengantar Manajemen Keuangan”, Cetakan V, ALFABETA CV, Bandung, 2016.
- Harjito, Agus dan Martono, “Manajemen Keuangan”, Cetakan Kedelapan, Ekonisia, Yogyakarta, 2010.
- Kasmir, “Analisis Laporan Keuangan”, Cetakan VIII, RAJA GRAFINDO PERSADA PT, Jakarta, 2015.
- Kasmir, “Pengantar Manajemen Keuangan”, Cetakan V, PRENADAMEDIA GROUP, Jakarta, 2016.
- Munawir, “Analisis Laporan Keuangan”, Cetakan XV, Liberty, Yogyakarta, 2013.
- Munawir, S, “Analisa Laporan Keuangan, Cetakan XV, Liberty, Yogyakarta, 2010.
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, Cetakan XIII, Alfabeta, Bandung, 2011.
- Hery, “Analisis Laporan Keuangan-Integrated and Comprehensive Edition”, PT. Grasindo, Jakarta, 2016.
- Hery, “Analisis Laporan Keuangan”, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2012.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SARANA MULTIGRIYA LESTARI

Mutmainnah

Fakultas Ekonomi ; Universitas Pamulang
dosen01720@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari. Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian berjumlah 523 responden dan sampel berjumlah 84 responden menggunakan teknik random sampling. Metode analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi product moment, uji koefisien determinasi, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dibuktikan dengan persamaan regresi $Y = 5,388 + 0,224 + 0,675X_2 + e$, koefisien Determinasi $R^2 = 0,655$ nilai f hitung $76,886 > f$ tabel $3,11$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to determine the partial and simultaneous influence between Price and Promotion of Purchasing Decisions at PT Sarana Multigriya Lestari. This research method is quantitative descriptive research. The study population amounted to 523 respondents and a sample of 84 respondents using random sampling techniques. The data analysis method uses validity test, reliability test, product moment correlation coefficient test, coefficient of determination test, autocorrelation test, heterokedasticity test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The research results partially did not affect the purchase decision and promotion significantly influence the purchase decision. Simultaneously, Price and Promotion have a significant effect on Purchasing Decisions, as evidenced by the regression equation $Y = 5.388 + 0.224 + 0.675X_2 + e$, Determination coefficient $R^2 = 0.655$ calculated f value $76.886 > f$ table 3.11 with a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords : *Price, Promotion and Purchasing Decisions*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

PT Sarana Multigriya Lestari (SML) merupakan sebuah perusahaan yang menjual barang-barang baja ringan dengan

menawarkan barang yang berbeda dibandingkan perusahaan lainnya. Pada perusahaan lainnya, umumnya menawarkan kualitas yang kurang baik. Namun pada PT SML justru memiliki kualitas barang yang baik, hal tersebut dikarenakan pada PT SML memiliki barang yang kuat dan tahan lama.

Tabel 1.1. Daftar Perbandingan Harga PT Sarana Multigriya Lestari dan PT KUS

No	Nama Barang	Harga PT SML	Harga PT KUS
1	Hollow galvanis	16.500	18.500
2	Spandek pasir merah	63.000	60.000
3	Gypsum e-board	46.500	43.000
4	Baut gypsum	80.000	85.000
5	Baja sarana	69.000	65.000
6	Channal	69.000	63.000
7	Baut baja	150.000	160.000
8	Besi beton	59.000	70.000
9	Baja	95.000	80.000

Sumber : PT Sarana Multigriya Lestari dan PT Karya Utama Sembada 2018

Dari tabel di atas dapat diuraikan bahwa harga yang terdapat di PT Sarana Multigriya Lestari (PT SML) dan PT Karya Utama Sembada (PT KUS) mengalami perbandingan yang relatif sedikit. Pada PT SML harga yang ditawarkan pada daftar harga barang baja relatif lebih tinggi dibanding dengan PT KUS, sedangkan pada harga baut relatif lebih rendah dibandingkan dengan PT KUS. Kebijakan dalam penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan masih belum optimal, karena dengan kebijakan yang telah diberikan oleh perusahaan masih belum bisa bersaing, kebijakan yang telah diambil oleh perusahaan masih belum bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan kata lain konsumen masih belum terpuaskan

dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan.

Tabel 1.2. Tabel Penjualan Tahun 2018 PT Sarana Multigriya Lestari

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp. 94.641.300,-
2	Februari	Rp. 137.104.000,-
3	Maret	Rp. 83.513.500,-
4	April	Rp. 170.273.580,-
5	Mei	Rp. 230.667.700,-
6	Juni	Rp. 265.545.500,-
7	Juli	Rp. 240.832.300,-
8	Agustus	Rp. 189.680.500,-
9	September	Rp. 170.458.200,-
10	Oktober	Rp. 210.534.600,-
11	November	Rp. 227.863.000,-
12	Desember	Rp. 167.768.600,-

Sumber : Laporan Penjualan PT Sarana Multigriya Lestari tahun 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pendapatan penjualan PT Sarana Multigriya Lestari mengalami pertumbuhan yang tidak menentu, pada bulan Februari terjadi peningkatan jumlah penjualan sebesar Rp. 42.462.700, namun pada maret mengalami penurunan sebesar Rp. 53.590.500, terjadi peningkatan pada bulan april sebesar Rp. 86.760.080, dan terjadi peningkatan pada bulan mei sebesar Rp.60.394.120 dan berikutnya. hal itu membuat perusahaan harus lebih memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian salah satunya adalah harga. Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat menyesuaikan harga terhadap kompetitor agar dapat bersaing dan meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sarana Multigriya Lestari”**.

Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini:

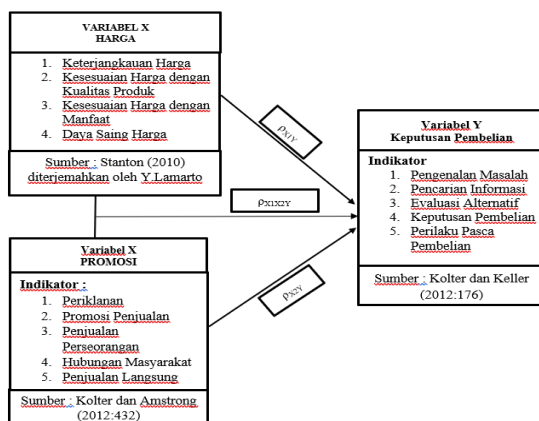
1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari ?
3. Bagaimana pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari?

Tujuan Penelitian

Secara eksplisit tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari
2. Untuk mengetahui promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari

Kerangka Berfikir



Gambar 1.1. Kerangka Berfikir

Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan

pembelian PT Sarana Multigriya Lestari.

H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian PT Sarana Multigriya Lestari.

H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian PT Sarana Multigriya Lestari.

Kajian Literatur

Harga

Menurut Kolter dan Keller (2009:67) “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu”. Sedangkan menurut Alma (2013:169) “harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang”. Dari kedua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, dan harga bisa berbeda-beda tergantung dari produk atau jasa yang dijual.

Promosi

Menurut Lupiyoadi (2014:178) “kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan-

nya". Promosi merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan barang dan jasa yang ditawarkan guna menarik konsumen untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut.

Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi (2010:331) mendefinisikan "suatu keputusan yaitu melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda". Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan, maka ia harus memilih pilihan alternatif. Jika konsumen tidak memilih pilihan alternatif, maka hal tersebut bukan merupakan situasi konsumen melakukan keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157), "*Consumer buyer behaviour refers to the buying behaviour of final consumer- individuals and households that buy goods and services for personal consumption*", dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

METODE

Ruang Lingkup Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Lokasi penelitian ini beralamat KP Ranca Gede RT 006/001, Kelurahan Munjul Kecamatan Solear Kabupaten Tangerang Banten Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Sarana Multigriya Lestari (SMGL) dan pengambilan data dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2019.

3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah Menurut Sugiyono (2016:2) "metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu". Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:35) mendefinisikan "metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas". Menurut Sugiyono (2016:7) mendefinisikan "metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Populasi

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan PT Sarana Multigriya Lestari (SML) berdasarkan sumber data transaksi penjualan pada bulan Januari 2018 sampai dengan bulan Desember 2018 sebanyak 523 Konsumen.

Tabel 1.3 Populasi Penelitian

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	27
Februari	30
Maret	31
April	47
Mei	64
Juni	66
Juli	57
Agustus	39
September	37
Oktober	42
November	46
Desember	37

Sumber : Data Konsumen PT Sarana Multigriya Lestari tahun 2018

Sampel

Menurut Sugiyono (2010:116) "Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *random sampling* yaitu pengambilan sampel atau responden secara acak yang dianggap mampu mewakili dari populasi yang ada. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yaitu menggunakan rumus Slovin (Syofian Siregar).

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

n = Sampel

N = pelanggan

e = Kesalahan dalam mengambil sampel yang ditetapkan sebesar 10%

Ukuran sampel yang sesuai dengan rumus di atas:

$$n = \frac{523}{1 + 523(0,1)^2}$$

$$n = \frac{523}{1 + 523(0,01)}$$

$$n = \frac{523}{1 + 5,24}$$

$$n = \frac{523}{6,24}$$

$$n = 83,814$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dibulatkan menjadi 84 responden.

HASIL dan PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Sarana Multigriya Lestari merupakan yang bergerak dibidang industri bahan bangunan yang berdiri pada tahun 2017, seiring perkembangan waktu PT Sarana Multigriya Lestari terus mengembangkan teknologi terkini dalam industri bahan bangunan. Diawal tahun 2018 PT Sarana Multigriya Lestari meluncurkan produk baru yang hadir dengan berkomitmen untuk selalu memberikan produk terbaik sesuai dengan mutu dan keamanan yang terbaik. PT Sarana Multigriya Lestari terletak KP Ranca Gede RT 006/001, Kelurahan Munjul Kecamatan Solear Kabupaten Tangerang Banten Indonesia. Produk utama PT Sarana Multigriya Lestari adalah sistem rangka atap baja ringan dengan teknologi terkini hasil perkembangan secara konsisten dengan

menjamin kualitas kekuatan mutu dan struktural yang sesuai dengan standar-standar yang ada. Produk-produk yang dijual memiliki kualitas standar Indonesia yang telah diuji ketahanan dan keamanannya serta dapat diperjualbelikan kepada konsumen. PT Sarana Multigriya Lestari menjual beberapa produk industri bahan bangunan diantaranya Hollow galvanis, Spandek pasir merah, Gypsum e-board, Baut gypsum, Baja sarana, Channal, Baut baja, Besi beton dan Baja. Dari beberapa produk tersebut, baja ringan adalah produk utama yang diusung oleh PT Sarana Multigriya Lestari sebagai perusahaan yang bergerak dibidang industri bahan bangunan. Dari sekian banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, PT Sarana Multigriya Lestari mampu bersaing baik dilevel nasional maupun internasional dengan keunggulan yang dimiliki, seperti harga yang relatif murah, kualitas yang baik, atau pelayanan yang diberikan. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain PT Sarana Multigriya Lestari akan terus berinovasi baik dari segi produk hingga kualitas produk serta pelayanan yang diberikan sehingga dapat menambah nilai bagi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Karakteristik Responden

Tabel 1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	%	Valid Percent	Cumulative
Valid	Laki-laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	36	36.0	36.0	84.0
	Total	84	84.0	84.0	

Dari data diatas berdasarkan jenis kelamin responden dapat diketahui bahwa yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 48% responden, dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 36%. Hal ini dapat digambarkan secara umum pelanggan PT Sarana Multigriya Lestari didominasi laki-laki

Tabel 1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	%	Valid Percent	Cumulative
< 25 Tahun	26	26.0	26.0	26.0
26-40 Tahun	52	52.0	52.0	78.0
> 40 Tahun	6	6.0	6.0	84.0
Total	84	84.0	84.0	

Sumber : Data Pengolahan SPSS versi 22

Dari hasil data diatas berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas pelanggan berusia < 25 tahun dengan jumlah 26%, kemudian responden berusia 26-40 tahun dengan jumlah 52%, dan pelanggan berusia > 40 tahun dengan jumlah 6%. Sehingga dapat disimpulkan paling banyak pelanggan berusia 26 - 40 tahun.

Tabel 1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	%	Valid Percent	Cumulative
Valid	S1	45	45.0	45.0	45.0
	S2	4	4.0	4.0	49.0
	D3	4	4.0	4.0	53.0
	SMA/SMK	31	31.0	31.0	84.0
	Total	84	84.0	84.0	

Sumber : Data Pengolahan SPSS versi 22

Dari data diatas sebanyak 45% memiliki pendidikan S1, responden memiliki pendidikan S2 sebanyak 4%, responden memiliki pendidikan D3 sebanyak 4%, dan responden memiliki pendidikan SMA/SMK sebanyak 31%. Dimana pelanggan yang mendominasi adalah responden yang memiliki pendidikan S1.

Uji Validitas

Tabel 1.7. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Harga (X ₁)			
No Kuesioner	Koefisien Korelasi	R tabel	Keterangan
1	0,478	0,216	Valid
2	0,563	0,216	Valid
3	0,563	0,216	Valid
4	0,547	0,216	Valid
5	0,630	0,216	Valid
6	0,695	0,216	Valid
7	0,628	0,216	Valid
8	0,564	0,216	Valid

Sumber : Data Pengolahan SPSS versi 22

Tabel 1.8. Uji Validitas Variabel Promosi (X2)

Promosi (X ₂)			
No Kuesioner	Koefisien Korelasi	R tabel	Keterangan
1	0,636	0,216	Valid
2	0,684	0,216	Valid
3	0,645	0,216	Valid
4	0,570	0,216	Valid
5	0,720	0,216	Valid
6	0,734	0,216	Valid
7	0,560	0,216	Valid
8	0,809	0,216	Valid
9	0,739	0,216	Valid
10	0,754	0,216	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 22.

Tabel 1.9. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)			
No Kuesioner	Koefisien Korelasi	R tabel	Keterangan
1	0,586	0,216	Valid
2	0,788	0,216	Valid
3	0,734	0,216	Valid
4	0,769	0,216	Valid
5	0,794	0,216	Valid
6	0,696	0,216	Valid
7	0,699	0,216	Valid
8	0,756	0,216	Valid
9	0,783	0,216	Valid
10	0,737	0,216	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 22.

Berdasarkan ketiga tabel di atas maka dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan valid, karena r hitung > t tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.10 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Syarat	Ket.
----	----------	----------------	--------	------

1	Harga(X ₁)	0,720	0,60	Reliabel
2	Promosi (X ₂)	0,873	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,903	0,60	Reliabel

Sumber : Data Pengolahan SPSS versi 22.

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner dikatakan Reliabel dan baik sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 1.11. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16425342
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.097
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.014 ^c

Dari hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,14 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 1.12. Hasil Uji Multikolinearitas Data Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	
1	(Constant)	
	X1	1.541
	X2	1.541

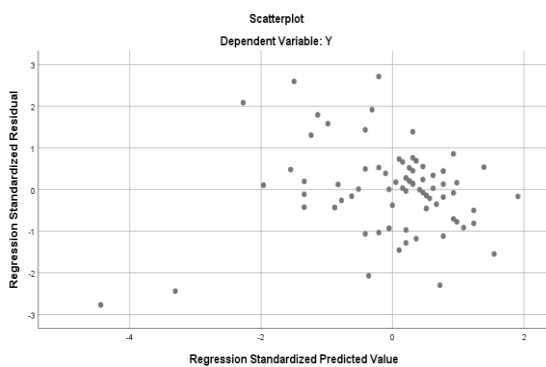
a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF = 1.541 artinya nilai VIF ini lebih kecil dari 10 (1.541 < 10).

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	5.388	3.146	1.713	.091
1 X1	.224	.121	1.848	.068
X2	.675	.077	8.782	.000

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1.2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari scatterplot tersebut, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik dibagian atas nol atau bagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa titik tidak terjadi Heterokedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Gambar 1.13. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	LM
1	81	.000	2.151

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak terdapat autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai LM sebesar 2.151 dikarenakan nilai 2.151 > 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1.14. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = 5,388 + 0,224X_1 + 0,675X_2 + e$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna:

1. Konstanta sebesar 5,833 menyatakan bahwa tanpa ada variabel Strategi Harga (X1) dan Promosi (X2) maka Keputusan Pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar 5,388 atau jika Harga (X1) dan Promosi (X2) nilainya = 0 maka Keputusan Pembelian tetap memiliki nilai 5,388. Yang artinya pelanggan akan tetap membeli produk PT Sarana Multigriya Lestari meskipun Harga dan Promosi yang diberikan masih kurang, karena pada dasarnya pelanggan menginginkan barang yang ada pada PT Sarana Multigriya Lestari.
2. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,224. Artinya jika variabel Harga (X1) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel Promosi (X2) tetap, maka keputusan pembelian (y) akan meningkat sebesar 0,224.
3. Variabel Promosi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,675. Artinya jika variabel promosi (X2) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel harga (X1) tetap, maka

keputusan pembelian (y) akan meningkat sebesar 0,675.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.15. Hasil Uji koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.646	3.203

Sumber : Data Pengolahan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Rsquare*) yang diperoleh sebesar 0,655 atau 65,5%. Artinya Harga (X1) dan Promosi (X2) secara bersama-sama berkontribusi terhadap Keputusan pembelian (Y) PT Sarana Multigriya Lestari sebesar 65,5%. Dan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 1.16. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	5.388	3.146	1.713	.091
X1	.224	.121	1.848	.068
X2	.675	.077	8.782	.000

a. Dependent Variable: Y

Pengaruh dari masing-masing variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y) dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi (probabilitas) dimana semua variabel memiliki arah yang positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Atau pada t tabel dengan nilai signifikansi 0,0 maka diperoleh : Hasil uji parsial atau uji t antara harga terhadap keputusan pembelian

menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,848 > 1,664) dan sig 0,68 < 0,05, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yaitu “terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari”. Hasil uji parsial atau uji t antara promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (8,782 > 1,664) dan sig 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak yaitu “terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari”.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 1.16 Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig.
1 Regression	76.886	.000 ^b
Residual		
Total		

Dari hasil uji F dapat diperoleh nilai F hitung > F tabel, yaitu 76,886 > 3,11 dan sig 0,000 < 0,05 sehingga terdapat pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil analisis data menunjukkan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji

validitas r hitung (0,478) > r tabel (0,300) berarti butir pernyataan nomor satu yaitu harga (X_1) dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas rca (0,720) > r tabel (0,600) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar r tabel = 0,6 artinya, hasil kuesioner variabel harga (X_1) dinyatakan *Reliabel*. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai t hitung > t tabel (1,848 > 1,664) dan $sig < 0,05$ (0,68 < 0,05) maka H_a ditolak H_o diterima yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari.

2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil analisis data menunjukkan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas r hitung (0,636) > r tabel (0,300) berarti butir pernyataan nomor dua yaitu promosi (X_2) dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas rca (0,873) > r tabel (0,600) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar r tabel = 0,6 artinya, hasil kuesioner variabel promosi (X_2) dinyatakan *Reliabel*. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai t hitung > t tabel (8,782 > 1,664) dan $sig < 0,05$ (0,000 < 0,05) maka H_a ditolak H_o diterima yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari.
3. Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil

analisis data menunjukkan harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas r hitung (0,586) > r tabel (0,300) berarti butir pernyataan nomor tiga yaitu Keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid. Hasil uji reabilitas rca (0,903) > r tabel (0,600) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar r tabel = 0,6 artinya, hasil kuesioner variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan *Reliabel*. Hasil regresi linier berganda $Y = 5,388 + 0,224 + 0,675X_2 + e$ dengan konstanta sebesar 5,388 menyatakan bahwa tanpa ada variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) maka keputusan pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar 5,388 atau jika harga (X_1) dan promosi (X_2) nilainya = 0 maka keputusan pembelian tetap memiliki nilai 5,388. Hasil koefisien Determinasi $R^2 = 0,655$, artinya variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) memiliki kontribusi sebesar 65,5% terhadap keputusan pembelian (Y) dan sisanya 34,5% dipengaruhi variabel lain. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai f hitung > f tabel yaitu 76,886 > 3,11 dan $sig < 0,05$ atau 0,000 < 0,05 H_a ditolak H_o diterima yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sarana Multigriya Lestari.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian di atas, maka dapat dikemukakan

beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada variabel Harga (X₁) skor terendah ada pada pernyataan no. 4 yaitu “Kualitas produk besi beton telah sesuai dengan harga yang ditentukan”. Karena diperoleh skor terendah 3,85. Maka PT Sarana Multigriya Lestari harus meningkatkan kualitas pada produk besi beton yang sesuai dengan harga yang telah ditentukan..
2. Pada variabel Promosi (X₂) skor terendah ada pada pernyataan no. 2 yaitu “Iklan mengenai produk telah tersebar dimedia massa (internet, media sosial dan brosur)”. Karena diperoleh skor terendah 3,54. Maka PT Sarana Multigriya Lestari harus meningkatkan perikalan agar masyarakat mengetahui produk yang ada di PT Sarana Multigriya Lestari”.
3. Pada variabel Keputusan Pembelian (Y) skor terendah ada pada pernyataan no. 10 yaitu “Saya akan selalu membeli produk yang ada di PT Sarana Multigriya Lestari”. Karena diperoleh skor terendah 3,52. Maka PT Sarana Multigriya Lestari harus mementingkan keinginan pelanggan agar pelanggan dapat memutuskan untuk membeli barang yang ada di PT Sarana Multigriya Lestari.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap tulisan ini dapat menjadi referensi dan dapat menambahkan variabel bagi penelitian berikutnya, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi dunia akademis khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Danang, Sunyoto, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Danang, Sunyoto, 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru
- Kolter Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga
- Kolter, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kolter dan Kevin Lane Keller. 2012, *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc
- Kolter dan Keller, 2012, *Marketing Management*. Edisi 14 Global Edition. Pearson, Prentice Hall
- Kolter, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke 3. Jakarta : Salemba Empat
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*.
Bandung. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa
(Prinsip, Penerapan, Penelitian)*.
Yogyakarta Andi.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

**PERAN PASAR TRADISIONAL DAN PASAR KONTEMPORER SEBAGAI
KARAKTERISTIK BANGSA DALAM MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI LINGKUNGAN KOTA
TANGERANG SELATAN**

Sugeng Widodo¹; Ferdina Watiningsih²
Prodi Manajemen ; Universitas Pamulang
Dosen01632@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterlibatan masyarakat setempat terhadap keberadaan pasar tradisional yang seharusnya dapat diandalkan sebagai tempat mencari penghasilan dan dapat meningkatkan tingkat ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar pasar. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan populasi adalah masyarakat sekitar pasar tradisional, dengan responden sebanyak 8 orang, pengambilan data dilakukan dengan wawancara langsung dan observasi. Hasil Penelitian menggambarkan masyarakat sekitar pasar kurang mendapat keuntungan dari keberadaan pasar tradisional sehingga masyarakat mencari pekerjaan atau melakukan usaha di pasar tradisional tersebut. Adanya hubungan yang tidak baik antara masyarakat, pemerintah daerah dan pengelola pasar tradisional sehingga sering terjadi konflik.

Kata Kunci: Pasar tradisional, Masyarakat, Kesejahteraan.

Abstract

This study aims to determine the involvement of local communities in the existence of traditional markets that should be relied upon as a place to look for income and can increase the level of the economy and the level of welfare of the community around the market. The research method uses qualitative research methods, with the population is the community around the traditional market, with 8 respondents, data collection is done by direct interviews and observations. The results of the study illustrate that communities around the market do not benefit from traditional markets so that people look for work or do business in these traditional markets. There is a bad relationship between the community, local government and traditional market managers, so that conflicts often occur.

Keywords: Traditional markets, Society, Welfare

PENDAHULUAN

Manusia telah mengenal dan melakukan kegiatan jual beli sejak mengenal peradaban sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan. Dalam kegiatan jual beli, keberadaan pasar merupakan

salah satu hal yang paling penting karena merupakan tempat untuk melakukan kegiatan tersebut selain menjadi salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah.

Bangsa Indonesia telah mengenal

pasar khususnya pasar tradisional sejak lama. Berdasarkan Kamus Umum bahasa Indonesia pasar berarti tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi, dengankan tradisional dimaknai sikap dan cara berfikir serta bertindak yang selalu berpegang pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun. Berdasarkan arti tersebut, maka pasar tradisional adalah tempat orang berjual belu yang berlangsung di suatu tempat berdasarkan kebiasaan.

Di Indonesia keberadaan pasar tradisional bukan semata urusan ekonomi, tetapi lebih jauh kepada norma, ranah budaya, sekaligus peradaban yang berlangsung sejak lama di berbagai wilayah di Indonesia. Proses perekonomian masyarakat sebagian besar ditopang dalam sebuah proses jual beli dan hal ini terjadi dalam suatu pasar-pasar tradisional.

Pasar tradisional sering dianaktirikan masyarakat karena kondisinya yang tidak terjaga, suasana yang sumpek, kumuh, becek menjadi alasan yang membuat pasar tradisional sudah sedikit kurang diminati dibandingkan pasar modern yang cenderung lebih nyaman dalam melakukan transaksi.

Karena proses perekonomian masyarakat sebagian besar ditopang dalam sebuah proses jual beli dan hal ini terjadi dalam suatu pasar baik pasar tradisonal khususnya pasar tradisional. Tentunya perbandingan ini dipengaruhi karena fasilitas pelayanan dan tempat lebih nyaman dan dijamin ketertibannya jika dibandingkan berbelanja di pasar tradisional yang cenderung panas, berdesakan dan tempat maupun lokasi yang kurang memadai. Di tengah arus modernisasi, keberadaan pasar tradisional sebagai suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar mampu bersaing ditengah arus tersebut. Liberalisasi investasi yang semakin tidak terbendung telah membuat pasar tradisional semakin terdesak dengan bermunculannya pasar modern yang menawarkan lebih banyak keunggulan komoditi, harga serta kenyamanan. Kenyataan tersebut telah membuat masyarakat Indonesia berpaling dari bagian kebudayaan dan beralih kepada kehidupan modern yang serba praktis dengan intensitas interaksi yang minim. Begitu pulagaya hidup yang juga mengalami perubahan yang sering mengikuti pola serba modern seperti pilihan makanan, cara berpakaian yang berakibat secara tidak langsung meninggalkan pasar tradisional yang merupakan asset ekonomi khususnya ekonomi daerah sekaligus perekat hubungan sosial dalam masyarakat dan

Tabel 1.1. Data Penduduk

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Setu	66,667	69,391	72,170	75,002	77,881	80,811	83,777	86,783
Serpong	138,177	144,378	150,736	157,252	163,915	170,731	177,677	184,761
Pamulang	287,955	296,915	305,909	314,931	323,957	332,984	341,967	350,923
Ciputat	193,369	199,807	206,293	212,824	219,384	225,974	232,559	239,152
Ciputat Timur	179,792	184,391	188,957	193,484	197,960	202,386	206,729	211,003
Pondok Aren	305,073	316,988	329,103	341,416	353,904	366,568	379,354	392,284
Serpong Utara	127,471	134,232	141,237	148,494	155,998	163,755	171,749	179,993
Kota Tangsel	1,298,504	1,346,102	1,394,405	1,443,403	1,492,999	1,543,209	1,593,812	1,644,899

kebudayaannya yang secara turun temurun.

Pembangunan pasar modern seperti minimarket dan pasar swalayan, yang memberikan fasilitas kenyamanan dalam diri masyarakat dapat berdampak negatif pula terhadap perekonomian masyarakat khususnya masyarakat ekonomi rendah yang mendapat penghidupan dari penjualan dari hasil dagangannya di pasar tradisional. Dalam menghadapi persaingan pasar-pasar modern sekarang ini setiap pasar tradisional dituntut untuk dapat bersaing dengan pasar-pasar modern yang berkembang bak jamur di musim hujan, pengaruh datangnya pasar modern terhadap pasar tradisional sangat kuat. Melihat begitu maraknya perkembangan pasar modern dengan beberapa kelebihan dalam pelayanan dan fasilitasnya, maka penulis ingin mengamati bagaimana pengaruh pasar tradisional sekarang ini sebagai karakteristik bangsa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Lingkungan Kota Tangerang Selatan.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti apakah Pasar Tradisional sebagai karakteristik Bangsa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Lingkungan Kota Tangerang Selatan dapat dirasakan Dengan

mengetahui sikap masyarakat disekitar lingkungan keberadaan pasar tersebut. Sehingga dapat menjaga keberadaan pasar tradisional juga diharapkan dapat meningkatkan kembalinya orang-orang untuk tetap melakukan transaksi di Pasar Tradisional yang berdampak banyaknya mendapatkan kesejahteraan dari ramainya pasar tradisional.

Rumusan Masalah

1. Peningkatan Jumlah pasar ritel maupun pasar swalayan serta minimarket mempengaruhi keberadaan pasar tradisional sebagai karak teristik bangsa.
2. Kurangnya keterlibatan penduduk lokal sekitar pasar dan harus dilakukan peningkatan pelayanan pada suatu pasar tradisonal agar pengunjung pada pasar tradisional meningkat.
3. Bagaimana keberadaan pasar tradisional terhadap perekonomian masyarakat.
4. Dampak pembangunan pasar tradisional terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan pasar tradisional sebagai karakteristik bangsa
2. Menjelaskan keberadaan pasar tradisional sebagai sarana perekonomian terhadap masyarakat sekeliling.
3. Menjelaskan pasar tradisional dalam kaitannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar pasar

tersebut.

Kajian Literatur

Deskripsi Teori

Menurut Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, "Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya". Stanton mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. "Pasar dikatakan merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni : keinginan, daya beli dan tingkah laku dalam pembelian".

Sedangkan menurut Peraturan Daerah Kota Tangerang Selatan No. 15 Tahun 2011, yang dimaksud dengan "pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya".

Jenis Pasar

1. Pasar Tradisional

"Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau

swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, dan koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar". Pasar tradisional lebih terarah kepada semua lapisan masyarakat walaupun lebih khususnya kepada masyarakat lapisan menengah dan bawah. Ditambah lagi dengan berlakunya sistem tawar menawar yang membuat masyarakat merasa lebih mudah dalam membeli dan memenuhi kebutuhannya karena bisa lebih menyesuaikan dengan uang juga daya beli yang dimilikinya.

Pasar tradisional ini umumnya terletak dekat kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Pasar tradisional bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli tetapi juga sebagai penggerak perekonomian masyarakat. Tidak sedikit masyarakat kecil yang menggantungkan hidupnya dengan cara berjualan di pasar tradisional tersebut guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam pasar tradisional terdapat ciri khusus yang bisa menggambarkan pasar tradisional tersebut, secara umum ciri pasar tradisional adalah tidak adanya sistem/manajemen dalam proses penjualan dan biasanya identik dengan tempat yang bau, kumuh, becek dan kotor dan ciri yang paling melekat

adalah terdapatnya system tawar menawar harga untuk setiap barang yang diperjual belikan.

2. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta atau koperasi yang bentuknya berupa mall, supermarket, departemen store dan shopping center dimana pengelolaannya dilaksanakan secara modern, mengutamakan pelayanan dan kenyamanan berbelanja dengan dilengkapi label harga yang pasti dan tidak terjadinya tawar menawar. Sehingga cara bertansaksi antar penjual dan pembeli terjadi secara tidak langsung, pembeli melihat harga pada label harga dan mengambil barang yang mau dibelinya sendiri yang kemudian dibayarkan ke kasir.

Karakteristik Bangsa

Secara psikologi konsep dari karakter bangsa adalah konsep individual. Jika kemudian hal tersebut menjadi suatu karakter bangsa maka perlu adanya acuan. Artinya, dari konsep individual menjadi sebuah konsep kemasyarakatan dan lebih luas lagi bagi bangsa, maka haruslah ada instrument sebagai alat evaluasi yaitu kebudayaan. Secara ringkas kebudayaan berisi system nilai, norma dan kepercayaan mereka. Dengan demikian dalam konteks ini budaya dapat dianggap sebagai instrument untuk melihat kecenderungan perilaku pengembangnya.

Karakteristik bangsa Indonesia bersifat dinamis, dapat berubah dari suatu periode waktu tertentu ke periode lainnya, walaupun tidak mudah. Sebagai contoh adalah Indonesia sering dikatakan sebagai bangsa timur bangsa yang mempunyai karakter sopan, santun, ramah tamah, berperasaan halus dan lainnya yang menggambarkan sebuah sikap atau perilaku yang mengindikasikan keluhuran budi pekerti.

Kesejahteraan

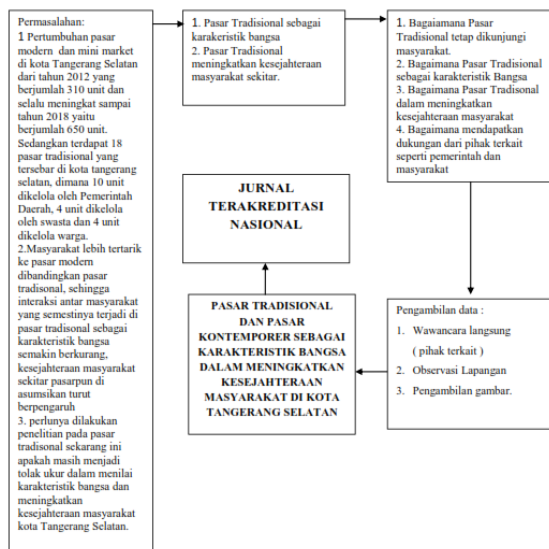
Merujuk pada undang-undang No. 11 tahun 2009 yang dikutip oleh Suharto (2009:153) mendefinisikan "Kesejahteraan adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial Warga Negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri , sehingga dapat melakukan fungsi sosialnya".

Adanya pemenuhan kebutuhan oleh masyarakat baik itu materil, spiritual dan sosial sehingga akan mendorong masyarakat menuju kearah kualitas hidup yang lebih baik dan mencapai fungsi sosialnya. Menurut Fahrudin (2012:10) Kesejahteraan mempunyai tujuan yaitu: "(1) Untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dalam arti tercapainya standar kehidupan pokok seperti sandang, perumahan, pangan, kesehatan, dan relasi-relasi sosial yang harmonis dengan lingkungannya; (2) Untuk mencapai penyesuaian diri yang baik khususnya dengan masyarakat di lingkungannya, misalnya dengan menggali sumber-

sumber, meningkatkan, dan mengembangkan taraf hidup yang memuaskan.

Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan miniatur keseluruhan dari proses penelitian. Kerangka pemikiran harus menerangkan, mengapa penelitian dilakukan, bagaimana proses penelitian dilakukan, apa yang akan diperoleh dari penelitian tersebut dan untuk apa hasil penelitian diperoleh



Gambar 1.1. Kerangka Berfikir Penelitian

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, “penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati”. Sementara itu,

“penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena -fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia”.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian terletak di 8 unit Pasar yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Tangerang Selatan yaitu: Pasar Ciputat, Pasar Jombang, Pasar Kita, Pasar Jengkol, Pasar Cimanggis, Pasar Bintaro Sektor 2, Pasar Gintung dan Pasar Serpong. Penelitian ini dilakukan pada wilayah kota Tangerang selatan yang merupakan salah satu kota di propinsi Banten. Lokasi Kota Tangerang pada bulan April sampai Agustus 2019.

Sumber Data

Menurut Lofland dan Loflan sebagaimana telah dikutip oleh Lexy.J. Moleong dalam bukunya mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya berupa data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jelas datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik. Dalam penelitian ini sumber data primer berupa kata-kata diperoleh dari wawancara dengan para informan yang telah ditentukan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan peran pasar tradisional dan pasar kontemporer sebagai karakteristik bangsa dalam meningkatkan

kesejahteraan masyarakat di Kota Tangerang Selatan. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa data statistik pasar, serta dokumentasi kegiatan dalam pasar tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arkunto (2002), “Teknik pengumpulan adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, di mana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat di wujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat di pertontonkan penggunaannya”. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara/ interview dan dokumentasi.

Uji Keabsahan Data

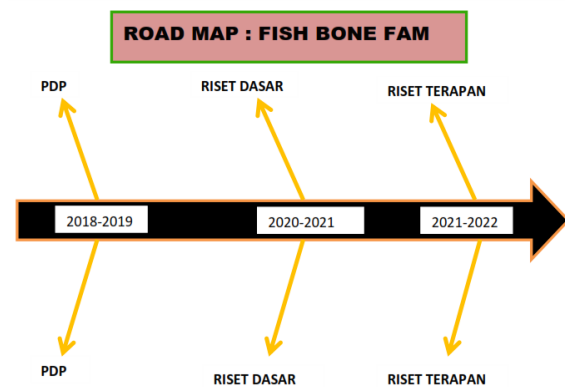
Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data hasil penelitian dengan cara: perpanjangan pengamatan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi (pengecekan data dari berbagai sumber)

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen dan sebagainya, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan

terhadap kenyataan atau realitas. Teknik analisa data yang digunakan meliputi: 1) reduksi data yaitu proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-kasar yang muncul dari catatan lapangan; 2) Penyajian data yaitu pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan; dan 3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif.

Road Map Penelitian



Gambar 1.2. Road Map Penelitian

Keterangan :

1. Penelitian Dasar penerimaan dana hibah Dikti PDP 2018/2019 dengan judul : “Peran Pasar Tradisional Dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Lingkungan Kota Tangerang Selatan”.
2. Rencana penelitian Riset dasar dengan membuat penelitian berkenaan pada kesejahteraan Pedagang pengajuan kompetisi Nasional penelitian dasar tahun 2020-2021.

- Rencana penelitian Riset Terapan setelah hasil penelitian dasar yang di dapat di lapangan sehingga memerlukan terapan kebijakan kesejahteraan Lingkungan masyarakat Pedagang sekeliling pasar.

HASIL dan PEMBAHASAN

Tangerang selatan adalah salah satu kota di Provinsi Banten, Indonesia. Kota ini diresmikan pada tanggal 29 Oktober 2008. Kota Tangerang selatan adalah merupakan pemekaran dari Kabupaten Tangerang. Pada masa penjajahan Belanda, wilayah ini masuk ke dalam keresidenan Batavia dan mempertahankan karakteristik tiga etnis, yaitu suku sunda, suku betawi dan Tionghoa. Pembentukan wilayah ini sebagai kota otonom berawal dari keinginan warga di kawasan Tangerang Selatan untuk mensejahterakan masyarakat karena warga wilayah Tangerang Selatan ini merasa kurang diperhatikan Pemerintah Tangerang sehingga banyak fasilitas terabaikan. Hingga DPRD kabupaten Tangerang menyetujui terbentuknya Tangerang Selatan. Kota Tangerang Selatan ini terdiri atas tujuh kecamatan, yakni, Ciputat, Ciputat Timur, Pamulang, Pondok Aren, Serpong, Serpong Utara dan Setu.

Salah satu fasilitas Kota Tangerang Selatan adalah Pasar Tradisional, karena masih dalam proses pemekaran, setiap kecamatan belum mewakili memiliki pasar sendiri, berikut adalah pasar yang berada

dalam wilayah kota Tangerang Selatan

Hasil Observasi dan wawancara langsung

a. Bapak Agus salim (52 th) : Ketua RT 01/RW 03, Pasar Kita.



Keberadaan Pasar Kita) di kelurahan Pamulang Barat kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan, secara tidak langsung memberikan kesejahteraan bagi warga yang tinggal sekitar pasar kita Pamulang tersebut. Situasi pasar kita secara umum tidak seramai pasar tradisional lainnya. Masyarakat disekitar pasar lebih memilih bekerja di tempat yang jauh. Dengan biaya sewa yang tidak terjangkau masyarakat sekitar, sehingga masyarakat sekitar tidak memiliki kemampuan untuk berjualan di dalam pasar kita.

b. Bapak Suryadi Jaya (62 th): Ketua RT 003, Pasar Ciputat



Kondis pasar Ciputat menurutnya

selalu ramai, sehingga berdampak kepada kemacetan lalu lintas di sekitar pasar. Selain itu di sekitar pasar juga ada mall ciputat. Keberadaan pasar sangat mengangkat kondisi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Karena masyarakat di sekitar pasar dapat mendirikan kios/took/warung di sekitar jalan menuju pasar. Sebagian besar masyarakat asli bekerja di luar pasar Ciputat.

c. Bapak H. Hisbulah (65 th) : Rt 04, Pasar Jombang



Jumlah pedagang yang dapat di data di Pasar Jombang mencapai 386 pedagang, sedangkan pedagang pinggiran yang tidak terdata bisa mencapai \pm 300 pedagang, Sebagian besar pedagang di Pasar Jombang adalah pendatang yang berasal dari Jawa, Kuningan, Medan dan Sunda. Untuk pedagang dari warga sekitar 10 orang pedagang saja. Sebagian besar warga sekitar pasar bekerja di luar, ada juga yang bekerja di pasar sebagai juru parkir dan keamanan pasar.

d. Bapak Setio Budi : Rt 03 , Pasar Arinda.



Dari jumlah penduduk sekitar pasar yang berjumlah 450 orang, yang berdagang di Pasar Arinda berjumlah \pm 10 orang dari 102 pedagang. Hampir 90 % orang luar yang memanfaatkan untung mencari ekonomi dagang diwilayahnya, para pedagang adalah pendatang diluar wilayah RT 03. Sedangkan warga sekitar pasar lebih banyak yang bekerja diluar. Ini menjadikan kurangnya daya tarik warga terhadap keberadaan pasar. Yang seharusnya mampu menyuguhkan perekonomian juga kesejahteraan dengan adanya pusat ekonomi masyarakat seharusnya. Jelas ini perlu adanya kebijakan dari pemerintah daerah tentang penataan pasar agar tercipta pasar yang baik dan mampu memberikan dukungan ekonomi masyarakat sekitar pasar khusus penduduk asli, sehingga tidak perlu jauh-jauh bekerja mencari ekonomi. Jika dilingkungan pasar sudah

memadai dan cukup.

**e. Bapak Mansur : Ketua Rw 08/02
Pasar Ceger**



Menurut pak mansur dari jumlah pedagang, kecamatan pondok aren. Dengan jumlah kios \pm 250 banyak diisi orang pendatang, sedangkan warga sekitar kurang tertarik, lebih banyak kerja diluar. Ini sangat disayangkan sekali dimana penduduk asli /lokal banyak yang memilih bekerja diluar wilayahnya dikarenakan tidak punya tempat untuk usaha/berdagang dikarenakan sewa tempat atau kios yang mahal. Juga karena tidak adanya modal untuk berdagang. Jadi untuk membiayai hidup keluarganya banyak warga disekeliling pasar ceger bekerja diluar, menjadi buruh bangunan, ojek online, tenaga administrasi. Kalaupun ada yang aktif atau aktifitas hanya menjadi juru parkir dan tenaga keamanan dipasar ceger.

**f. Ibu laila : Pengelola Pasar
Bintaro sektor 2.**

Menurut ibu sebagai pengelola pasar Bintaro sektor 2. Untuk jumlah pedagang yang \pm 135 banyak diisi oleh warga pendatang, dimana warga pendatang yang ulet dan rajin. Sedangkan untuk warga asli bisa dihitung. Ini menandakan masih

kurangnya warga yang interaksi. memanfaatkan keberadaan pasar di wilayahnya. Sangat disayangkan sekali



kurangnya warga asli yang mau bermaksimal memanfaatkan wilayahnya sebagai pusat ekonomi dengan keberadaan pasar tradisional ini, dimana seharusnya mampu dan bisa meningkatkan ekonomi dari pada harus bekerja jauh-jauh dari tempat tinggalnya.

**g. Ibu Sri : Pasar Modern Bintaro
Jaya.**



Menurut ibu Sri untuk jumlah pedagang di pasar modern bintaro yang jumlahnya mencapai 200 , alamat di jalan tegal rotan raya no. 2. Warga yang ikut berdagang tidak banyak bisa di hitung justru warga pendatang yang banyak mengisi kios dan los usaha. Tapi untuk tenaga parkir dan keamanan ada penduduk lokal atau sekeliling pasar modern bintaro

jaya yang menjadi karyawan. Padahal jika masyarakat skitar mau ulet dan berusaha disini akan lebih baik karena tidak usah jauh-jauh bekerja mencari ekonomi ketempat lain. Tapi ini juga perlu kesadaran masyarakat sekiling yang merasa menjadi bagian dari keberadaan pasar modren bintaro jaya. Dimana saat ini pasar bintaro jaya sudah sangat berkembang bisa dibilang modern dibanding sebelum dibangun. Dimana bisa dilihat sudah tertata dan bersih.

h. Bapak Husin : Rt 02/08, pasar Serpong.



Menurut bapak husin, dari jumlah pedagang ± 837 baik kios, los. Sesungguhnya jumlah pedagang yang jika dilihat yang real melebihi dari angka 837, karena ada pedangan kaki lima, yang belum terdata sedangkan kios ± 1.500 . Ini ada hanya sekitar $\pm 5\%$ yang bisa memanfaatkan keberadaan pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat sekitar. Tapi belum juga bisa dirasakan adanya manfaat yang signifikan untuk kesejahteraan masyarakat. Justru warga sekiling banyak yang bekerja diluar sekitar pasar. Jika ada yang dipasar juga hanya sebagai tenaga

keamanan dan juru parkir. Bagaimana ini juga menurut bapak husin sangat disayangkan banyak masyarakat asli yang masih kurang ikut memanfaatkan fasilitas pasar yang ada. Padahal ini bisa menjadi sarana mencari sumber ekonomi keluarga daripada harus bekerja di tempat yang jauh dari tempat tinggal.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah kami laksanakan dengan mengadakan kunjungan langsung kepasar dan lingkungan serta observasi dilapangan. Maka kesimpulan yang dapat kami berikan :

1. Penduduk lokal yang memang tinggal di lingkungan kurang merasa memiliki keberadaan pasar dimana sebagai penunjang ekonomi.
2. Keberadaan pasar tradisional disekitar lingkungan tinggal penduduk lebih banyak diisi oleh pendatang yang melihat kesempatan dalam mendapatkan rezeki/ perekonomiannya.
3. Koordinasi antara pejabat lingkungan dengan masyarakat tentang keberadaan pusat ekonomi (pasar) yang dapat menjadi andalan kurang pendapatan warga lokal kurang mendapat penjelasan yang memotivasi.
4. Perlu adanya kesadaran gerakan cinta akan pasar tradisional bagi masyarakat lokal agar dapat menjadikan sumber pendapatannya dengan ikut terjun langsung yang dibantu oleh pengurus setempat pengelola pasar dan pejabat

lingkungan yang memberikan fasilitas.

Saran

Saran yang dapat kami berikan untuk keberlangsungan dan kelancaran masyarakat lokal ikut kontribusi ;

1. Adanya pendekatan kembali antara pengurus/pengelola pasar dengan memberikan pentingnya pusat ekonomi yang dekat dengan lingkungan sebagai sarana mendapatkan penghasilan dari pada bekerja di tempat yang jauh.
2. Adanya koordinasi anatara pejabat lingkungan dan pengelola pasar tradisional untuk meningkatkan prasarana yang baik dan menggunakan pasar sebagai sarana silaturahmi antar warga juga dapat ekonomi kehidupan.
3. Adanya peraturan yang baik dalam jangka panjang dalam mengelola keamanan, kebersihan, ketertiban pasar tradisional sebagai warisan bangsa yang penuh dengan proses saling sapa dan transaksi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, James E. 1984. *Public Policy-Making*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Awang, Azam. 2010. *Implementasi Pemberdayaan Pemerintah Desa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tangerang Selatan, Kota Tangerang Selatan Dalam Angka, 2017

Bardach, Eugene. 1977. *The Implementation Game*. Cambridge, Mass: Mitt Press.

Chourmain, Imam, dan Prihatin. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Kumorotomo, Wahyudi. 2013. *Etika Administrasi Negara*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Lexy.J. Moleong, 2017 *Metdologi Penelitian Kualitatif*, Bandung

Nazir, Moh, Ph.D. 2017. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia.Bogor

Nugroho, Riant. 2008. *Public Policy*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Suharsimi, Arikunto, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, PT Rineka Cipta, Jakarta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung

Sutedi, Adrian. 2011. *Hukum Perizinan dalam Sektor Pelayanan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 420/MPP/Kep/10/1997

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 107/MPP/Kep/2/1998 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Usaha Pasar Modern

Peraturan Presiden RI No. 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar

Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. 231

Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba untuk Jenis Usaha Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern.

Website : Hadi, Ilman. 2012. Ketentuan tentang Jarak Minimarket dari Pasar Tradisiona⁹l. <http://www.m.hukumonline.com>. Diakses pada tanggal 18 Maret 2019.

Subekti, Nanang. 2007. Menteri Perindustrian. <http://www.portal.mahkamahkonstitusi.go.id>. Diakses pada tanggal 18 Maret 2019.

_____. 2013. Peraturan Pemerintah (Indonesia).<http://id.wikipedia>.



JURNAL ILMIAH

FEASIBLE

BISNIS, KEWIRAUSAHAAN & KOPERASI

openjournal.unpam.ac.id

ANALISA PEMAHAMAN PENJUALAN MELALUI *E-COMMERCE* PADA KOPERASI PATIH SEJAHTERA MANDIRI KELURAHAN CEMPAKA PUTIH KECAMATAN CIPUTAT TIMUR TANGERANG SELATAN

Yayan Sudaryana¹, Jeni Andriani²
FakultasEkonomi, UniversitasPamulang
yayansudaryana@yahoo.com, jeni.andriani@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana pemahaman Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan yang memiliki anggota IKM/UKM yang aktif sejumlah 55 dengan berbagai kegiatan usaha baik sebagai produsen barang dan jasa maupun sebagai pedagang barang dan jasa mengenai penjualan melalui e-commerce. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, kuesioner, observasi dan dianalisis secara deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa IKM/UKM anggota Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan sangat memahami mengenai penjualan melalui e-commerce, ditunjukkan dengan pemahaman terhadap UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mencapai 91,44 %, pemahaman terhadap UU No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan mencapai 88,22 %, dan pemahaman terhadap UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE 87,75 %.

Kata Kunci : *Pemahaman, Penjualan, E-Commerce*

Abstract

The purpose of this study was to determine the extent of understanding of the Koperasi Patih Sejahtera Mandiri, Cempaka Putih, Ciputat Timur, South Tangerang, which has 55 active members of small and medium enterprises with various business activities both as producers of goods and services and as merchants of goods and services regarding sales through e-commerce. Collecting data in this study using interviews, questionnaires, observations and analyzed descriptively. The results of this study are that the Koperasi Patih Sejahtera Mandiri, Cempaka Putih, Ciputat Timur, South Tangerang, are very understanding about sales through e-commerce, indicated by an understanding of Law No. 8 of 1999 concerning consumer protection reached 91.44%, understanding of Law No. 7 of 2014 concerning trade reached 88.22%, and understanding of Law No. 19 of 2016 concerning ITE 87.75%.

Keywords: *Understanding, Sales, E-Commerce*

Di era globalisasi ini dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, persaingan di dunia bisnis menjadi semakin ketat. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Koperasi Menurut UU No. 25 Tahun 1992, adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan. Koperasi merupakan wadah bagi pengembangan IKM/UKM dalam hal pembiayaan maupun pemasarannya, di mana koperasi digunakan sebagai tempat pemasaran produk IKM/UKM baik secara *offline* maupun *online* mengikuti perkembangan teknologi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan dengan Lurah dan Ketua Koperasi Patih Sejahtera Mandiri di kantor Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan

Ciputat Timur]Tangerang Selatan, diperoleh data atau informasi bahwa Koperasi Patih Sejahtera Mandiri memiliki anggota yang aktif sejumlah 55 orang dari kurang lebih 180 IKM/UMKM dengan berbagai bidang kegiatan usaha dan dari IKM/UMKM anggota Koperasi Patih yang telah melakukan transaksi penjualan melalui *e-Commerce* baik dalam rangka penjualan di dalam negeri maupun ke luar negeri (ekspor).

Demikian juga diperoleh informasi bahwa permasalahan yang dihadapi IKM/UMKM Koperasi Patih Sejahtera adalah kurangnya pemahaman penjualan melalui *e-commerce* terutama penjualan ke luar negeri (ekspor). Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 13 tahun 2012 tentang Ketentuan Umum dibidang Ekspor, bahwa barang ekspor dikelompokkan ke dalam 3 kelompok barang yaitu barang bebas ekspornya, barang dibatasi ekspornya dan barang dilarang ekspornya.

Berdasarkan fenomena masalah yang terjadi tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Analisis Pemahaman Penjualan melalui *e-Commerce* pada Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan.

Rumusan Masalah

Dari analisis situasi permasalahan sebagaimana diuraikan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana pemahaman IKM/UKM

anggota Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Tangerang Selatan tentang *e-commerce*, terkait dengan UU no. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 13 tahun 2012 tentang Ketentuan Umum dibidang Ekspor..

Kajian Literatur

Penjualan

Penjualan (Nitisemito, 1998:32) adalah “aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa yang dapat dilakukan melalui berbagai metode antara lain seperti penjualan langsung melalui *e-commerce*. Tujuan penjualan adalah mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau jasa yang dijual baik penjualan yang dilakukan di dalam negeri maupun ke luar negeri (ekspor)”. Sedangkan tugas manajemen penjualan adalah menganalisis faktor-faktor lingkungan yang relevan; menetapkan tujuan; memahami prosedur untuk kelancaran penjualan; dan melakukan pengawasan pelaksanaan penjualan sesuai rencana. Perbedaan antara konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep perdagangan adalah Konsep penjualan memfokuskan pada penjualan (barang terjual) sedangkan konsep pemasaran memfokuskan pada kebutuhan pembeli dan

konsep perdagangan memfokuskan pada kesepakatan bersama bukan pemaksaan.

e-Commerce

“*E-Commerce* (perdagangan elektronik) adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui system elektronik” (Jony Wong 2002 :15). Pemanfaatan *e-Commerce*, telah mendorong perubahan kegiatan usaha dari hanya secara *offline* juga *online* sehingga para penjual dan pembeli tidak saling bertemu secara langsung untuk bertransaksi. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61,41%, dengan jumlah UMKM hampir mencapai 60 juta. Namun, baru sekitar 8% atau sebanyak 3,79 juta pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) atau bertransaksi secara *online* atau *platform online* untuk memasarkan produk/ barangnya. Bahkan roadmap pemerintah, pada 2020 transaksi *e-Commerce* diprediksi mencapai Rp. 1.300 Triliun.

Sebagai acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui online atau *e-commerce* (perdagangan elektronik), yaitu 1) UU no. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, bahwa perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan

prosedur elektronik, dimana setiap pelaku usaha wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, paling sedikitnya memuat : a). Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau distributor, b). Persyaratan teknis barang yang ditawarkan, c). Harga dan cara pembayaran, d) Cara penyerahan barang. dan 2). UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan. Selanjutnya jika melanggar maka dipidana paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda Rp. 2 milyar serta 3). UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana telah diubah oleh UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) antara lain bahwa Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, dipidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda Rp. 1 (satu) Milyar.

METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan.

Populasi dan sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah IKM/UKM anggota Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Tangerang Selatan yang aktif sejumlah 55.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Merupakan proses untuk memperoleh data dengan cara melakukan tanya jawab, dalam hal ini dilakukan dengan Bapak Iskandar Yaksimu selaku Ketua Umum Koperasi Patih Sejahtera Mandiri dan Bapak Tarmizi selaku Lurah di Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan.

b. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2016:142), “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Angket ini ditujukan kepada IKM/UKM anggota Koperasi Patih Sejahtera Mandiri yang masih aktif.

c. Observasi

Merupakan proses pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan

langsung pada objek penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan, yang dalam hal ini dilakukan secara langsung terhadap Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan.

Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yang diolah data dan disajikan dalam bentuk tulisan, tabulasi data, dan gambar yang sesuai dengan teori.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Analisis Deskriptif jawaban responden terkait dengan pemahaman *e-Commerce* adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1. : Analisis Deskriptif Pemahaman Penjualan melalui E-Commerce

No	Pertanyaan	Ya =1	Tidak = 0
A	Pemahaman UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan	88,22 %	11,78 %
B	Pemahaman UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	91,44 %	8,56 %
C	Pemahaman UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)	87,75 %	12,25 %
D	Pemahaman Ketentuan barang ekspor (rata-rata/ %)	93,33 %	6,67 %
1	Barang dibatasi	55	-

No	Pertanyaan	Ya =1	Tidak = 0
2	Barang dilarang diekspor	55	-
3	Barang bebas di ekspor	44	11
E	Pemahaman Cara Penyerahan Barang ekspor (rata-rata / %)	93,09 %	6,91 %
1	EXW - Ex Works,	55	-
2	FCA - Free Carrier	55	-
3	CPT - Carriage Paid To CIF / Carriage and Insurance Paid to	43	12
4	DAT – Delivered At	48	7
5	DAP – Delivered at Place	45	10
6	DDP - Delivered Duty Paid	46	9
7	FAS - Free Alongside Ship	55	-
8	FOB - Free On Board	55	-
9	CFR - Cost and Freight	55	-
10	CIF - Cost, Insurance and Freight,	55	-
F	Pemahaman Jenis dokumen utama ekspor (rata-rata / %)	88,18 %	1,82 %
1.	Sales Contract	44	11
2	Packing List	55	-
3	Commercial Invoice	55	-
4	Konosemen (B/L, AWB, RCN),	40	15
5	Asuransi Ekspor	55	-
6	SKA (Surat Keterangan Asal).	42	13
G	Prosedur Ekspor (rata-rata / %)	81,82 %	18,18 %
H	Cara Pembayaran ekspor (rata-rata / %)	72,73 %	27,27 %

Pembahasan

Berdasarkan hasil Analisis Deskriptif atas jawaban responden terhadap pemahaman *e-commerce*, sebagaimana tabel 1.1 diatas, sebagai berikut menunjukkan

bahwa tertinggi pada Pemahaman terhadap UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mencapai 91,44 %, disusul Pemahaman terhadap UU No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan mencapai 88,22 %, dan pemahaman terhadap UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE 87,75 %. Selanjutnya pemahaman terhadap keten-tuan barang ekspor 93,33 % tertinggi dibandingkan dengan pemahaman terhadap cara penyerahan barang ekspor 93,09 %, pemahaman jenis dokumen utama ekspor 88,18 %, pemahaman prosedur ekspor 81,82 % dan pemahaman cara pembayaran ekspor 72,73 %.

Beberapa jawaban terendah yaitu pemahaman terhadap barang bebas diekspor 80 %, disusul pemahaman terhadap cara penyerahan barang ekspor pada DAP (*Delivered at Place*) 81,82 % dan pemahaman jenis dokumen utama ekspor pada konosemen (B/L, AWB, RCN) 81,82 %.

SIMPULAN

Kesimpulan

IKM/UKM anggota Koperasi Patih Sejahtera Mandiri Kelurahan Cempaka Putih Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan sangat memahami mengenai penjualan melalui *e-commerce* ditunjukkan dengan :

1. Pemahaman terhadap UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mencapai 91,44 %.

2. Pemahaman terhadap UU No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan mencapai 88,22 %
3. Pemahaman terhadap UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE 87,75 %.

Saran

Perlu dilakukan bimbingan teknis terutama terkait dengan materi ketentuan barang ekspor, cara penyerahan barang ekspor, jenis dokumen utama ekspor prosedur ekspor , cara pembayaran ekspor

DAFTAR PUSTAKA

- Jony Wong, dalam Nitisemito 1998, Manajemen Pemasaran, Jakarta Ghali Indonesia
- Porter dalam Muhardi 1998, Manajemen Pemasaran, Jakarta Ghalia Indonesia
- Reeve, Warren dan Duchac, dalam Nitisemito 1998, Manajemen Pemasaran, Jakarta Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif. dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- UU No. 25 Tahun 1992 tentang Koperasi
- UU No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan,
- UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana telah diubah oleh UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik
(ITE)

Peraturan Menteri Perdagangan No. 13
tahun 2012 tentang Ketentuan Umum
dibidang Ekspor,
Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2018.

