

pISSN: 2797-3786

eISSN: 2776-1568

Jurnal

PERKUSI

PEMASARAN, KEUANGAN & SUMBER DAYA MANUSIA



J. PERKUSI

Vol. 2 No. 3 Juli 2022



UNIVERSITAS PAMULANG

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15417 - Telp: (021) 7412566,
email: perkusi_mnj@unpam.ac.id



DEWAN REDAKSI

PELINDUNG

Kasmad, Universitas Pamulang

KETUA PENYUNTING

Denok Sunarsi, Universitas Pamulang

DEWAN EDITOR

Haedar Akib, Universitas Negeri Makassar

Heri Erlangga, Universitas Pasundan

Mahnun Mas'adi, Universitas Pamulang

TIM PRODUKSI

Arga Teriyan

LAYOUT

Aidil Amin Effendy

TATA USAHA

Azhar Fathoni

MITRA BEBESTARI

Atie Rachmiate, Universitas Islam Bandung/ LLDIKTI Wilayah IV

Nandan Lima Krisna, Universitas Persada Indonesia YAI

Rudi Salam, Universitas Negeri Makassar

Dodi Ilham, IAIN Palopo

Azhar Affandi, Universitas Pasundan

Wayan Ardani, Universitas Mahendradatta



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT., sehingga redaksi dapat menyusun Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia ini. dimaksudkan untuk media komunikasi ilmiah antara para mahasiswa dan dosen, dan masyarakat ilmiah dalam pengembangan ilmu Manajemen.

Penerbitan edisi kali ini, ditampilkan 20 artikel penelitian, team redaksi mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu sehingga Jurnal Ilmiah ini pada Volume 2, No. 3, Juli 2022 ini dapat terbit sesuai jadwal. kami tetap mengharapkan tulisan-tulisan dari anda semua, khususnya peneliti, dosen, mahasiswa yang berasal dari Universitas Pamulang, maupun yang berasal dari luar.

Redaksi menyadari bahwa dalam penyusunan Jurnal Perkusi Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Redaksi mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan Jurnal Padma ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Pamulang, 01 Juli 2022

Tim Redaksi



DAFTAR ISI

- ¹Asep Muhammad Lutfi, ²Della Virina Regina
**PENGARUH CURRENT RATIO DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP
RETURN ON EQUITY PADA PT ANEKA TAMBANG TBK PERIODE 2010-2020**
Hal. 318 - 326
- ¹Mutawali, ²Nufzatut Saniah, ³Aulia Ridha
**PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR) DAN BOPO TERHADAP
KINERJA KEUANGAN PADA BANK MANDIRI, BANK BNI, DAN BANK BTN
PERIODE 2011-2020**
Hal. 327 - 332
- ¹Haerunnisa, ²Galuh Artika, ³Lidya Laras Murdiantoro Pratama, ⁴Yuliana, ⁵Sarwani
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT PRIMA AUTOWORLD DI BINTARO TANGERANG
SELATAN**
Hal. 333 - 340
- ¹Hari Rori, ²Ainun Nur Anita, ³Tuti Mayang, ⁴Ahmad Faisal, ⁵Hamsinah B.
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ANANDA DI CILEDUG
KOTA TANGERANG**
Hal. 341 - 349
- ¹Tara Anggoman, ²Ira Mafaza, ³Suci Citrawati Wafid, ⁴Raden Taufik Nur Hidayat,
⁵Ali Maddinsyah
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT ALUMUNIUM BAJA
LESTARI DI CIBITUNG BEKASI**
Hal. 350 - 358
- ¹Ardhi Febriansyah, ²Ari Ardiana Sapari, ³Herfando, ⁴M. Zakka, ⁵Sewaka
**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PASAR SWADAYA
PAMULANG 2 DI TANGERANG SELATAN**
Hal. 359 - 366
- ¹Sindy Saputri, ²Yansen Paseru, ³Risma Apriyani, ⁴Taryari, ⁵Taswanda Taryo
**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE KONSUMEN DI CIPUTAT**
Hal. 367 - 374
- ¹Dian Evi Susanti, ²Eka Fenty Istiawati, ³Irma Hetty Siregar, ⁴Kenny Puja Nurwati,
⁵Hadi Supratikta
**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT PERMATA ELOK DI BEKASI**
Hal. 375 - 381



¹Mohamad Duddy Dinantara, ²Novia Dwi Anggraini
PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP
KINERJA KARYAWAN PADA PT PLN (PERSERO) ULTG CIKUPA KABUPATEN
TANGERANG

Hal. 382 - 389

¹Bachtiar Arifudin Husain, ²Arief Budi Santoso
PENGARUH PANDEMIC COVID-19 TERHADAP JUMLAH WISATAWAN DI
TINJAU DARI 4A (ATTRACTION, ACCESBILITAS, AMENITAS, ANCHILARY)
STUDI KASUS MASYARAKAT PULAU HARAPAN

Hal. 390 - 396

¹Lili Sularmi, ²Udin Ahidin, ³Iman Syatoto
PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN
KERJA YANG BERDAMPAK PADA KINERJA KARYAWAN PADA
PT BINA AGRAMULYA DI JAKARTA

Hal. 397 - 406

¹I Putu Hendra Putra, ²Wayan Ardani, ³Ni Made Widani
ANALISIS KELAYAKAN JASA PENGANTARAN BARANG PADA
PERUSAHAAN KURIR DI JNE CABANG TABANAN

Hal. 407 - 413

¹Heni Yati, ²Ririn Ardini, ³Yulfian Ibnu Cahyo Widodo, ⁴Parlin Ambarita
ANALISIS PENERAPAN IMBALAN PASCA KERJA PADA PT PELANGI
WARNA CHEMICALS

Hal. 414 - 423

¹Kemas Vivi Andayani, ²M. Rifqi Ardinsyah
PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR PENGIRIMAN DAN
KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT SICEPAT EKSPRES
CABANG BINTARO

Hal. 424 - 433

¹Mugiati, ²Ni Kadek Suryantini
PENGARUH PRODUK GADAI EMAS TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN
DI PT PEGADAIAN (PERSERO) JAYAPURA

Hal. 434 - 438

¹Aidil Amin Effendy, ²Tri Yansyah, ³Suyatin
PENERAPAN DISIPLIN KERJA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA
PEGAWAI PADA KANTOR DESA KAMPUNG MELAYU BARAT

Hal. 439 - 445

¹Priehadi Dhasa Eka, ²Denok Sunarsi, ³Anggada Bayu Seta
VISIONARY LEADERSHIP DALAM MENCIPTAKAN BUDAYA MUTU
PT BANK TABUNGAN NEGARA CABANG CIPUTAT

Hal. 446 - 452



Nurmin Arianto

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIPA PVC PADA PT LJM

Hal. 453 - 460

¹Jasmani, ²H. Hastono, ³Mahnun Mas'Adi

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SONG FA BAK KUT TEH CABANG BINTARO TANGERANG SELATAN

Hal. 461 - 469

¹Betania Aritonang, ²Hisar Pangaribuan

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KOMITMEN ORGANISASI DAN INDEPENDENSI TERHADAP KUALITAS AUDIT

Hal. 470 - 479

**PANDUAN SINGKAT BAGI PENULIS JURNAL PERKUSI
PEMASARAN, KEUANGAN, DAN SUMBER DAYA MANUSIA**

Hal. 480



PENGARUH CURRENT RATIO DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP RETURN ON EQUITY PADA PT ANEKA TAMBANG TBK PERIODE 2010-2020

^{1*}Asep Muhammad Lutfi, ²Della Virina Regina

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen02469@unpam.ac.id](mailto:dosen02469@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Current Ratio (CR) dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Return On Equity (ROE) pada PT. Aneka Tambang Tbk. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan PT. Aneka Tambang Tbk yang terdapat di situs resmi ANTAM. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan berupa neraca dan laba rugi dari PT. Aneka Tambang Tbk pada periode 2010-2020. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Tahap pengelolaan data penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Dari hasil uji hipotesis simultan (uji F) CR dan DER secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap ROE dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $6,104 > 5,12$ dengan nilai signifikansi $0,025 < 0,05$, Sedangkan secara parsial (uji t) variable CR tidak berpengaruh terhadap ROE dengan hasil $t_{hitung} < t_{tabel}$ $0,186 < 2,262$ dengan nilai signifikan $0,857 > 0,05$. Hasil variable DER menunjukkan berpengaruh terhadap ROE secara parsial (uji t) dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ $-2,627 > 2,262$ dengan nilai signifikan $0,030 < 0,05$ (berpengaruh positif). Hasil koefisien determinasi (R Square) pada data regresi linier berganda adalah sebesar 0,285 hal ini menunjukkan bahwa variable independen yaitu CR dan DER berpengaruh terhadap ROE sebesar 28,5%, sedangkan sisanya sebesar 71,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER) dan Return On Equity (ROE)

Abstract

This study aims to determine the effect of Current Ratio (CR) and Debt to Equity Ratio (DER) on Return On Equity (ROE) at PT. Aneka Tambang Tbk. The population in this study were all financial statements of PT. Aneka Tambang Tbk which is available on ANTAM's official website. The sample in this study is the company's financial statements in the form of balance sheets and profit and loss from PT. Aneka Tambang Tbk in the period 2010- 2020. The analysis technique used is multiple linear regression. The data management stage of this research was carried out using SPSS version 25 software. From the results of the simultaneous significant test (F test) CR and DER together had a significant effect on ROE with $f_{count} > f_{table}$ of $6.104 > 5.12$ with a value of $0.025 < 0.05$, While partially (t test) the CR variable has no effect on ROE with the results of $t_{count} < t_{table}$ $0.186 < 2.262$ with a significant value of $0.857 > 0.05$. The results of the DER variable show that it has a partial effect on ROE (t test) with $t_{count} > t_{table}$ $-2.627 > 2.262$ with a significant value of $0.030 < 0.05$ (positive effect). The result of the coefficient of determination (R Square) on multiple linear regression data is 0.285, this indicates that the independent variables, namely CR and DER, have an effect on ROE of 28.5%, while the remaining 71.5% is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords: Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER) and Return On Equity (ROE)

PENDAHULUAN

Saat ini, di jaman era globalisasi persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat yang membuat keunggulan kompetitif telah berkembang dan melibatkan pada pentingnya kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan ini merupakan suatu usaha formal yang dilakukan suatu perusahaan untuk kemudian mengevaluasi efisien serta

juga efektivitas dari aktivitas atau kegiatan perusahaan yang sedang berjalan di periode waktu tertentu. Secara garis besarnya, Kinerja keuangan ini adalah suatu hasil kerja segala macam bagian di dalam suatu perusahaan yang dapat atau bisa dilihat di situasi atau kondisi keuangan dari perusahaan itu pada suatu periode tertentu berhubungan aspek penghimpunan

serta penyaluran dana yang dinilai dengan berdasarkan indikator kecukupan likuiditas, kemudian modal, serta juga profitabilitas perusahaan. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri dan berkembang untuk menciptakan bisnis maka ini berarti pesaing akan semakin banyak, untuk menghadapi itu semua perusahaan harus memiliki strategi dengan meningkatkan bisnis ekonomi yang di tandai dengan meningkatnya kebutuhan pasar. Untuk itu dalam hal ini modal sangat di butuhkan bagi kelangsungan suatu usaha.

Pada kondisi ekonomi yang selalu mengalami perubahan, maka dapat mempengaruhi kondisi perusahaan yang dapat dilihat dari berapa besar laba yang di peroleh. Laba atau keuntungan menjadi salah satu kunci keberhasilan perusahaan untuk menilai suatu hasil kerja yang baik. Karena keuntungan merupakan alat untuk mengukur tingkat keberhasilan. Kondisi perusahaan saat ini pada PT Aneka Tambang, Tbk sedang mengalami fluktuasi pada periode 2010 - 2020. Hal ini menyebabkan profitabilitas tidak stabil. Kinerja keuangan dapat diukur dengan rasio - rasio keuangan antara lain: Likuiditas, Aktivitas, Profitabilitas, Solvabilitas dan Rasio Pasar. Analisis rasio memungkinkan manajer keuangan dan pihak yang berkepentingan untuk mengevaluasi kondisi keuangan akan menunjukkan kondisi sehat tidaknya suatu perusahaan. Analisis rasio juga menghubungkan unsur-unsur rencana dan perhitungan laba rugi sehingga dapat menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan. Laba perusahaan itu sendiri dapat diukur melalui ROE perusahaan. Karena ROE mempunyai hubungan positif dengan laba. ROE digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya. ROE merupakan rasio antara laba setelah pajak (EAT) dengan total ekuitas. Alat ukur kinerja suatu perusahaan yang paling populer antara penanam modal dan manajer senior adalah hasil atas hak pemegang saham adalah Return On Equity (ROE). Semakin tinggi laba perusahaan maka

akan semakin tinggi ROE, besarnya laba perusahaan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti CR dan DER.

Return On Equity (ROE) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimilikinya. ROE merupakan rasio antara laba sesudah pajak terhadap total ekuitas yang berasal dari setoran modal pemilik, laba tak dibagi dan cadangan lain yang dikumpulkan oleh perusahaan. Semakin tinggi ROE menandakan bahwa perusahaan semakin baik dalam mensejahterakan para pemegang saham yang bisa dihasilkan dari setiap lembar saham ROE, yang semakin meningkat memberikan tanda bahwa kekuatan operasional dan keuangan perusahaan semakin baik, selanjutnya memberikan pengaruh positif terhadap pasar ekuitas.

Menurut Irham Fahmi (2015:121) Current Ratio adalah ukuran yang umum digunakan atas solvensi jangka pendek, kemampuan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan utang ketika jatuh tempo.

Menurut Mamduh (2016:75) yang mengatakan Current Ratio (rasio lancar) adalah mengukur kemampuan perusahaan memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya (aktiva yang akan berubah menjadi kas dalam waktu satu tahun atau satu siklus bisnis).

Menurut Kasmir (2016:134) rasio lancar atau current ratio merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.

Current Ratio merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Standar likuiditas yang baik untuk ukuran perbandingan antara total asset lancar dengan total kewajiban lancar adalah 200% atau 2:1 dengan pengertian lain, apabila perusahaan memiliki kewajiban lancar sebesar Rp.

100 Juta maka besarnya total asset lancar yang harus dimiliki perusahaan adalah dua kalinya, yaitu sebesar Rp. 200 Juta.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Manajemen Keuangan

Departemen keuangan dalam suatu perusahaan yang diwakili oleh manajer keuangan adalah salah satu divisi perusahaan yang dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk pencapaian tujuan perusahaan yang lebih banyak dibebankan kepada manajer keuangan dalam rangka mencari dana dan mengelola dan yang ada. Ketiadaan dan keterbatasan dana merupakan tugas seorang manajer keuangan untuk segera memenuhinya demikian pula dengan pengelolaan dana yang dimiliki harus dilakukan secara tepat.

Menurut Anwar (2019:5) manajemen keuangan ialah suatu ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan.

Menurut Irham Fahmi (2016:2) manajemen keuangan adalah Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan sustainability (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan.

Menurut Mulyawan (2015:30) manajemen keuangan merupakan tugas seorang pimpinan perusahaan dengan tanggung jawab utama berupa keputusan penting menyangkut investasi dan pembiayaan perusahaan yang dilakukan dengan aktivitas

perolehan dan penggunaan dana untuk investasi serta untuk pembiayaan perusahaan tersebut harus dilakukan secara efektif dan efisien.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas manajemen keuangan berkaitan erat dengan pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk lembaga yang berhubungan erat dengan sumber pendanaan dan investasi keuangan perusahaan serta instrumen keuangan. Kerangka Berpikir.

Current Ratio yang mengakibatkan perubahan jumlah aktiva lancar atau hutang lancar, baik masing-masing atau keduanya akan mengakibatkan perubahan CR, yang berarti mengakibatkan perubahan tingkat likuiditas. Nilai likuiditas yang terlalu tinggi berdampak kurang baik terhadap earning power karena adanya kelebihan modal kerja yang dibutuhkan, kelebihan ini akan menurunkan kesempatan memperoleh keuntungan. Dengan demikian sangat dimungkinkan hubungan CR dengan ROE adalah negatif. Semakin tinggi CR maka semakin rendah tingkat ROE, perbandingan terbalik antara profitabilitas dengan likuiditas.

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang membandingkan utang perusahaan dengan total ekuitas. Debt to Equity Ratio merupakan Financial Leverage yang dipertimbangkan sebagai variabel keuangan karena secara teoritis menunjukkan rasio suatu perusahaan sehingga berdampak pada ketidakpastian harga saham. Debt to Equity Ratio yang tinggi mempunyai dampak yang buruk terhadap kinerja perusahaan karena tingkat utang yang semakin tinggi berarti beban bunga akan semakin besar yang berarti mengurangi keuntungan. Sebaliknya, tingkat Debt to Equity Ratio yang rendah menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena menyebabkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi. gembalian yang semakin tinggi.

Tinggi rendah DER akan mempengaruhi tingkat pencapaian ROE yang dicapai oleh perusahaan. Jika biaya yang ditimbulkan oleh pinjaman (cost of debt) lebih kecil daripada biaya modal sendiri (cost of equity), maka sumber dana yang berasal dari pinjaman atau hutang akan lebih efektif dalam menghasilkan laba (meningkatkan Return On Equity) demikian sebaliknya.

Model kerangka berpikir menggambarkan variabel bebas yang terdiri dari Current Ratio (X1), dan Debt to Equity Ratio (X2) akan mempengaruhi variabel terikat yaitu Return On Equity (Y) baik secara simultan maupun parsial.

2. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis juga menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Current Ratio adalah rasio yang sangat berguna untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam hal melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, dimana bisa diketahui sampai seberapa jauh sebenarnya jumlah aktiva lancar perusahaan bisa menjamin utang lancarnya. Semakin tinggi rasio itu berarti terjamin utang-utang perusahaan kepada kreditor pada sebuah pernyataan, CR perusahaan meningkat menandakan sebuah profitabilitas perusahaan yang meningkat ditandai dengan meningkatnya nilai ROE perusahaan PT Aneka Tambang Tbk. Hal tersebut dapat disebabkan oleh faktor. "

H01: Di Duga Tidak terdapat pengaruh Current Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang, Tbk.

Ha1: Di Duga Terdapat Pengaruh Current Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang,

Tbk.

H02: Di Duga Tidak terdapat pengaruh Debt to Equity Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang, Tbk.

Ha2: Di Duga Terdapat pengaruh Debt to Equity Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang, Tbk. H03

: Di Duga Tidak terdapat pengaruh Current Ratio dan Debt to Equity Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang, Tbk.

Ha3: Di Duga Terdapat Pengaruh Current Ratio dan Debt to Equity Ratio terhadap Return On Equity pada PT. Aneka Tambang, Tbk.

METODE

Dalam melakukan penelitian diperlukan langkah-langkah yang tersusun secara sistematis untuk mendapatkan data sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Metode Penelitian adalah cara untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.

Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data yang dibutuhkan peneliti dalam mengetahui pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada PT Aneka Tambang, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 - 2020 melalui situs www.idx.co.id dan www.antam.com. terhitung mulai bulan Januari 2021 dengan menggunakan laporan keuangan PT Aneka Tambang, Tbk. Data yang diambil yaitu dari tahun 2010-2020. Penelitian ini dilakukan dengan cara bertahap mulai dari pengajuan proposal, seminar proposal, revisi proposal, pengajuan surat izin, bimbingan, tahap pengolahan data, analisa hasil dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017: 147) "Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas" sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini analisis ini digunakan untuk menjelaskan tentang variabel-variabel yang diteliti, diantaranya variabel Current Ratio (CR) dan Debt To Equity Ratio (DER) dan Return On Equity (ROE).

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.1 dapat diketahui jumlah data (N) yang digunakan sebanyak 11 data. Variabel Current Ratio (CR) mempunyai rata-rata (Mean) sebesar 284,5455 dengan Standar Deviasinya sebesar 268,95887 Variabel Debt To Equity Ratio (DER) mempunyai rata-rata (Mean) sebesar 61,1818 dengan Standar Deviasinya sebesar 15,42607 dan variabel Return On Equity Ratio (ROE) mempunyai rata-rata (Mean) 5,4545 dengan Standar Deviasinya sebesar 10,06344.

Berdasarkan Tabel 4.2 dan Grafik 4.2 Current Ratio (CR) pada PT. Aneka Tambang, Tbk fluktuatif selama periode 2010-2020, yang dimana pada tahun 2011 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 1064,23% sedangkan Current Ratio (CR) pada PT Aneka Tambang, Tbk mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 121,15%.

2. Uji Asumsi Klasik

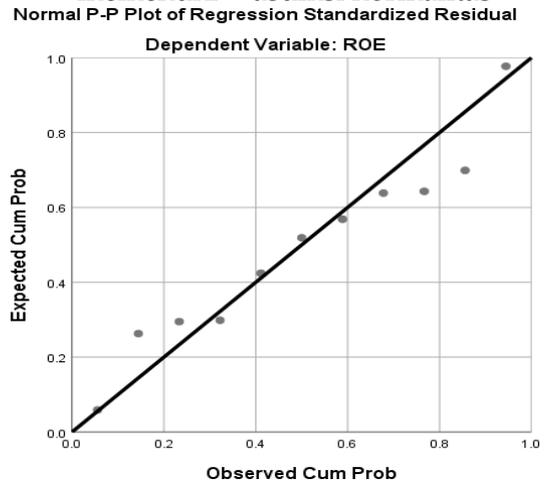
Uji Asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi linear berganda. Sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi: Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi dan Uji Linearitas. Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan model regresi

linear berganda dengan variabel dependennya adalah Return On Equity (ROE), sedangkan variabel independennya adalah Current Ratio (CR) dan Debt To Equity Ratio (DER).

a. Uji Normalitas

Kriteria pengambilan keputusan pengujian Normal Probability Menurut Ghozali (2016;154), Yaitu

- 1) Jika menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas



Grafik 1. Grafik Normal Probability

Berikut hasil pengujian Normal Probability dalam bentuk grafik dengan bantuan program SPSS (Statistical Product And Service Soution) Versi 25:

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut suatu model regresi yang dinyatakan dalam teori Imam Ghozali (2009:95) mengemukakan bahwa suatu data bebas dari multikolinearitas adalah jika mempunyai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor*

(VIF) kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Berdasarkan data hasil Uji Multikolinearitas pada tabel 4.5 diatas, maka diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing - masing variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel *Current Ratio* (X1) dan *Variable Debt to Equity Ratio* (X2) adalah $1.620 < 10$ dan nilai *Tolerance Value* $0,617 > 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini antara variable independent tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji heteroskedastisitas adalah bertujuan untuk menguji sama atau tidaknya varian residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik Scatterplot.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi secara linear antara kesalahan pengganggu periode t dan kesalahan pengganggu periode t-

e. Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2018:167) Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas didapatkan *Deviation From Linearity* dengan nilai sebesar 0.374 yang lebih besar dari tingkat $\alpha = 0,05$ yaitu 0,374

$> 0,05$ ini dapat disimpulkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi linearitas.

f. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan (berbeda nyata). Maksud dari signifikan ini adalah suatu nilai koefisien regresi yang secara statistik tidak sama dengan nol, berarti dapat dikatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk itu maka koefisien regresi harus diuji.

g. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen yaitu *Current Ratio* (X1), *Debt To Equity Ratio* (X2) terhadap variabel dependen yaitu *Return On Equity* (ROE) dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, dengan kriteria $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan pembahasan diatas yang menguji pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Equity ratio* (ROE) maka terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan pada penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Pengaruh Current Ratio (X1) secara parsial terhadap Return On Equity Ratio (Y)

Berdasarkan hasil uji T variable *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE) pada PT. Aneka Tambang, Tbk. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} untuk variable *Current Ratio* (CR) 0,186 lebih kecil dibandingkan t_{tabel} 2.262 dan nilai signifikansi 0,857 lebih besar dari α (0,05), jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,186 < 2,262$ yang

artinya H_01 diterima dan H_{a1} ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Current Ratio* (CR) bernilai negatif dan tidak memiliki pengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE).

2. Pengaruh Debt to Equity Ratio (X2) secara parsial terhadap Return On Equity ratio (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditemukan nilai signifikan pada *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah 0,030 yang berarti angka ini lebih kecil dari tingkat $\alpha = 5\%$ atau $0,030 < 0,05$, pada uji regresi berganda *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki nilai koefisien sebesar (-0,485) ini berarti apabila DER turun sebesar 1% maka ROE akan mengalami kenaikan sebesar 48,5%.

Berdasarkan hasil uji T variable *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh terhadap *Return On Equity* (ROE) pada PT. Aneka Tambang, Tbk. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai $|-2,627|$ lebih besar dibandingkan Ttabel 2,262 dan signifikansi 0.030 lebih besar dari α (0,05), jadi dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $|-2,627| > 2,262$ yang artinya H_02 ditolak dan H_{a2} diterima.

3. Pengaruh Current Ratio (X1) dan Debt to Equity Ratio (X2) terhadap Return On Equity ratio (Y)

Dalam melakukan penelitian mengenai apakah ada pengaruh secara simultan dari variable X1 dan X2 terhadap variable Y, maka penelitian ini menggunakan uji F, Berdasarkan penelitian uji F diperoleh nilai $F_{hitung} = 6,104$ dan $F_{tabel} = 5,12$, jadi $6,104 > 5,12$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,025 lebih kecil dari nilai α 0,05, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian didapat kesimpulan bahwa *Current Ratio* (X1) dan *Debt to Equity Ratio* (X2) secara positif berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* (Y). Artinya setiap perubahan yang terjadi pada variable *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER)

secara simultan berpengaruh terhadap perubahan *Return On Equity ratio* (ROE).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pengaruh variabel independen yang berupa *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel dependen pada PT. Aneka Tambang, Tbk periode 2010- 2020 Sebagai berikut:

1. Pengaruh *Current Ratio* (CR) sebagai variabel (X1) terhadap *Return On Equity* pada PT Aneka Tambang, Tbk pada periode 2010-2020. Berdasarkan hasil analisis data menentukan bahwa t_{hitung} sebesar 0,186 dengan nilai signifikan 0,857 dan t_{tabel} 2,262. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ $0,186 < 2,262$ dan signifikan $> (0,857 > 0,05)$ maka H_01 diterima dan H_{a1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Current Ratio* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Equity*.
2. Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai variabel (X2) terhadap *Return On Equity* pada PT Aneka Tambang Tbk pada periode 2010-2020. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar (-2,627) dengan nilai signifikan 0,030 dan t_{tabel} 2,262. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ $(-2,627) > 2,262$ dan signifikan $> (0,030 < 0,05)$ maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* secara parsial berpengaruh terhadap *Return On Equity*.
3. Secara simultan *Current Ratio*, dan *Debt To Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap *Return On Equity* pada PT. Aneka Tambang, Tbk pada periode 2010-2020. Hal ini dikarenakan $F_{hitung} = 6,104$ dan $F_{tabel} = 5,12$, jadi $6,104 > 5,12$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,025 lebih kecil dari nilai α 0,05, maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian didapat kesimpulan bahwa *Current Ratio* (X1) dan *Debt to Equity Ratio* (X2) secara positif berpengaruh signifikan terhadap *Return*

On Equity (Y). Artinya setiap perubahan yang terjadi pada variable *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER) secara simultan berpengaruh terhadap perubahan *Return On Equity ratio* (ROE).

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran dan masukan bagi perusahaan, saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah data atau meneliti dengan variabel lainnya agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel lain terhadap Return On Equity.
2. Bagi investor maupun calon investor diharapkan sangat perlu memperhatikan Current Ratio (CR) dan Debt to Equity Ratio (DER) pada PT. Aneka Tambang, Tbk, karena faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap Return On Equity (ROE).
3. PT. Aneka Tambang, Tbk sebaiknya menjaga agar nilai Debt to Equity Ratio dalam keadaan yang seimbang, tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Dikarenakan jika semakin tinggi tingkat Debt to Equity Ratio, semakin tinggi pula perusahaan dibiayai oleh hutang dibanding dengan modal sendiri.
4. Bagi PT. Aneka Tambang, Tbk sebaiknya para manajer lebih memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan Current Ratio (CR) dan Debt to Equity Ratio (DER) untuk berlangsung hidup perusahaan dalam menjalankan usahanya karena salah satu ukuran untuk keberlangsungan hidup dan jalannya suatu perusahaan itu sendiri mampu dalam menutupi kewajiban jangka pendeknya. Karena kedua faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap Return On Equity (ROE). Dalam hal ini perusahaan diharapkan dapat menjaga profitabilitas perusahaan, agar investor tetap tertarik untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Pandi. 2018. Manajemen Sumberdaya Manusia Teori Konsep dan Indikator. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Andri Feriyanto & Endang Shyta Triana, 2015, Pengantar Manajemen (3 IN 1), Yogyakarta: Mediaterra
- Anwar, M. (2019). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan . Jakarta:Kencana .
- Edison, Anwar, Komariyah, 2017, Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung :Alfabeta
- Fahmi, Irham. 2015. Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Fahmi, Irham. 2016. Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung : CV Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- G.R Terry, (2011). "Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah", edisi revisi, Cetakan 1, Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2015. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi 1- 10. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Hery. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.
- Ikatan Akuntan Indonesia. Hutaauruk, Martinus Robert 2017. Akuntansi Perusahaan Jasa Aplikasi Program Zahir Accounting Versi 6. Jakarta Barat : Indeks

- Kasmir, (2016), "Analisis Laporan Keuangan". Jakarta: PT Raja Grafindo. Kasmir, 2015. "Analisis Laporan Keuangan", penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir. 2016, Analisis Laporan Keuangan, cetakan 9, Jakarta. PT Rajagrafindo Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers, 2018. Mamduh M, Hanafi. 2016. Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyawan, Setia. 2015. Manajemen Keuangan. Bandung: CV PUSTAKA SETIA. Samsul. 2015. Pasar Modal dan Manajemen Portofolio. Jakarta : Erlangga.
- Nuryani, Y., & Sunarsi, D. (2020). The Effect of Current Ratio and Debt to Equity Ratio on Deviding Growth. JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi), 4(2), 304-312.
- Sarinah., Mardalena. (2017). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi Utama. Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012. Dasar - Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Keenam Cetakan Pertama. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratna. (2017). Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati Sukamulja. 2017. Pengantar Pemodelan Keuangan dan Analisis Pasar Modal. Yogyakarta :
- Yulianta, Y., Muldani, V., Nurjaya, N., Suratminingsih, S., & Wijandari, A. (2022). Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Dividen Pay Out Ratio Yang Berdampak Pada Return On Asset Pada Pt. Mandom Indonesia, Tbk Di Cibitung Periode 2010-2020. Jurnal Neraca Peradaban, 2(1), 62-72.



PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR) DAN BOPO TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA BANK MANDIRI, BANK BNI, DAN BANK BTN PERIODE 2011-2020

^{1*}Mutawali, ²Nufzatut Saniah, ³Aulia Ridha

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01175@unpam.ac.id](mailto:dosen01175@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang bagaimana Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), dan Biaya Operasional/Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap kinerja keuangan (Return On Assets (ROA)) pada Bank Mandiri, Bank BNI dan Bank BTN periode 2011-2020. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini CAR tidak berpengaruh terhadap ROA karena T hitung lebih kecil dari T tabel atau $0.902628 < 1.70329$. Hasil penelitian selanjutnya BOPO berpengaruh negatif terhadap ROA karena T hitung lebih besar dari T tabel atau $14.49545 > 1.70329$. secara simultan CAR dan BOPO berpengaruh terhadap ROA. Hasil uji koefisien determinasi yang di peroleh nilai Adjusted R-squared sebesar 0.945045. Maka dapat disimpulkan variabel independent CAR dan BOPO berpengaruh kuat terhadap variabel dependen ROA.

Kata Kunci: Capital Adequacy Ratio (CAR), Biaya Operasional / Pendapatan Operasional (BOPO), Kinerja Keuangan

Abstract

This study aims to analyze how the Effect of Capital Adequacy Ratio (CAR) and Operating Costs/Operational Income (BOPO) on Return On Assets (ROA) in Bank Mandiri, Bank BNI dan Bank BTN for the period 2011-2020. Analytical techniques use statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study, it was found that CAR variable had no effect on the ROA. This can be proven from the result that Tcount is smaller than TTable, namely $(0.902628 < 1.70329)$. This study also proves that the variable BOPO has a significant negative effect on ROA. This can be proven from the results that Tcount is greater than TTable, namely $(14.49545 > 1.70329)$. Meanwhile, together the independent variables CAR and BOPO can affect the dependent variable ROA. This can be proven from the results of the coefficient of determination test that obtained the Adjusted R-squared value of 0.945045. So it can be concluded that the independent variables CAR and BOPO have a strong effect on the dependent variable ROA.

Keywords: Capital Adequacy Ratio (CAR), Operating Costs / Operational Income (BOPO), Performance Financing

PENDAHULUAN

Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan funding (Kasmir, 2016;26).

Bank adalah lembaga yang memiliki peran sentral dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara, dimana bank menjalankan peran sebagai lembaga

intermediasi antara pihak yang memiliki kelebihan dana yang menyimpan kelebihan dananya di bank dengan pihak yang kekurangan dana yang meminjam dana ke bank, fungsi intermediasi bank akan berjalan optimal apabila surplus unit dan deficit unit memiliki kepercayaan kepada bank (Subuh et al., 2016).

Kinerja keuangan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan termasuk perbankan, karena kinerja keuangan tersebut merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan

dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya (Dalimunthe, 2016).

Bank BUMN (Bank Umum Milik Negara) merupakan bank yang seluruh modalnya berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan dan pendiriannya di bawah UU tersendiri. Bank BUMN adalah bank milik pemerintah Indonesia yang masuk dalam list BEI yang dapat memberikan sumbangan APBN dengan deviden yang diberikan kepada Negara sebagai pemilik dari bank-bank tersebut (Diffia & Santoso, 2015). Atas dasar permasalahan diatas maka peneliti membuat tiga perumusan masalah. Pertama Bagaimana pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Return On Assets (ROA) pada Sektor Perbankan BUMN yang terdaftar di BEI periode 2011 - 2020?. Kedua Bagaimana pengaruh Biaya Operasional / Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap Return On Assets (ROA) pada Sektor Perbankan BUMN yang terdaftar di BEI periode 2011 - 2020?. Ketiga Bagaimana pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Biaya Operasional/Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap Return On Assets (ROA) pada Sektor Perbankan BUMN.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Capital Adequacy Ratio (CAR)

CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber di luar bank, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang), dan lainlain. Dengan kata lain, *Capital Adequacy Ratio* (CAR) adalah rasio kinerja bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung atau menghasilkan risiko, misal kredit yang diberikan. Hubungan antara CAR dengan ROA suatu bank adalah positif, dimana jika CAR suatu bank meningkat maka ROA akan meningkat juga. Dimana

standar besarnya CAR sebesar 8% (Faisal, 2016).

2. Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO)

Rasio BOPO adalah rasio perbandingan antara biaya operasional dengan pendapatan operasional. Maka, semakin rendah rasio BOPO-nya berarti semakin baik kinerja manajemen bank sehingga akan mendapatkan laba yang maksimal”(Andriasari & Munawaroh, 2020;249).

3. Return On Assets (ROA)

ROA merupakan bagian dari kinerja keuangan. Return On Assets (ROA) merupakan indikator profitabilitas yang penting untuk mengukur kinerja suatu bank. ROA memfokuskan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam kegiatan operasional perusahaan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya(Soharinal et al., 2020).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui suatu pendekatan menggunakan uji data statistik yang akurat untuk menguji hipotesis yang ada. Data yang di olah bersumber dari laporan keuangan periode 2011 sampai dengan 2020 pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk dan PT. Bank Tabungan Negara Tbk.

Populasi yang digunakan pada penelitian adalah laporan keuangan PT Bank yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2020. Sampel yang digunakan menggunakan purposive sampling, yaitu hanya diambil sampel pada Bank Mandiri, Bank BNI dan Bank BTN periode 2011-2022 berupa neraca dan laporan laba rugi.

Teknik analisis data menggunakan regresi data panel pada evIEWS diawali dari uji asumsi klasik, uji regresi, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi dan korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	ROA	CAR	BOPO
Mean	0.017513	0.194603	0.661995
Median	0.019792	0.192585	0.645781
Maximum	0.028529	0.240192	0.952873
Minimum	0.000677	0.154645	0.515911
Std. Dev.	0.007421	0.024033	0.100100
Skewness	-0.502956	0.387348	1.267654
Kurtosis	2.417540	2.454923	4.925746
Jarque-Bera Probability	1.688896 0.429795	1.121578 0.570759	12.67035 0.001773
Sum	0.525382	5.838086	19.85985
Sum Sq. Dev.	0.001597	0.016750	0.290583
Observations	30	30	30

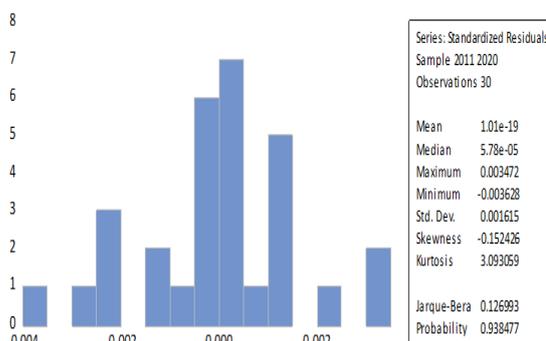
Sumber: Eviews 12, data diolah

ROA dipengaruhi *Varians minimum* sebesar 0,000677 dan *varians maximum* 0,028529 dengan standar deviasi 0,007421. CAR dipengaruhi *Varians minimum* sebesar 0,154645 dan *varians maximum* 0,240192 dengan standar deviasi 0,024033. BOPO dipengaruhi *Varians minimum* sebesar 0,515911 dan *varians maximum* 0,952873 dengan standar deviasi 0,100100

b. Analisis Kuantitatif

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 1 bahwa nilai *Probability* dari *Jarque-Bera* sebesar 0.938477 di atas nilai signifikansi alpha 5%, artinya bahwa residual terdistribusi normal, sehingga asumsi klasik dalam model regresi telah memenuhi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

	CAR	BOPO
CAR	1.000000	-0.167060
BOPO	-0.167060	1.000000

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan tabel 2, nilai uji multikolinearitas variabel independen yaitu *Capital Adequacy Ratio (CAR)* dan *Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO)* adalah -0.167060 atau lebih kecil dari 0,8, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji asumsi klasik pada Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini, salah satu untuk mendeteksi masalah heteroskedastisitas ialah dengan menggunakan Uji *Glesjer*

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.004981	0.003425	1.454358	0.1574
CAR	-0.015805	0.012589	-1.255491	0.2201
BOPO	0.001262	0.003022	0.417652	0.6795

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan tabel 3 Dapat dilihat bahwa Probabilitas dari kedua variabel independen bernilai lebih dari 0.05, artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada data tersebut.

Uji Autokorelasi

Hasil uji asumsi klasik menggunakan Uji Autokorelasi dengan Uji *Durbin-Watson* dalam penelitian ini

Tabel 4. Uji Autokorelasi

R-squared	0.952625	Mean dependent var	0.017513
Adjusted R-squared	0.945045	S.D. dependent var	0.007421
S.E. of regression	0.001740	Akaike info criterion	-9.719196
Sum squared resid	7.57E-05	Schwarz criterion	-9.485663
Log likelihood	150.7879	Hannan-Quinn criter.	-9.644487
F-statistic	125.6760	Durbin-Watson stat	1.322041
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan tabel 4 nilai dari *Durbin-Watson* yaitu sebesar 1.322041 dan untuk mendapatkan atau melihat nilai dari tabel *Durbin-Watson* dengan nilai



signifikansi 5% jumlah sampel n=30 dan jumlah variabel independen 2 (k=2) maka diperoleh nilai dU sebesar 1.2837 dan dL sebesar 1.5666. Dari uji tersebut dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji Regresi Linear Berganda

Berikut ditampilkan hasil Uji Regresi Linear Berganda
Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.056707	0.003938	14.40064	0.0000
CAR	-0.016925	0.018751	-0.902628	0.3753
BOPO	-0.054231	0.003741	-14.49545	0.0000

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Harga Saham (Y)} = 0.056707 - 0.016925 \text{ (CAR)} - 0.054231 \text{ (BOPO)} + e$$

Angka yang tertera pada persamaan diambil dari tabel estimasi *output*. Koefisien regresi untuk variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) sebesar - 0.016925 dan variabel *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) sebesar - 0.054231. Konstanta sebesar 0.056707 bernilai positif artinya menunjukkan bahwa variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) dianggap konstanta maka nilai yang terjadi pada *Return On Assets* (ROA) - 0.014449.

Koefisien regresi untuk variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) sebesar - 0.016925, artinya bahwa setiap kenaikan 1 (satu) persen dengan variabel lainnya konstan, maka *Capital Adequacy Ratio* (CAR) turun sebesar - 0.016925.

Koefisien regresi untuk variabel *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) sebesar - 0.054231, artinya bahwa setiap kenaikan 1 (satu) persen dengan variabel lainnya konstan, maka *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) naik sebesar - 0.054231.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Berikut ditampilkan untuk hasil uji t dibawah ini

Tabel 6. Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.056707	0.003938	14.40064	0.0000
CAR	-0.016925	0.018751	-0.902628	0.3753
BOPO	-0.054231	0.003741	-14.49545	0.0000

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan Tabel 6 Hasil T_{hitung} sebesar $|-0.902628|$ jika dibandingkan dengan T_{tabel} pada tingkat signifikan $0.05 = (n-k-1) = (30-2-1) = 27$ yaitu sebesar 1.70329, maka T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} ($0.902628 < 1.70329$). Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.3753 juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 ($0.3753 > 0.05$) maka, H_0 diterima H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA).

Hasil T_{hitung} sebesar $|-14.49545|$ jika dibandingkan dengan T_{tabel} pada tingkat signifikan $0.05 = (n-k-1) = (30-2-1) = 27$ yaitu sebesar 1.70329, maka T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($14.49545 > 1.70329$). Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.0000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05 ($0.0000 < 0.05$) maka, H_0 ditolak H_2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) secara parsial berpengaruh negatif terhadap *Return On Assets* (ROA).

b. Uji f

Berikut ditampilkan untuk hasil uji f dibawah ini

Tabel 7. Hasil Uji F

R-squared	0.952625	Mean dependent var	0.017513
Adjusted R-squared	0.945045	S.D. dependent var	0.007421
S.E. of regression	0.001740	Akaike info criterion	-9.719196
Sum squared resid	7.57E-05	Schwarz criterion	-9.485663
Log likelihood	150.7879	Hannan-Quinn criter.	-9.644487
F-statistic	125.6760	Durbin-Watson stat	1.322041
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan Tabel 7 nilai F_{hitung} sebesar 125.6760 sementara F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0.05 $df_1 (k-1) = (2-1) = 1$ dan $df_2 (n-k) = (30-2) = 28$ didapat F_{tabel} 4.20. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($125.6760 > 4.20$) dengan tingkat signifikan pada tabel sebesar ($0.000000 < 0.05$), maka H_0 ditolak atau H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diestimasi positif dan layak menjelaskan pengaruh variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) sebagai variabel independen terhadap *Return On Assets* (ROA) sebagai variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ditampilkan hasil Uji Koefisien Determinasi dibawah ini
Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.952625	Mean dependent var	0.017513
Adjusted R-squared	0.945045	S.D. dependent var	0.007421
S.E. of regression	0.001740	Akaike info criterion	-9.719196
Sum squared resid	7.57E-05	Schwarz criterion	-9.485663
Log likelihood	150.7879	Hannan-Quinn criter.	-9.644487
F-statistic	125.6760	Durbin-Watson stat	1.322041
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data diolah menggunakan Eviews 12

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.945045, artinya variabel independen (CAR dan BOPO) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat dependen (ROA) sebesar 94,50%. Sedangkan sisanya sebesar 5,50% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Maka dapat disimpulkan variabel independen CAR dan BOPO berpengaruh kuat terhadap variabel dependen ROA.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} $|- 0.902628| < 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.3753 yang nilainya lebih dari 0.05 sehingga H_{a1} ditolak.
- Variabel Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) secara parsial berpengaruh negative signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} $|- 14.49545| > 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.0000 yang nilainya kurang dari 0.05 sehingga H_{a2} diterima.
- Secara bersama-sama variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) dapat mempengaruhi variabel terikat dependen *Return On Assets* (ROA) sebesar 94.50%. Sedangkan sisanya sebesar 5.50% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Hal ini berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.945045. Maka dapat disimpulkan variabel independen CAR dan BOPO berpengaruh kuat terhadap variabel dependen ROA. Sehingga H_{a3} diterima.

2. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik bagi peneliti selanjutnya yaitu :

- Bagi Pimpinan sektor perbankan BUMN, perbankan konvensional, dan Lembaga Keuangan Lainnya.

Diharapkan untuk memperhatikan segala faktor yang

mampu mengoptimalkan nilai-nilai perusahaan baik dari mulai *Capital, Assets, Management, Earnings*, sampai dengan *Liquidity*. Sebab kelima merupakan dasar untuk perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Faktor-faktor tersebut harus berjalan secara bersama-sama sehingga terciptanya tujuan bersama yaitu Profitabilitas yang maksimal.

b. Bagi Investor dan Calon Investor.

Diharapkan investor melakukan analisis terlebih dahulu sebelum melakukan penanaman modal. Analisis yang dilakukan diharapkan memperhatikan segala aspek penting dalam perusahaan yang dituju tidak hanya melihat berapa besar keuntungan yang akan di terima, tetapi melihat progress kedepan perusahaan yang dituju seperti apa.

c. Bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini terbatas pada beberapa variabel rasio keuangan tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya terkait dengan kinerja perusahaan, serta populasi yang digunakan dapat diperluas kebeberapa sektor lainnya agar dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat. Penelitian ini terbatas pada periode tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah periode penelitian.

Menggunakan objek lokasi penelitian yang berbeda, tidak hanya dunia perbankan di Indonesia saja, tetapi bisa menggunakan perbankan di negara lain, sehingga memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriasari, W. S., & Munawaroh, S. U. (2020). Analisis Rasio CAMEL (Capital, Asset, Management, Earnings, Equity dan Liquidity) pada Tingkat Kesehatan Bank (Studi Kasus BRI Syariah Periode 2018-2019). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 237. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8795>
- Dalimunthe, I. P. (2016). Analisis Pengaruh Loan to Deposit Ratio (LDR), Net Interest Margin (NIM), Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), dan Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Return On Asset (ROA) pada Bank Umum yang terdaftar pada BEI (Studi kasus PT. Bank MNC, PT). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(1).
- Diffia, H. A., & Santoso, A. L. (2015). Analisis Kinerja Keuangan Bank Bumh Periode 2012-2014. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Faisal. (2016). *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 8, No.2, Desember 2020. 8(2), 112-128.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Soharinal, P. N., Mus, A. R., & Andriani, B. (2020). Pengaruh Net Interest Margin , Loan to Deposit Ratio dan Non Performing Loan Terhadap ROA. *Center of Economic Student Journal*, 3(3), 312-319.
- Subuh, L., Zuhroh, I., & Abdullah, M. F. (2016). Komparasi Kinerja Keuangan Bank Nasional Dan Bank Asing Tahun 2010-2014. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(2), 204. <https://doi.org/10.22219/jep.v14i2.3892>.



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT PRIMA AUTOWORLD DI BINTARO TANGERANG SELATAN

^{1*}Haerunnisa, ²Galuh Artika, ³Lidya Laras Murdiantoro Pratama, ⁴Yuliana, ⁵Sarwani

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*nisasimamora97@gmail.com](mailto:nisasimamora97@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 38,0%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($7,584 > 1,984$). Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 41,3%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,136 > 1,984$). Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 11,106 + 0,331X_1 + 0,400X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 49,4%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($45,341 > 2,700$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at PT Prima Autoworld in Bintaro, South Tangerang. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that service quality has a significant effect on consumer satisfaction by 38.0%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($7.584 > 1.984$). Price has a significant effect on customer satisfaction by 41.3%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($8.136 > 1.984$). Service quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction with the regression equation $Y = 11.106 + 0.331X_1 + 0.400X_2$ and the contribution of the influence is 49.4%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or ($45.341 > 2,700$).

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Secara umum konsumen akan lebih memilih perawatan kendaraan yang nyaman dan terjamin kualitasnya, karena itu peluang dan persaingan bisnis perawatan semakin banyak, dari merek dan tipe kendaraan, bengkel resmi dan bengkel umum, persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Salah satu strategi perusahaan untuk lebih bersaing adalah dengan melakukan strategi pelayanan prima, sehingga tercipta konsumen yang setia, customer for life.

Dalam kegiatan bisnis authorized dealer terdapat pihak pengguna jasa dan pihak authorized dealer sendiri. Pihak

pengguna jasa antara lain perusahaan, dan perorangan. Pihak authorized dealer yaitu pihak yang menyediakan jasa penjualan unit baru, perawatan berkala, perbaikan dan penyediaan suku cadangnya.

Dengan pesatnya dunia otomotif baru-baru ini, telah menjadi tantangan tersendiri untuk para perusahaan authorized dealer, terutama jika dikaitkan dengan kinerja mereka agar bisa tampil menonjol dibandingkan kompetitornya. Tak bisa sembarang lagi tampil untuk menarik calon pembeli atau customer. Seorang marketing dapat dengan cepat menarik perhatian calon pembeli atau penyewa dengan cara mengidentifikasi kesalahan-kesalahan dalam

proses pelayanan dan kegiatan pendukungnya. Mereka harus lebih mengenali dan mengetahui besarnya harapan konsumen dan diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Perkembangan bisnis di pasar global semakin meningkat, membuat persaingan diantara para pelaku usaha juga semakin ketat. Di satu sisi, dengan pasar global memperluas pasar produk, di sisi lain keadaan tersebut menimbulkan persaingan yang semakin tajam, dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih membuahakan kesadaran bagi produsen untuk dapat memanfaatkan peluang bisnis yang potensial bagi perusahaan. Salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi adalah dengan mempertahankan kepuasan konsumennya.

Kualitas pelayanan jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh konsumen. Konsumen akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan layanan yang lebih baik.

Tingginya tingkat persaingan direfleksikan dengan semakin sensitifnya tuntutan konsumen terhadap faktor yang dapat memberikan kepuasan ataupun mengurangi resiko kegagalan dalam bisnis. Selama ini evaluasi kinerja yang dimiliki perusahaan untuk membangun kepuasan konsumen dirasakan masih sangat kurang. Hal itu yang akhirnya juga akan memiliki akibat konsumen tidak puas.

Pada kenyataan saat ini masih ada pelayanan yang diterima oleh konsumen dianggap belum baik, kondisi ini tentu harus mendapatkan perhatian dari perusahaan. Menurut Lupiyohadi (2018) menegaskan bahwa "Kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan konsumen, yaitu pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan konsumen daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan

kesetiaan konsumen". PT. Prima Autoworld Depok dalam upaya meningkatkan pelayanan, perusahaan menciptakan standar pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, proaktif, dan optimal sehingga menimbulkan kesan excellence. Kondisi riil atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan saat ini dari hasil pra-riset yang penulis lakukan telah di temukan beberapa masalah seperti yang tampilkan pada tabel di atas, memperlihatkan bahwa masih banyaknya konsumen yang tidak mendapatkan penanganan yang tepat. Hal tersebut dapat mengakibatkan menurunnya kepuasan dari konsumen, dan itu artinya mengurangi profit yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Usaha untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran untuk produknya, salah satunya adalah dengan penentuan harga (price) yang mampu bersaing dengan kompetitor juga memperhatikan biaya promosi agar sesuai dengan segmentasi pasar perusahaan. Harga menurut Tjiptono (2017) merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang dan jasa. Sudut pandang konsumen mengatakan harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan dengan harga.

Banyaknya variabel yang memegang peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran jasa dan produk perusahaan seperti yang dipaparkan dalam pada latar belakang dan permasalahan yang timbul serta pendapat ahli tersebut, maka penulis tertarik melakukan kegiatan penelitian dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT. Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Definisi lain kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Lovelock yang dikutip oleh Tjiptono (2017:270) merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2017:216) bahwa "kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

2. Harga

Harga merupakan satu-satunya dari unsur bauran pemasaran yang bisa mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Harga sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah dengan sendirinya. Harga merupakan label yang ada dalam sebuah produk yang harus dibayar agar bisa mendapatkan produk / jasa. Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Pelanggan sering melakukan perbandingan harga produk sebelum melakukan pembelian. Harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap harga para pesaing, Tjiptono (2016).

3. Kepuasan Konsumen

Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan

keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan pelanggan, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan pelanggan menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan. Menurut Yazid (2016) mengemukakan bahwa "Kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjukkerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin pelanggan akan merasa kecewa. Sebaliknya, apabila unjukkerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan meningkat".

METODE

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden PT Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, mean score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

	No	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	96	32	48	38.35	3.756
Harga (X2)	96	30	45	38.39	3.692
Kepuasan Konsumen (Y)	96	32	46	39.16	3.474
Valid N (listwise)	96				

Kualitas pelayanan diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,35 dengan standar deviasi 3,756.

Harga diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 45 dengan mean score sebesar 38,39 dengan standar deviasi 3,692.

Kepuasan konsumen diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,16 dengan standar deviasi 3,474.

b. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.106	2.958		3.755	.000
	Kualitas pelayanan (X1)	.331	.086	.357	3.845	.000
	Harga (X2)	.400	.087	.425	4.578	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,106 + 0,331X1 + 0,400X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 11,106 diartikan jika kualitas pelayanan dan harga tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen sebesar 11,106 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,331, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,331 maka kepuasan konsumen juga

akan mengalami peningkatan sebesar 0,331 point.

- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,400, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan harga sebesar 0,400 maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,400 point.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

		Correlations ^b	
		Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.616**
	Sig. (2-tailed)		0
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,616 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

		Harga (X2)	Kepuasan Konsumen (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	.643**
	Sig. (2-tailed)		0
Kepuasan Konsumen (Y)	Pearson Correlation	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian artinya harga memiliki hubungan yang diperoleh nilai korelasi sebesar 0,643 kuat terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	0.494	0.483	2.499

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,703 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	0.38	0.373	2.751

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,380 artinya kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 38,0% terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	0.413	0.407	2.675

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,413 artinya harga memiliki kontribusi pengaruh sebesar 41,3% terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	0.494	0.483	2.499

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,494 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49,4% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi faktor lain.

4. Uji Hipotesis
Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	17.3	2.896		5.97	0
Kualitas Pelayanan (X1)	0.57	0.075	0.616	7.58	0

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,584 > 1,984), dengan demikian hipotesis pertama

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	15.94	2.867		5.56	0
Harga (X2)	0.605	0.074	0.643	8.14	0

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,136 > 1,984), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen diterima.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	566.094	2	283.047	45.34	.000 ^b
Residual	580.563	93	6.243		
Total	1146.656	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (45,341 > 2,700),

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas

pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih kecil dari $T_{tabel} \mid -0.902628 \mid < 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.3753 yang nilainya lebih dari 0.05 sehingga H_{a1} ditolak.
- b. Variabel Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) secara parsial berpengaruh negative signifikan terhadap *Return On Assets* (ROA). Hal ini berdasarkan hasil pengujian T_{hitung} lebih besar dari $T_{tabel} \mid -14.49545 \mid > 1.70329$ dan berdasarkan nilai *probability* sebesar 0.0000 yang nilainya kurang dari 0.05 sehingga H_{a2} diterima.
- c. Secara bersama-sama variabel *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional (BOPO) dapat mempengaruhi variabel terikat dependen *Return On Assets* (ROA) sebesar 94.50%. Sedangkan sisanya sebesar 5.50% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Hal ini berdasarkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.945045. Maka dapat disimpulkan variabel independent CAR dan BOPO berpengaruh kuat terhadap variabel dependen ROA. Sehingga H_{a3} diterima.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik bagi peneliti selanjutnya yaitu :

- a. Bagi Pimpinan sektor perbankan BUMN, perbankan konvensional, dan Lembaga Keuangan Lainnya.

Diharapkan untuk memperhatikan segala faktor yang mampu mengoptimalkan nilai-nilai perusahaan

baik dari mulai *Capital, Assets, Management, Earnings*, sampai dengan *Liquidity*. Sebab kelimitya merupakan dasar untuk perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Faktor-faktor tersebut harus berjalan secara bersama-sama sehingga terciptanya tujuan bersama yaitu Profitabilitas yang maksimal.

- b. Bagi Investor dan Calon Investor.

Diharapkan investor melakukan analisis terlebih dahulu sebelum melakukan penanaman modal. Analisis yang dilakukan diharapkan memperhatikan segala aspek penting dalam perusahaan yang dituju tidak hanya melihat berapa besar keuntungan yang akan di terima, tetapi melihat progress kedepan perusahaan yang dituju seperti apa.

- c. Bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini terbatas pada beberapa variabel rasio keuangan tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya terkait dengan kinerja perusahaan, serta populasi yang digunakan dapat diperluas ke beberapa sektor lainnya agar dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat. Penelitian ini terbatas pada periode tertentu sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah periode penelitian.

Menggunakan objek lokasi penelitian yang berbeda, tidak hanya dunia perbankan di Indonesia saja, tetapi bisa menggunakan perbankan di negara lain, sehingga memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriasari, W. S., & Munawaroh, S. U. (2020). Analisis Rasio CAMEL (Capital, Asset, Management, Earnings, Equity dan Liquidity) pada Tingkat Kesehatan Bank (Studi Kasus BRI Syariah Periode 2018-2019). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 237. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8795>

- Dalimunthe, I. P. (2016). Analisis Pengaruh Loan to Deposit Ratio (LDR), Net Interest Margin (NIM), Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO), dan Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Return On Asset (ROA) pada Bank Umum yang terdaftar pada BEI (Studi kasus PT. Bank MNC, PT. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(1).
- Diffia, H. A., & Santoso, A. L. (2015). Analisis Kinerja Keuangan Bank Bumh Periode 2012-2014. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 5(1).
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464-472.
- Faisal. (2016). *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol. 8, No.2, Desember 2020. 8(2), 112-128.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mutaufiq, A., & Suherman, S. (2021). Pengaruh Perencanaan Produksi Dan Pengendalian Produksi Terhadap Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 45-57.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147-153.
- Soharinal, P. N., Mus, A. R., & Andriani, B. (2020). Pengaruh Net Interest Margin , Loan to Deposit Ratio dan Non Performing Loan Terhadap ROA. *Center of Economic Student Journal*, 3(3), 312-319.
- Subuh, L., Zuhroh, I., & Abdullah, M. F. (2016). Komparasi Kinerja Keuangan Bank Nasional Dan Bank Asing Tahun 2010-2014. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(2), 204. <https://doi.org/10.22219/jep.v14i2.3892>.



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ANANDA DI CILEDUG KOTA TANGERANG

¹Hari Rori, ²Ainun Nur Anita, ³Tuti Mayang, ⁴Ahmad Faisal, ⁵Hamsinah B.

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*rori.abuashif@gmail.com](mailto:rori.abuashif@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Ananda di Ciledug Kota Tangerang. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 44,7%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,904 > 1,984$). Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 40,0%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,086 > 1,984$). Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,643 + 0,399X_1 + 0,319X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 51,3%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($51,111 > 2,700$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and price on purchasing decisions at Ananda Stores in Ciledug, Tangerang City. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that service quality has a significant effect on purchasing decisions by 44.7%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($8,904 > 1,984$). Price has a significant effect on purchasing decisions by 40.0%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($8.086 > 1.984$). Service quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 11.643 + 0.399X_1 + 0.319X_2$ and the contribution of the influence is 51.3%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or ($51.111 > 2,700$).

Keywords: Service Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Di Indonesia dengan jumlah penduduk yang terbesar keempat di dunia menjadikannya salah satu target tempat pemasaran produk yang potensial. Banyaknya permintaan barang maupun jasa dari konsumen menjadikannya daya Tarik tersendiri. Semua pelaku bisnis baik dalam maupun luar negeri berlomba lomba untuk menciptakan produk yang di inginkan konsumen dan memasarkannya di wilayah Indonesia. Kegiatan tersebut dilakukan semata mata untuk mencari keuntungan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa barang maupun jasa.

Namun hal tersebut tidaklah mudah di zaman sekarang ini. Perkembangan teknologi dan globalisasi yang cepat, menyebabkan perubahan besar pada pasar. Seiring dengan perubahan yang terjadi di dunia pemasaran, maka para pelaku bisnis pun harus terus berubah dan berinovasi karena persaingan antar perusahaan yang sejenis maupun yang tidak sejenis dalam upaya menguasai pasar akan semakin meningkat. Konsumen pun akan semakin menuntut perusahaan untuk memberikan layanan yang optimal.

Masalah yang ditimbulkan dalam perusahaan adalah cara perusahaan tersebut di dalam melakukan kegiatan menyebarkan

informasi kepada para konsumennya, karena banyak konsumen yang ragu akan kualitas suatu produk serta layanan/fasilitas yang dibuat oleh perusahaan. Sebelum melakukan pembelian adanya hal tersebut menjadikan konsumen sulit atau bahkan tidak bisa dalam membedakan kualitas produk, baik kualitas yang tinggi ataupun kualitas rendah (Leisching et al., 2012). Konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai brand tersebut guna mengumpulkan informasi-informasi yang didapatkan sehingga tercipta informasi yang efisien. Dalam hal ini brand mampu memberikan kemudahan untuk konsumennya dalam mengumpulkan suatu informasi akan barang maupun jasa. Manfaat utama dalam pencarian suatu informasi adalah untuk mengurangi adanya risiko dalam belanja.

Tidak terkecuali Ananda yang merupakan salah satu toko yang menjual fashion pria yaitu kemeja flannel, kemeja batik, sandal, kaos, baju koko, kemeja polos dan lainnya yang terletak di Kota, dengan banyaknya persaingan membuat mereka harus mengikuti penjualan secara berlomba karena omset yang didapatkan lebih banyak. Saat ini bisnis toko baju masih diminati oleh banyak orang, namun tak jarang banyak juga dari pelaku bisnis ini terpaksa menutup usahanya dikarenakan sepi pembeli. Salah satu penyebab toko baju sepi pembeli adalah kurangnya strategi dalam pemasaran toko baju mereka, walaupun dari sekian banyak toko baju tersebut sudah menggunakan program toko baju. Agar toko baju bisa terlihat berbeda dengan toko yang lain, maka harus memiliki ciri khas. Hal yang harus dilakukan dengan mencari keunikan toko, baik dari sisi barang yang dijual maupun pelayanan yang ditawarkan. Jika toko tersebut memiliki ciri khas maka orang akan lebih mudah untuk mengingatnya. Ini artinya toko tersebut akan menjadi lebih cepat dikenal dan pembeli akan selalu bertambah dari waktu ke waktu.

Toko Ananda dimana di toko ini menjual dari berbagai model dan

peruntukannya mulai dari anak-anak hingga dewasa dan orang tua. Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan. Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Dengan mengikuti trend masa kini yang semakin beraneka ragam model dan pilihan menjadikan bisnis pakaian harus mampu menyediakan apa yang menjadi harapan konsumen.

Upaya untuk menarik para konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada menjadi penting dilakukan oleh perusahaan. Kesetiaan konsumen menjadi aset penting bagi sebuah perusahaan. Oleh karenanya perlu adanya kepercayaan. Namun seiring dengan menurunnya jumlah penjualan, juga disertai dengan menurunnya jumlah konsumen. Kondisi ini jelas harus segera diperbaiki mengingat konsumen yang tidak puas akan cenderung beralih membeli ke kompetitor. Menurunnya hasil pelayanan dan jumlah konsumen yang semakin berkurang jelas harus segera diatasi, penulis mensinyalir ada beberapa aspek yang menyebabkan jumlah penjualan tidak mencapai target seperti kualitas pelayanan yang kurang sesuai dengan standar dan pelayanan yang kurang maksimal.

Disamping kualitas pelayanan, faktor pelayanan juga menjadi penyebab dari menurunnya penjualan. Dalam upaya meningkatkan pelayanan, perusahaan menciptakan standar pelayanan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, proaktif, dan optimal sehingga menimbulkan kesan excellence. Hal ini selaras dengan pendapat Lupiyohadi (2016:199) yang menegaskan bahwa "Harga memiliki pengaruh asimetris terhadap konsumen dimana pelayanan yang buruk akan berakibat lebih besar terhadap keputusan pembelian dan sebaliknya pelayanan yang baik akan mampu meningkatkan pembelian. Masih banyak ditemukan konsumen yang masih mengeluhkan terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko Ananda kepada konsumen yang membeli. Salah satunya

komplainnya adalah produk yang kurang lengkap, salah kirim produk/motif dan masih banyak keluhan dari konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, maka konsumen akan merasa puas, apabila pelayanan lebih rendah dari tingkat yang diharapkan maka konsumen akan merasa tidak puas. Konsumen yang tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan secara otomatis akan menginformasikan ketidakpuasan mereka kepada orang lain.

Harga merupakan salah satu faktor seleksi ketika konsumen memilih suatu produk termasuk fashion. Sering konsumen individu menempatkan harga sebagai faktor utama ketika mengevaluasi beberapa pilihan. Asumsi keterhubungan harga dengan keputusan pembelian seseorang inilah yang menjadi satu kepercayaan pasar (market belief) yang paling meresap. Konsumen akan berpikir memperoleh harga yang tidak mahal, relevan dan dengan sistem pembayaran yang tidak bertele-tele. Sebenarnya hal ini harusnya patut mendapatkan sesuai dengan yang dibayarkan konsumen.

Manajer dapat meningkatkan penjualan dengan mengkombinasikan format harga yang ditetapkan di toko melalui harga reguler, harga spesial, combination deals, kupon, hadiah, kontes, paket promosi dan penawaran lainnya. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Teek Hua, Christopher S. Tang (2016) dalam jurnalnya "Relation Shopping Behavior and the option value of variable pricing" menemukan bahwa format harga yang ditetapkan peritel berdampak pada frekwensi belanja dan perilaku pembelian pada relation shopper. Ternyata konsumen yang mengunjungi toko dengan varian harga yang tinggi cenderung membeli produk dalam jumlah sedikit, namun belanja lebih sering dan toko yang menerapkan harga rata-rata reguler lebih terjangkau maka konsumen cenderung membeli dalam jumlah banyak.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis

tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Ananda di Ciledug Kota Tangerang".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Menurut Sutrisno (2016) mendefinisikan "Kualitas pelayanan adalah perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur pelayanan yang ada atau sikap dan tingkah laku serta perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis". Dalam penelitian ini indikator yang digunakan meliputi: taat terhadap aturan waktu taat terhadap aturan organisasi, taat terhadap aturan perilaku dalam pelayanan, taat terhadap peraturan lainnya.

2. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:312) menyatakan bahwa "harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa".

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Keputusan pembelian merupakan

bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, Kotler dan Armstrong (2018:177).

METODE

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk

mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden Toko Ananda di Ciledug Kota Tangerang sedangkan Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, mean score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	100	32	48	38.38	3.829
Harga (X2)	100	30	45	38.29	3.650
Keputusan Pembelian (Y)	100	32	46	39.17	3.426
Valid N (listwise)	100				

Kualitas pelayanan diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,38 dengan standar deviasi 3,829.

Harga diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians

b. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

maximum 45 dengan mean score ebesar 38,29 dengan standar deviasi 3,650.

Keputusan pembelian diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,17 dengan standar deviasi 3,426.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.643	2.750			4.234	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.399	.084	.445		4.743	.000
Harga (X2)	.319	.088	.340		3.624	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,643 +$

$0,399X1 + 0,319X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1) Konstanta sebesar 11,643 diartikan jika kualitas pelayanan dan harga

tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,643 point.

- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,399, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,399 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,399 point.
- 3) Koefisien regresi harga sebesar 0,319, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan harga sebesar 0,319

maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,319 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

		Kualitas Pelayanan (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.669**
	Sig. (2-tailed)		0
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

		Harga (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Harga (X2)	Pearson Correlation	1	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,633 artinya harga memiliki hubungan

yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.503	2.415

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,716 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki hubungan

yang kuat terhadap keputusan pembelian

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui

besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial

maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.669 ^a	.447	.442	2.560

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,447 artinya kualitas pelayanan

memiliki kontribusi pengaruh sebesar 44,7% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.400	.394	2.667

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,400 artinya harga memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 40,0% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.503	2.415

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,513 artinya kualitas pelayanan dan harga secara simultan memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 51,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas

pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	16.205	2.592		6.252	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.598	.067	.669	8.904	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,904 > 1,984),

dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	16.431	2.825		5.816	.000
Harga (X2)	.594	.073	.633	8.086	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,086 > 1,984), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	596.286	2	298.143	51.111	.000 ^b
Residual	565.824	97	5.833		
Total	1162.110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (51,111 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,669 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,7%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,904 > 1,984). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat

berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,633 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,0%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,086 > 1,984). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,643 + 0,399X1 +$

0,319X2, nilai korelasi sebesar 0,716 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,3% sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (51,111 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,7%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,904 > 1,984).
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,0%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,086 > 1,984).
3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,3% sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (51,111 > 2,700).

Saran

1. Perusahaan harus membenahi area parkir dan fasilitas lainnya mengingat lokasi yang dekat dengan keramaian lalu lintas memerlukan area parkir yang nyaman
2. Perusahaan harus benar-benar memperhatikan harga jual produk pakaian yang dijual mengingat selisih sedikit saja dengan harga kompetitor bisa membuat konsumen memiliki persepsi lain
3. Keputusan perusahaan dapat ditingkatkan dengan menjaga konsumen dengan perilaku pasca pembelian yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Wilayah Cianjur, Jawa Barat: Rineka Cipta.
- Erlangga, H., Nurjaya, N., Sunarsi, D., Mas'adi, M., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di PT Panca Sakti Perkasa Di Bintaro. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 464-472.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Wilayah Cianjur, Jawa Barat: Edisi tiga. Andi.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Wilayah Cianjur, Jawa Barat: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Wilayah Cianjur, Jawa Barat. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Keller dan Armstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Wilayah Cianjur, Jawa Barat: Erlangga.
- Kevin Keller dan Armstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Wilayah Cianjur, Jawa Barat: Erlangga.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Wilayah Cianjur, Jawa Barat.

- Kotler (2016) "Manajemen Pemasaran". Edisi Keempat belas, Wilayah Cianjur, Jawa Barat: PT. Indeks.
- Lupiyoadi (2016) Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 4, Wilayah Cianjur, Jawa Barat: Salemba Empat.
- Philip Kotler (2017) Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat Belas, Wilayah Cianjur, Jawa Barat: PT. Indeks.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Rao, Purba, (2012). "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis", The Asian.
- Rivai Veithzal (2015) Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Wilayah Cianjur, Jawa Barat, 2010.
- Santoso, Singgih (2015). "Menguasai Statistik Multivariat". Wilayah Cianjur, Jawa Barat: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) "Metode Statistika", Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), "Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "Metode Riset Pemasaran". Bandung: Alfabeta.



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT ALUMINIUM BAJA LESTARI DI CIBITUNG BEKASI

^{1*}Tara Anggoman, ²Ira Mafaza, ³Suci Citrawati Wafid, ⁴Raden Taufik Nur Hidayat, ⁵Ali Maddinsyah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*anggomantara98@gmail.com](mailto:anggomantara98@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Alumunium Baja Lestari di Cibitung Bekasi. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 44,5%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($8,868 > 1,984$). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 39,3%, uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($7,968 > 1,984$). Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,950 + 0,399X_1 + 0,311X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 51,0%, uji hipotesis diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau ($50,552 > 2,700$).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer purchasing decisions at PT Alumunium Baja Lestari in Cibitung Bekasi. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that product quality has a significant effect on purchasing decisions by 44.5%, hypothesis testing is obtained $t_{count} > t_{table}$ or ($8.868 > 1.984$). Service quality has a significant effect on purchasing decisions by 39.3%, hypothesis testing is obtained $t_{count} > t_{table}$ or ($7.968 > 1.984$). Product quality and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 11.950 + 0.399X_1 + 0.311X_2$ and the contribution of the influence is 51.0%, hypothesis testing is obtained $F_{count} > F_{table}$ or ($50.552 > 2,700$).

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Salah satu usaha yang ikut tumbuh subur dimasa kini adalah penjualan baja dan besi beton. Beberapa tahun terakhir, baja dan besi beton yang di gunakan untuk mendukung struktur bangunan, terbilang cukup besar. Kebutuhan baja dan besi juga beragam, baik dalam jenis maupun ukurannya. Alhasil, banyak konsumen yang senang berbelanja bahan bangunan ini di toko-toko yang khusus menjual besi dan baja. Tak heran, toko ritel besi dan baja ini bermunculan mengikuti pertumbuhan proyek property di suatu daerah, maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak

pilihan untuk memilih pembelajaran produk yang memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga dan promosi serta tentunya produk yang berkualitas sehingga menarik minat pembeli. dengan banyaknya bisnis toko ritel besi dan baja yang bermunculan, maka membuat pesaing diantara toko besi lainnya semakin tinggi, oleh sebab itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat mempertahankan konsumen agar mampu bertahan dibisnis ini. Salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan tinggi.

PT Alumunium Baja Lestari tersendiri dalam hal ini perusahaan yang ingin

berkembang dan ingin maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi dimana kegiatan efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari produk atau kualitas yang dihasilkan adalah dengan cara mempertahankan kepuasan konsumen.

Selain mengutamakan kualitas produk PT Alumunium Baja Lestari juga mengutamakan Pelayanan karena meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan pesaing. Kualitas pelayanan sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis, selain menawarkan berbagai macam produk, perbaikan disisi teknologi dan informasi, pelayanan fisik, dan pelayanan non fisik dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Berdasarkan prasurvey yang dilakukan bahwa kualitas produk PT Alumunium Baja Lestari masih ada yang kurang sesuai dengan semestinya, inilah yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih produk terutama bahan yang digunakan dalam membuat produk tersebut. ini menjadi perhatian tersendiri bagi PT Alumunium Baja Lestari meningkatkan kembali kualitas produk agar mereka dapat bersaing dengan kompetitornya. Bahwa untuk mencapai tahap keputusan pembelian diperlukan adanya pelayanan yang baik disamping faktor lain yang melekat pada produk tersendiri. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa berkualitas dengan harga yang murah, penyerahan yang lebih cepat, dan pelayanan yang baik kepada para konsumen pada sebuah perusahaan dibidang pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola perusahaan dengan baik

Suatu perusahaan dibidang pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting dikelola

perusahaan dengan baik . edangkan Dalam lingkungan persaingan global yang semakin ketat dengan dengan masuknya beberapa produk yang inovatif ke pemasaran disatu sisi dan kondisi pasar yang semakin jenuh untuk beberapa produk tertentu dsisi lain, menyebabkan tugas untuk mengelola loyalitas konsumen menjadi tantangan manajerial yang tidak ringan, kepergian konsumen merupakan salah satu kadar ukuran yang paling nyata dalam bisnis. Kepergian Konsumen merupakan pertanda yang paling mungkin, bahwa konsumen melihat suatu aliran nilai yang merosot dari suatu perusahaan. Perlu disadari oleh perusahaan bahwa setiap komplain yang diterima konsumen merupakan indikasi konsumen tersebut masih akan tetap setia. sudah seharusnya setiap komplain yang disampaikan oleh para konsumen yang mempunyai masalah, disambut dengan ucapan terima kasih oleh petugas pelayanan (Kasir).

Perusahaan wajib berterima kasih Karena komplain memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melakukan penyempurnaan. jika hal ini dapat diatasi dengan baik maka konsumen tidak ragu untuk tetap memilih PT Alumunium Baja Lestari sebagai toko besi utama. Data tersebut merupakan salah satu komplain konsumen PT Alumunium Baja Lestari. PT Alumunium Baja Lestari pada setiap bulanya mengalami kenaikan data keluhan atau komplain. berikut data pelayanan konsumen PT Alumunium Baja Lestari.

Keluhan pelayanan konsumen pada PT Alumunium Baja Lestari selalu mengalami penurunan dalam melayani konsumen yang ingin berbelanja dan ingin mengajukan complain pada PT Alumunium Baja Lestari dan tidak melaukan standar pelayanan yang seharusnya dilakukan. Hal ini dikarenakan pelayanan yang kurang cepat tanggap dan akurat dari setiap petugas yang kurang sopan serta antusias terhadap konsumen yang membeli di PT Alumunium Baja Lestari. Menurut Basu dan Swastha (2014:167) Keputusan pembelian adalah pengalaman yang didasarkan pada

pengalaman tentang penilaian yang dibuat oleh konsumen mengenai sejauh mana ekspektasinya terhadap produk maupun jasa yang dapat diwujudkan.

Penilaian tersebut didasarkan pada evaluasi dari persepsi konsumen yang berkaitan dengan pengalaman pembelian atau *value* yang dimilikinya yang memfasilitasi pencapaian tujuan konsumen. Banyak hal yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Berdasarkan penjabaran diatas, penulis bermaksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka mendorong penulis untuk menjadikan kualitas pelayanan sebagai topik ini dengan tema "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT Alumunium Baja Lestari di Cibitung Bekasi".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Penetapan harga menurut Alma (2015) adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan di ikuti dalam jangka waktu tertentu. Harga yang di tetapkan lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harganya ternyata terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba.

2. Pelatihan Kerja

Kotler dalam Alma (2019), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2017), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan

konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2017), yaitu keandalan, jamin, bukti fisik, empati an dan daya tanggap.

3. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013) adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah pruduk. Oleh karna itu pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tidak lanjut yang nyata, setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan. Adapun indicator yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017) antara lain pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

METODE

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden PT Alumunium Baja Lestari di Cibitung Bekasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk (X1)	100	30	48	38.43	3.822
Kualitas Pelayanan (X2)	100	30	45	38.26	3.650
Keputusan Pembelian (Y)	100	32	46	39.19	3.390
Valid N (listwise)	100				

Kualitas produk diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 38,43 dengan standar deviasi 3,822.

Kualitas pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 30 dan *varians maximum* 45 dengan *mean score* sebesar 38,26 dengan standar deviasi 3,650.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 39,19 dengan standar deviasi 3,390.

2. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.950	2.737			4.367	.000
Kualitas Produk (X1)	.399	.083	.450		4.819	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.311	.087	.335		3.593	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,950 + 0,399X1 + 0,311X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 11,950 diartikan jika kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,950 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,399, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,399 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan

sebesar 0,399 point.

- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,311, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,311 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,311 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

		Kualitas Produk (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Produk (X1)	Pearson Correlation	1	.667**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,677 artinya kualitas produk memiliki

hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

		Kualitas Pelayanan (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	1	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,627 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.500	2.396

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,714 artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

c. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.440	2.538

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,445 artinya kualitas produk

memiliki kontribusi pengaruh sebesar 44,5% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.387	2.654

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,393 artinya kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 39,3% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.500	2.396

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,510 artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 51,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 49,0% dipengaruhi faktor lain.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	16.453	2.577		6.386	.000
Kualitas Produk (X1)	.592	.067	.667	8.868	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,868 > 1,984), dengan demikian hipotesis pertama

yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	16.92	2.808		6.02	0
1 Kualitas Pelayanan (X2)	0.582	0.073	0.627	7.97	0

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($7,968 > 1,984$), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	580.479	2	290.239	50.55	.000 ^b
	Residual	556.911	97	5.741		
	Total	1137.39	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($50,552 > 2,700$), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($7,968 > 1,984$). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,677 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,5%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,868 > 1,984$). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,627 atau memiliki hubungan yang kuat

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,950 + 0,399X_1 + 0,311X_2$, nilai korelasi sebesar 0,714 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,0% sedangkan sisanya sebesar 49,0% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($50,552 > 2,700$). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.



PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 44,5%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,868 > 1,984$).
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($7,968 > 1,984$).
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 51,0% sedangkan sisanya sebesar 49,0% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($50,552 > 2,700$).

Saran

1. Perusahaan harus mampu menerapkan harga produk yang bervariasi dan menyeimbangkan dengan tingkat kemampuan harga dipasaran
2. Perusahaan harus mampu memanfaatkan teknologi terkait dengan promosi agar dapat memberikan informasi kepada konsumen secara cepat dan efektif.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus secara kontinyu mengadakan survey pasar terkait dengan penentuan harga yang kompetitif serta meningkatkan pelayanan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Cibitung Bekasi: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Cibitung Bekasi: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Cibitung Bekasi: Gramedia Pustaka Utama
- Griffin R.W., & Ronald, J.E. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cibitung Bekasi: Raja.
- Haudi, H., Wijoyo, H., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 11(2a), 9-16.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Cibitung Bekasi. *Disrupsi Binis*, 1(1).
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Keller dan Armstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Cibitung Bekasi: Erlangga.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Cibitung Bekasi.
- Kotler (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. Edisi Keempat belas, Cibitung Bekasi: PT. Indeks.
- Lupiyadi, Rambat (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2 , Cibitung Bekasi : Salemba Empat.
- Mani, J. (2017). Pengaruh Persepsi Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada PT. Bisma Narendra Di Cibitung Bekasi). *Jurnal Mandiri*, 1(2), 187-206.

- Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Konsumen Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri*, 2(2), 263-280.
- Nulhaqim, S. A., & Sulastri, S. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Organisasi Pelayanan Sosial Relawan Muda Riau. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 9(1), 155-170.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Cibitung Bekasi: PT. Indeks.
- Rao, Purba, (2012). *"Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis"*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *"Menguasai Statistik Multivariat"*. Cibitung Bekasi: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) *"Metode Statistika"*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *"Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D"*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *"Metode Riset Pemasaran"*. Bandung: Alfabeta.



PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PASAR SWADAYA PAMULANG 2 DI TANGERANG SELATAN

^{1*}Ardhi Febriansyah, ²Ari Ardiana Sapari, ³Herfando, ⁴M. Zakka, ⁵Sewaka

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

*ardhi.sofyan90@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Pasar Swadaya Pamulang 2 di Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 39,4%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($7,824 > 1,986$). Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 39,3%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($7,805 > 1,986$). Lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,014 + 0,361X_1 + 0,374X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 49,5%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($45,534 > 2,700$).

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this was to determine the effect of location and service quality on purchasing decisions at Pamulang 2 Swadaya Market in South Tangerang. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that location has a significant effect on purchasing decisions by 39.4%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($7.824 > 1.986$). Service quality has a significant effect on purchasing decisions by 39.3%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($7,805 > 1,986$). Location and service quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 11.014 + 0.361X_1 + 0.374X_2$ and the contribution of the influence is 49.5%, hypothesis testing is obtained by F arithmetic $>$ F table or ($45.534 > 2,700$).

Keywords: Location, Service Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Ekonomi kerakyatan merupakan suatu sistem ekonomi yang dibangun pada kekuatan ekonomi rakyat, dengan kata lain ekonomi kerakyatan adalah suatu kegiatan ekonomi yang dapat memberikan kesempatan yang luas untuk masyarakat berpartisipasi sehingga perekonomian dapat terlaksana dan berkembang secara baik. ekonomi kerakyatan bertujuan untuk membangun negara berdikari secara ekonomi, yang berdaulat secara politik, serta memiliki berkepribadian yang berkebudayaan, mendorong pemerataan pendapatan masyarakat, mendorong

pertumbuhan perekonomian yang berkesinambungan, dan meningkatkan efisiensi perekonomian nasional.

Ditengah pesatnya pertumbuhan ekonomi, pasar tradisional yang sejatinya menjadi jantung perekonomian nasional kebanyakan memiliki masalah klasik lokasi yang terkesan kumuh, kotor, becek, dan kondisinya yang berantakan.

Salah satu pasar tradisional di kota Tangerang Selatan adalah pasar Swadaya Pamulang 2 yang terletak di jalan Benda Timur XIV, Pondok Benda, Pamulang, kota tangerang selatan ini adalah pasar tradisional yang kondisinya sama seperti

pada pasar tradisional pada umumnya yang terkesan kumuh, kotor, becek dan kondisinya yang berantakan sehingga menyebabkan pengunjung Pasar Swadaya Pamulang 2 ini merasa kurang nyaman jika berbelanja disini,

Menurut Hendra Fure (2017) lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Lokasi perusahaan sangat menentukan keputusan pembelian konsumen dikarenakan apabila lokasi yang digunakan strategis akan memudahkan konsumen datang dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2018) mengemukakan bahwa "Keputusan pembelian adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen".

Keputusan pembelian yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen akan sangat tertarik membeli produk perusahaan apabila perusahaan dapat memberikan pembelian yang baik dan akan membuat konsumen akan menjadi konsumen setia perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2018) Keputusan pembelian adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk. Berdasarkan pengamatan peneliti dan informasi dari pengelola pasar Berdasarkan data kunjungan konsumen ke Pasar Swadaya Pamulang 2 kunjungan konsumen pada tiap bulannya tidak menentu dan ada kecenderungan menurun.

Kondisi penurunan ini penulis sinyalir sebagai akibat dari lokasi yang ada saat ini sudah semakin semrawut dan penataan pedagang kaki lima juga kurang teratur mengakibatkan route ke pasar sering macet dan kumuh. Prariset sering terjadi keluhan konsumen yang be. Pengelola Pasar Swadaya Pamulang 2 dituntut harus

menaruh perhatian lebih untuk mengurangi keluhan yang diterima terkait layanan dan lokasi pada Pasar Swadaya Pamulang 2. Berdasarkan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Lokasi dan Keputusan Pelayan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swadaya Pamulang 2 Tangerang Selatan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada minat dan keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan place atau lokasi usaha. Dalam marketing mix ini lokasi usaha dapat juga disebut saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen. Menurut Alma (2016:103) mengemukakan "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya".

2. Kualitas Pelayanan

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh konsumen dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Konsumen tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2019:59) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen".

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan. Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk

memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka, Kotler dan Armstrong (2018:177).

METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden Pasar Swadaya Pamulang 2 di Tangerang Selatan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi (X1)	96	32	48	38.35	3.811
Kualitas Pelayanan (X2)	96	30	45	38.36	3.657
Keputusan Pembelian (Y)	96	32	46	39.19	3.477
Valid N (listwise)	96				

Lokasi diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,35 dengan standar deviasi 3,811.

Kualitas pelayanan diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 45 dengan mean score sebesar 38,36 dengan standar deviasi 3,657.

Keputusan pembelian diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,19 dengan standar

deviasi 3,477.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.014	2.966			3.713	.000
Lokasi (X1)	.361	.083	.395		4.323	.000
Kualitas pelayanan (X2)	.374	.087	.393		4.299	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,014 + 0,361X_1 + 0,374X_2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 11,014 diartikan jika lokasi dan kualitas pelayanan tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,014 point.
- b. Koefisien regresi lokasi sebesar 0,361, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan lokasi sebesar 0,361 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,361 point.

- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,374, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,374 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,374 point.

3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

		Lokasi (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Lokasi (X1)	Pearson Correlation	1	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.628**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,628

artinya lokasi memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

		Kualitas Pelayanan (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X2)	Pearson Correlation	1	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,627 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.495	.484	2.498

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,703 artinya lokasi dan kualitas pelayanan

secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

4. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel

dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Lokasi Terhadap Keputusan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.388	2.720

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,394 artinya lokasi memiliki kontribusi

pengaruh sebesar 39,4% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.387	2.723

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,393 artinya kualitas

pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 39,3% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.495	.484	2.498

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,495 artinya lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49,5% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi faktor lain.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	17.213	2.822			6.099	.000
Lokasi (X1)	.573	.073	.628		7.824	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,824 > 1,986), dengan demikian hipotesis pertama yang

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.311	2.944		5.540	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.596	.076	.627	7.805	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,805 > 1,986), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	568.286	2	284.143	45.534	.000 ^b
Residual	580.339	93	6.240		
Total	1148.625	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (45,534 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

terdapat berpengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,628 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,4%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,824 > 1,986). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,627 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,805 > 1,986). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,014 + 0,361X_1 + 0,374X_2$, nilai korelasi sebesar 0,703 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (45,534 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,4%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,824 > 1,986).
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,805 > 1,986).
3. Lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (45,534 > 2,700).

Saran

1. Pengelola pasar harus mampu menata dengan baik keberadaan pasar tradisional ini agar tidak terkesan kumuh.
2. Pengelola pasar harus mampu memberikan layanan yang optimal termasuk pedagangnya diberikan semacam pelatihan pelayanan konsumen agar konsumen merasakan bahwa layanan sudah diberikan secara baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Tangerang Selatan: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfiation*. Tangerang Selatan: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Tangerang Selatan: Gramedia Pustaka Utama
- Freed Luthans (2016) *Organizational Behavior*, McGraw-Hill, New York.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Griffin R.W., & Ronald, J.E. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Tangerang Selatan: Raja
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Tangerang Selatan: PT. Gramedia Pustaka
- Keller dan Armstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Tangerang Selatan: Erlangga.
- Kevin Keller dan Armstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Tangerang Selatan: Erlangga.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Tangerang Selatan.
- Kotler (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. Edisi Keempat belas, Tangerang Selatan: PT. Indeks.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Tangerang Selatan: Salemba Empat.

- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Tangerang Selatan: PT. Indeks.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Rao, Purba, (2012). "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis", *The Asian*.
- Santoso, Singgih (2015). "Menguasai Statistik Multivariat". Tangerang Selatan: PT Elex Media Komputindo.
- Sudarsono, A., & Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laboratorium Klinik Kimia Farma-Bintaro. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 15(1), 16-26.
- Sudjana (2014) "Metode Statistika", Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), "Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D". Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). "Metode Riset Pemasaran". Bandung: Alfabeta.



PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE KONSUMEN DI CIPUTAT

^{1*}Sindy Saputri, ²Yansen Paseru, ³Risma Apriyani, ⁴Taryari, ⁵Taswanda Taryo

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*sindysaputri20@gmail.com](mailto:sindysaputri20@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Shopee konsumen di Ciputat. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 40,8%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(8,055 > 1,986)$. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 41,3%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau $(8,133 > 1,986)$. Promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,439 + 0,354X_1 + 0,370X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 50,3%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau $(47,083 > 2,700)$.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of promotion and product quality on purchasing decisions at the Consumer Shopee Marketplace in Ciputat. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that promotion has a significant effect on purchasing decisions by 40.8%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or $(8.055 > 1.986)$. Product quality has a significant effect on purchasing decisions by 41.3%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or $(8.133 > 1.986)$. Promotion and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 11.439 + 0.354X_1 + 0.370X_2$ and the contribution of the effect is 50.3%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or $(47,083 > 2,700)$.

Keywords: Promotion, Product Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi semakin hari menunjukan peningkatan yang semakin pesat. Hal ini membuat persaingan dalam dunia industry menjadi semakin ketat. Banyak macam perkembangan yang terjadi dibidang teknologi yang memperlihatkan kemajuan yang pesat dengan semakin cepat dan juga kemudahan dalam mengakses internet.

Zaman dulu jika kita ingin membeli produk atau barang tertentu kita harus terlebih dahulu bertemu dengan penjual produk atau barang yang kita inginkan sampai terjadi kesepakatan jual beli antara kedua belah pihak. Artinya jangkauan antara pembeli dan penjual sangat terbatas,

namun dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin berkembang terutama dibidang internet batasan seperti jarak dan waktu dapat teratasi dengan mudah, hal ini merupakan pengimplementasian perkembangan teknologi internet untuk lebih meningkatkan perkembangan bisnis.

Akhir-akhir ini internet sangat banyak digunakan, salah satunya oleh pengusaha untuk memasarkan barang dagangannya agar mudah untuk ditawarkan kepada masyarakat, hal ini membuat masyarakat di zaman sekarang mulai menerapkan hidup modern dimulai dari keperluan sehari-hari hingga kebutuhan berpakaian yang lebih modis. Dengan adanya internet, para pelaku usaha dapat menjalankan bisnisnya agar

lebih berkembang lagi dengan memanfaatkan adanya internet. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan membuat online shop yang dapat membuat proses pemasaran dapat lebih mudah dan cepat.

Masyarakat Indonesia saat ini mulai beralih ke pasar online dan sudah mulai terbiasa melakukan transaksi melalui internet. Dengan banyaknya smartphone yang mendukung fasilitas internet membuat masyarakat dengan mudah melakukan transaksi pada pasar online. Hal ini membuat banyak perusahaan e-commerce bermunculan dan berkembang. Terbukti dengan bermunculannya banyak perusahaan pasar online seperti OLX, Tokopedia, Blibli, Zalora, Lazada dan Shopee adalah daftar dari beberapa perusahaan e-commerce yang sudah berkembang pesat di Indonesia.

Shopee menyediakan banyak sekali macam informasi produk yang dipasarkan melalui transaksi secara online yang bisa diakses dengan mudah hanya melalui ponsel pintar atau komputer dengan internet. Persaingan e-commerce di Indonesia pada kuartal ke 3 di tahun 2021 yang terbilang ketat. Dimana pada posisi pertama terdapat Tokopedia dengan jumlah pengguna sebanyak 158 juta lebih pengguna, di peringkat ke dua ada Shopee dengan jumlah pengguna sebanyak 134 juta lebih, disusul oleh Bukalapak dengan jumlah pengguna lebih dari 30 juta pengguna dan marketplace lainnya yang terdapat pada tabel di atas. Shopee sendiri mempunyai tingkat pengguna yang cukup tinggi dimana hal ini mengakibatkan bisa terciptanya potensi adanya transaksi jual beli barang atau jasa disana.

Keunggulan yang ditawarkan oleh Shopee menjadikan konsumen lebih simple pada saat melakukan proses pembelian barang atau jasa yang dibutuhkan. Konsumen lebih suka melakukan transaksi secara online karena mampu menghemat waktu tanpa harus keluar rumah untuk membeli sesuatu yang diinginkannya.

Sebelum melakukan pembelian, biasanya konsumen mempunyai beberapa

pertimbangan baik dari segi harga, kualitas produknya dan umumnya yang menjadi perhatian konsumen adalah promosi yang ditawarkan oleh penjual. Promosi yang ditawarkan oleh penjual di marketplace Shopee bervariasi sesuai dengan masanya. Ada pula penjual yang berani memberikan promosi yang lebih besar dibandingkan dengan penjual lainnya.

Konsumen yang akan melakukan pembelian umumnya akan mencari kualitas dari produk yang diinginkan. Konsumen bisa melihat ulasan yang diberikan konsumen lain yang sudah pernah membeli produk serupa sehingga memudahkan calon konsumen untuk mempertimbangkan produk yang akan dibelinya memiliki kualitas yang bagus atau tidak. Jika produk yang akan dibeli mempunyai ulasan yang baik maka keputusan untuk membeli akan terjadi, karena kualitas produk merupakan totalitas fitur serta ciri produk atau jasa dalam memuaskan kebutuhan secara tersirat.

Banyaknya persaingan yang terdapat antara marketplace menyebabkan masing-masing marketplace saling memberikan promosi yang menarik konsumen untuk berbelanja. Salah satunya adalah keunggulan yang ditawarkan oleh Shopee adalah gratis ongkir ke seluruh Indonesia, garansi termurah, dan masih banyak lagi. Promosi yang ditawarkan oleh Shopee bisa mempermudah konsumen dalam berbelanja tanpa harus memikirkan biaya kirim lagi untuk mendapatkan barang kebutuhan yang diperukannya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk membuat karya ilmiah yang berjudul "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee Konsumen di Ciputat".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Promosi

Promosi diperlukan dalam upaya untuk menginformasikan, menyebarluaskan, memengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan

sebuah produk dari sebuah brand. Menurut Kotler dan Keller (2019) berpendapat “Promosi merupakan ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya”.

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2019) “Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bias memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan

mereka, Kotler dan Armstrong (2017).

METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden Pasar Swadaya Pamulang 2 di Tangerang Selatan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, mean score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi (X1)	96	32	48	38.31	3.845
Kualitas Produk (X2)	96	30	45	38.36	3.773
Keputusan Pembelian (Y)	96	32	46	39.17	3.508
Valid N (listwise)	96				

Promosi diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,31 dengan standar deviasi 3,845.

Kualitas produk diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 45 dengan mean score sebesar 38,36 dengan standar deviasi 3,773.

Keputusan pembelian diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,17 dengan standar

deviasi 3,508.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.439	2.869		3.987	.000
Promosi (X1)	.354	.086	.388	4.106	.000
Kualitas Produk (X2)	.370	.088	.397	4.211	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,439 + 0,354X1 + 0,370X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 11,439 diartikan jika promosi dan kualitas produk tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,439 point.
- Koefisien regresi promosi sebesar 0,354, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan promosi sebesar 0,354 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,354 point.

- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,370, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,370 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,370 point.

3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

	Promosi (X1) Keputusan Pembelian (Y)	
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Promosi (X1)	1	.639**
Keputusan Pembelian (Y)	.639**	1
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
	.639**	.000
	.000	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,639 artinya promosi memiliki hubungan

yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

	Kualitas Produk (X2) Keputusan Pembelian (Y)	
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Kualitas Produk (X2)	1	.643**
Keputusan Pembelian (Y)	.643**	1
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
	.643**	.000
	.000	.000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,643

artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap

keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Promosi dan Kualitas Produk secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.492	2.500

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,709 artinya promosi dan kualitas produk

secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel

dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.402	2.713

a. Predictors: (Constant), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,408 artinya promosi memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 40,8% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.413	.407	2.702

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,413 artinya kualitas produk memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 41,3% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.503	.492	2.500

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,503 artinya promosi dan kualitas produk secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 50,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi faktor lain.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.828	2.787		6.038	.000
Promosi (X1)	.583	.072	.639	8.055	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,055 > 1,986), dengan demikian hipotesis pertama yang

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.238	2.833		5.733	.000
Kualitas Produk (X2)	.598	.073	.643	8.133	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,133 > 1,986), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	588.307	2	294.153	47.083	.000 ^b
Residual	581.026	93	6.248		
Total	1169.333	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (47,083 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,639 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,8%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,055 > 1,986). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara

promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,643 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,3%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,133 > 1,986$). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,439 + 0,354X_1 + 0,370X_2$, nilai korelasi sebesar 0,709 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,3% sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($47,083 > 2,700$). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,055 > 1,986$).
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,3%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,133 > 1,986$).
3. Promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 50,3% sedangkan

sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($47,083 > 2,700$).

Saran

1. Perusahaan harus mampu memanfaatkan berbagai media dalam melakukan kegiatan promosi sehingga semakin dikenal masyarakat
2. Perusahaan harus mampu menjaga kualitas produk yang diinginkan konsumen sehingga konsumen tidak kecewa.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Griffin R.W., & Ronald, J.E. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja
- Haryadi, R. N., Sunarsi, D., Erlangga, H., & Wijandari, A. (2022). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Beringin Life di Jakarta. MAMEN: Jurnal Manajemen, 1(1), 41-48.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Keller dan Armstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kevin Keller dan Armstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.

- Kharis, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *“Manajemen Pemasaran”*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Kotler (2016) *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi Keempat belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Kumala, D., El Hasan, S. S., Mardius, T. A., Sari, P. P., Toyib, M. I., & Supriatal, S. (2022). Pelatihan Digital Marketing pada Unit Produksi di SMK Bina Mandiri Multimedia. *JURNAL ABDI MASYARAKAT ILMU PEMERINTAHAN (JAMIN)*, 1(2), 53-63.
- Lupiyadi, Rambat (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2 , Jakarta : Salemba Empat.



PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT PERMATA ELOK DI BEKASI

^{1*}Dian Evi Susanti, ²Eka Fenty Istiawati, ³Irma Hetty Siregar, ⁴Kenny Puja Nurwati,
⁵Hadi Supratikta

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dianevisusanti@gmail.com](mailto:dianevisusanti@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada PT Permata Elok di Bekasi. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 45,8%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($9,013 > 1,985$). Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 41,1%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($8,181 > 1,985$). Promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 11,174 + 0,404X_1 + 0,325X_2$ dan kontribusi pengaruh sebesar 52,7%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($52,888 > 2,700$).

Kata Kunci: Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of promotion and location on purchasing decisions at PT Permata Elok in Bekasi. The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that promotion has a significant effect on purchasing decisions by 45.8%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($9.013 > 1.985$). Location has a significant effect on purchasing decisions by 41.1%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($8.181 > 1.985$). Promotion and location simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 11.174 + 0.404X_1 + 0.325X_2$ and the contribution of the influence is 52.7%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or ($52.888 > 2,700$).

Keywords: Promotion, Location, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Dengan semakin banyaknya pengembang-pengembang baru yang berdatangan dalam sektor pembangunan perumahan tentu saja membuat persaingan bisnis semakin ketat, suatu pengembang akan memenangkan persaingan bila giat melakukan promosi sebagai penentu keberhasilan penjualan, karena dengan promosi calon pembeli dapat mengetahui produk-produk yang ditawarkan pengembang. Program promosi yang dilakukan oleh perusahaan akan membuat calon pembeli tertarik terhadap perumahan yang dipasarkan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan,

memberitahukan, membujuk dan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan, serta melakukan komunikasi yang baik dengan para calon pembeli.

Menurut Subagyo (2016) promosi adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya. Promosi merupakan salah satu cara perusahaan dalam memberikan informasi kepada konsumen agar cukup memiliki informasi yang cukup dan

membeli produk yang dijual. Kurangnya promosi yang dilakukan dapat menjadi salah satu kendala untuk meningkatkan penjualan. Bagi pengembang perumahan baru, selain promosi lokasi pun menjadi suatu masalah bagi para calon pembeli. Sehingga dapat dikatakan lokasi merupakan faktor penting dalam mencari pembeli. Menurut Kotler (2008:51) "Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas". Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik dan sebagainya.

Menurut Lam et al (2011) menyatakan bahwa memilih tempat atau lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting, karena : 1) Tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha. 2) Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang di pilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha dan 3) Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburutk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau di tutup.

PT Permata Elok selalu mengalami peningkatan pada setiap bulannya. Dengan adanya promosi yang dilakukan secara optimal oleh perusahaan dan memberikan pengertian kurang dan lebihnya tentang lokasi mampu menarik pembeli dan membuat pembeli mengambil keputusan untuk membeli rumah. Keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya, Setiadi (2015).

Perkembangan dan pertumbuhan penduduk yang begitu pesat juga banyaknya pengembang yang sejenis menyebabkan calon pembeli cenderung memilih perumahan yang melakukan promosi dengan baik dan lokasi yang lebih strategis. Lokasi yang kurang strategis akan menyebabkan berkurangnya calon pembeli atau hilang karena calon pembeli

mendapatkan tempat yang lebih strategis.

Melihat kondisi di atas, dapat diketahui bahwa kurangnya promosi yang dilakukan oleh marketing dan meningkatnya keluhan pembelian rumah di PT Permata Elok yang mengatasnamakan lokasi perumahan yang jauh dan masuk wilayah Kabupaten Bogor, Banyaknya mobil-mobil besar menuju ke perumahan, dan harga yang relative mahal untuk ukuran rumah kecil sehingga menyebabkan jumlah penjualan tidak stabil dan rendahnya jumlah pembeli dalam memutuskan pembelian.

Maka saya bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian untuk sebuah karya tulis skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Permata Elok di Bekasi".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Promosi

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu Kotler dan Armstrong (2014) sedangkan promosi menurut Buchari Alma (2014) antara lain adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Adapun indikator promosi menurut Buchari Alma (2014) diantaranya periklanan (Advertising), Promosi penjualan (Sales Promotion), Hubungan Masyarakat (Public Relation), Penjualan tatap muka (Personal Selling).

2. Lokasi

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada minat dan keputusan pembelian. Dalam konsep pemasaran terdapat istilah *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari

produk, harga, promosi, dan *place* atau lokasi usaha. Dalam marketing mix ini lokasi usaha dapat juga disebut saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen. Menurut Alma (2016:103) mengemukakan "Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya".

3. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2013) adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tidak lanjut yang nyata, setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan. Adapun indicator yang mempengaruhi keputusan pembelian

menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017) antara lain pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 98 responden PT Permata Elok di Bekasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 responden. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, mean score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Descriptive Statistics

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi (X1)	98	32	48	38.46	3.848
Lokasi (X2)	98	30	45	38.34	3.672
Keputusan Pembelian (Y)	98	32	46	39.15	3.447
Valid N (listwise)	98				

Promosi diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 48 dengan mean score sebesar 38,46 dengan standar deviasi 3,848.

Lokasi diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 45 dengan mean score sebesar 38,34 dengan standar deviasi 3,672.

Keputusan pembelian diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan mean score sebesar 39,15 dengan standar

deviasi 3,447.

2. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	11.174	2.747			4.068	.000
Promosi (X1)	.404	.084	.451		4.827	.000
Lokasi (X2)	.325	.088	.346		3.709	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,174 + 0,404X1 + 0,325X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 11,174 diartikan jika promosi dan lokasi tidak ada, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,174 point.
- Koefisien regresi promosi sebesar 0,404, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan promosi sebesar 0,404 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,404 point.

- Koefisien regresi lokasi sebesar 0,325, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan lokasi sebesar 0,325 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,325 point.

3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Correlations^b

		Promosi (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Promosi (X1)	Pearson Correlation	1	.677**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=98

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,641 artinya lokasi memiliki hubungan yang

kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Promosi dan Lokasi secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.517	2.396

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,726 artinya promosi dan lokasi secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel

dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.458	.453	2.550

a. Predictors: (Constant), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,458 artinya promosi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 45,8% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.641 ^a	.411	.405	2.660

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,411 artinya lokasi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 41,1% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.517	2.396

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,527 artinya promosi dan lokasi secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 52,7% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi faktor lain.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	15.828	2.601			6.086	.000
Promosi (X1)	.606	.067	.677		9.013	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,013 > 1,985), dengan demikian hipotesis pertama yang

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima.

Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua: Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.086	2.832		5.679	.000
Lokasi (X2)	.602	.074	.641	8.181	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,181 > 1,985), dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	607.285	2	303.643	52.888	.000 ^b
Residual	545.419	95	5.741		
Total	1152.704	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Promosi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,888 > 2,700), dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,677 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 45,8%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,013 > 1,985). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,641 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,1%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,181 > 1,985). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,174 + 0,404X_1 + 0,325X_2$, nilai korelasi sebesar 0,726 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 52,7% sedangkan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F

hitung > F tabel atau (52,888 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 45,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,013 > 1,985).
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 41,1%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,181 > 1,985).
3. Promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 52,7% sedangkan sisanya sebesar 47,3% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,888 > 2,700).

Saran

1. Perusahaan harus mengadopsi pelaksanaan kegiatan promosi yang lebih memanfaatkan teknologi
2. Perusahaan harus mampu memilih lokasi yang strategis dan akses mudah dijangkau dalam pemilihan lokasi pembangunan perumahan
3. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan konsumen agar konsumen merasa diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Rao, Purba, (2012). *"Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis"*, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). *"Menguasai Statistik Multivariat"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) *"Metode Statistika"*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *"Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D"*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *"Metode Riset Pemasaran"*. Bandung: Alfabeta
- Jasmani, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Jasmani, J. (2019). Pengaruh Promosi Dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan. *Jurnal Semarang*, 1(3).
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.



PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT PLN (PERSERO) ULTG CIKUPA KABUPATEN TANGERANG

^{1*}Mohamad Duddy Dinantara, ²Novia Dwi Anggraini
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*dosen00818@unpam.ac.id](mailto:dosen00818@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja dan lingkungan kerja secara signifikan terhadap kinerja karyawan secara simultan pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang yang berjumlah 56 Orang, jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan taraf sig < 0,05. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan $Y = 9,836 + 0,486X_1 + 0,301X_2$. Sedangkan Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikansi disiplin kerja (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $8,495 >$ nilai ttabel $2,005$ maka H_01 ditolak dan H_a1 diterima. Artinya terdapat pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan secara signifikan. Hasil Uji t dapat diketahui bahwa nilai signifikansi lingkungan kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai thitung $7,722 >$ nilai ttabel $2,005$ maka H_02 ditolak dan H_a1 diterima. Artinya terdapat pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan secara signifikan. Dan untuk hasil uji F didapat nilai signifikansi untuk disiplin kerja (X_1) dan lingkungan kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah sebesar $0,00 < 0,05$ dan fhitung $48,042 >$ nilai ftabel $3,17$ hal tersebut membuktikan bahwa H_03 ditolak dan H_a1 diterima. Artinya terdapat pengaruh disiplin kerja (X_1) dan lingkungan kerja (X_2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) secara signifikan. maka dapat disimpulkan bahwa Disiplin kerja (X_1) dan Lingkungan kerja (X_2) secara bersama-sama memiliki kontribusi pengaruh sebesar 64,4% terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, Kinerja

Abstract

This research aims to find out the effect of work discipline and work environment significantly on employee performance simultaneously on PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Tangerang Regency. The population in this study is all employees of PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Tangerang Regency which numbered 56 people, This type of research is descriptive with quantitative approach, the sample technique used is a saturated sample technique, data analysis used in this study uses multiple linear regression analysis with a level of sig < 0.05. Multiple linear regression analysis results show $Y = 9.836 + 0.486X_1 + 0.301X_2$. While from the results of the test t it can be known that the value of the significance of the work discipline (X_1) to the performance of the employee (Y) is $0.000 < 0.05$ and the thitung value of $8,495 >$ the value of the $2,005$ then H_01 is rejected and H_a1 is accepted. This means that there is a significant influence of work discipline on employee performance. The results of the test can be known that the value of the significance of the work environment (X_2) to employee performance (Y) is $0.00 < 0.05$ and the thitung value is $7,722 >$ is $2,005$ then H_02 is rejected and H_a1 is accepted. This means that there is a significant effect on the work environment on employee performance. And for the results of the test F obtained a value of significance for the work discipline (X_1) and the work environment (X_2) to employee performance (Y) is $0.00 < 0.05$ and a calculation of $48,042 >$ a value of 3.17 ftabel it proves that H_03 is rejected and H_a1 is accepted. This means that there is a significant influence of work discipline (X_1) and the work environment (X_2) on Employee Performance (Y). It can be concluded that work discipline (X_1) and work environment (X_2) together have an influence of 64.4% on employee performance.

Keywords: Work Discipline, Work Environment, Performance

PENDAHULUAN

Kemajuan suatu negara sangat dipengaruhi oleh salah satu faktor yang sangat penting, yaitu memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan handal dalam segala bidang. Sudah tentu sumber daya manusia yang berkualitas dan handal ini akan bisa menjawab setiap tantangan perubahan yang akan terjadi, khususnya dalam dunia organisasi atau perusahaan. Dalam perkembangannya perusahaan harus mampu bersaing dan mengikuti kemajuan zaman. Melewati berbagai tantangan dan perubahan yang akan terjadi baik itu yang bersifat internal maupun yang bersifat eksternal. Untuk itulah perusahaan dituntut memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, dalam pengertian sumber daya manusia yang berprestasi dalam pekerjaannya.

Agar terciptanya karyawan yang handal dan berkualitas maka perusahaan perlu menerapkan manajemen sumber daya manusia yang tepat untuk organisasi atau perusahaannya secara tepat dan efektif. Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada sumber daya manusia yang mempunyai tugas untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang handal akan pekerjaannya. Guna mencapai tujuan manajemen sumber daya manusia yaitu salah satunya memperbaiki tingkat disiplin kerja, maka manajemen sumber daya manusia harus dikembangkan dan dipelihara agar organisasi dapat berjalan seimbang, kegiatan tersebut dapat berjalan lancar apabila memanfaatkan fungsi-fungsi manajemen dengan baik.

PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah perusahaan yang bergerak dibidang ketenagalistrikan yang menghasilkan produk ketenagalistrikan dalam bidang transmisi dan distribusi serta memberikan Knowledge Sharing terkait informasi dalam bidang ketenagalistrikan, didalam menjalankan aktifitasnya dituntut untuk memberikan Inovasi yang baik kepada distribusi PLN, keterampilan dan pengetahuan karyawan

sangat diperlukan dalam menghasilkan kinerja yang diharapkan, dan karyawan pun dituntut untuk bekerja sebaik mungkin agar tujuan perusahaan tercapai.

Menurut Afandi (2018:84) kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Menurut Mangkunegara (2011:67) mengemukakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Sedangkan menurut Juliansyah (2013:272) bahwa kinerja atau prestasi kerja seorang pegawai pada dasarnya adalah hasil kerja seorang pegawai selama periode tertentu dibandingkan dengan kemungkinan, misalnya standar, target/sasaran atau kinerja merupakan suatu hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan dari data kehadiran karyawan diatas dapat diketahui bahwa data kehadiran karyawan pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 mengalami perkembangan yang fluktuatif dalam arti terjadi kenaikan atau penurunan pada periode tersebut. Dan untuk data keterlambatan karyawan diatas dapat diketahui bahwa data keterlambatan karyawan pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kab. Tangerang dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 mengalami perkembangan yang fluktuatif dalam arti terjadi kenaikan atau penurunan pada periode tersebut.

Dari fenomena yang terjadi diatas maka dapat disimpulkan data kehadiran dan keterlambatan karyawan pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 mengalami perkembangan yang fluktuatif dalam arti terjadi kenaikan atau penurunan pada periode tersebut.

Upaya yang harus dilakukan pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah perlu meningkatkan

kedisiplinan kepada karyawannya agar bisa datang tepat waktu dan juga apabila karyawan bekerja melebihi jam kerja atau lembur, disarankan perusahaan memberikan reward kepada karyawan yang telah mengemban tugas-tugas yang telah diberikan agar pegawai merasa dihargai sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai pada perusahaan.

Selain disiplin kerja, ketidaknyamanan lingkungan kerja juga menjadi salah satu faktor yang dapat mengurangi kinerja karyawan. Lingkungan kerja merupakan suatu tempat yang terdapat sejumlah kelompok dimana di dalamnya terdapat beberapa fasilitas pendukung untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Menurut Barry (2015:467) menjelaskan lingkungan kerja sebagai lingkungan fisik di mana para karyawan bekerja dapat memengaruhi kinerja, keselamatan dan kualitas kehidupan pekerjaan mereka.

Dari hasil data diatas terbukti masih rendahnya lingkungan kerja karyawan PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang, mulai dari kebersihan kurangnya petugas kebersihan dan menyebabkan banyak area lingkungan yang tidak terjangkau oleh petugas kebersihan, penerangan atau pencahayaan kurang baik menyebabkan sulitnya membedakan barang-barang kantor, keamanan atau tenaga keamanan masih kurang untuk area kantor yang cukup luas, suara bising yang diakibatkan kantor berada didekat jalan raya yang sangat mempengaruhi konsentrasi karyawan terhadap suatu pekerjaan, sirkulasi udara yang cukup agar pertukaran udara baik dan agar karyawan tetap sehat.

Upaya yang harus dilakukan kepada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah lebih memperhatikan kebersihan lingkungan kerja terutama kebersihan area lingkungan kerja dan merawat lingkungan kerjanya agar lebih nyaman dan bersih untuk meningkatkan kinerja pegawai pada perusahaan.

Dari fenomena yang terjadi di atas, maka masalah tersebut harus diperhatikan

agar perusahaan bisa menjaga performa karyawannya dan bisa mencapai target perusahaan. berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul : "Pengaruh Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Disiplin Kerja

Menurut Sutrisno (2016:89) disiplin adalah "Perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku, dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis". Dari beberapa pendapat di atas maka penulis dapat memahami bahwa disiplin adalah sikap atau kesediaan seseorang untuk taat dan patuh terhadap aturan yang berlaku dalam suatu organisasi.

2. Lingkungan Kerja

Menurut Afandi (2018:66) lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada dilingkungan para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas seperti temperatur, kelembaban, ventilasi, penerangan, kekaduhan, kebersihan tempat kerja, dan memadai tidaknya alat-alat perlengkapan kerja. Lingkungan kerja dapat diartikan sebagai keseluruhan alat perkakas yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seorang pekerja, metode kerjanya, sebagai pengaruh kerjanya baik sebagai perorangan maupun sebagai kelompok.

3. Kinerja Karyawan

Mangkunegara dalam Masram (2017:139) menyatakan "Kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kinerja sumber daya manusia adalah prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai karyawan pada periode

tertentu. Adapun indikator yang digunakan meliputi: prestasi kerja, tanggung jawab, ketaatan, kejujuran, dan kerjasama.

METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 56 responden karyawan PT. PLN (Persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 56 responden. Jenis penelitian yang dipakai adalah kuantitatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik parsial maupun simultan. Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi : uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji determinasi, uji regresi

linier sederhana, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Disiplin Kerja (X1) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Rumusan Hipotesis dari X1 terhadap Y adalah sebagai berikut:

Ho1 : Tidak Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

Ha1 : Diduga Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

Adapun hasil dari pengolahan data SPSS sebagai berikut:

Tabel 1. Uji t Disiplin Kerja (X1) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,875	3,906		2,784	0,007
	DISIPLIN KERJA	0,753	0,089	0,756	8,495	0,000

a. Dependent Variable: KINERJA

Dari Hasil Uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Disiplin Kerja (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $8,495 >$ nilai ttabel $2,005$ maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya terdapat pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan secara signifikan.

2. Pengaruh Lingkungan Kerja (X2) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Rumusan Hipotesis dari X2 terhadap Y adalah sebagai berikut:

Ho2 : Tidak Terdapat pengaruh

yang positif dan signifikan variabel Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

Ha2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

Adapun hasil dari pengolahan data SPSS sebagai berikut:

Tabel 2. Uji t Lingkungan Kerja (X2) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,591	3,174		6,173	0,000
	LINGKUNGAN KERJA	0,575	0,074	0,724	7,722	0,000

a. Dependent Variable: KINERJA

Dari Hasil Uji t diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Lingkungan Kerja (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai thitung $7,722 >$ nilai ttabel $2,005$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan secara signifikan:

3. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yaitu variabel Disiplin Kerja dan Lingkungan kerja secara simultan mempengaruhi Kinerja Karyawan. Sebagai pembanding untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan kriteria taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan thitung dengan ttabel dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3. Uji f secara simultan antara Disiplin Kerja(X1) dan Lingkungan Kerja (X2) terhadap Kinerja (Y)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	751,560	2	375,780	48,042	0,000 ^b
1	Residual	414,565	53	7,822		
	Total	1,166,125	55			

a. Dependent Variable: KINERJA

b. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN KERJA, DISIPLIN KERJA

Dari tabel diatas didapat nilai signifikansi untk Disiplin Kerja (X1) dan Lingkungan kerja (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah sebesar $0,00 < 0,05$ dan fhitung $48,042 >$ nilai ftabel $3,17$ hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Disiplin Kerja (X1) dan Lingkungan Kerja (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) secara signifikan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dari hasil uji hipotesis statistik dan analisis, maka sesuai dengan maksud dan tujuan dalam penelitian ini dapat dipaparkan analisis pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) sebagai berikut. Pengaruh Disiplin kerja dan Lingkungan

a. Jika fhitung $>$ ftabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. b. Jika fhitung $<$ ftabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan nilai ftabel = $3,17$

Rumusan Hipotesis dari X1 dan X2 terhadap Y adalah sebagai berikut:

H_0 3 : Tidak Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

H_a 3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang.

Adapun hasil dari pengolahan data SPSS sebagai berikut:

kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kab.Tangerang. Model regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 = 9,836 + 0,486X_1 + 0,301X_2$$

1. Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil perhitungan regresi diperoleh nilai thitung variabel Disiplin Kerja, dimana thitung sebesar $8,495$ dengan signifikansi $\alpha = 0,000$ sedangkan ttabel sebesar $2,005$, maka diperoleh t hitung sebesar $8,495 >$ t tabel $2,005$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Disiplin Kerja (X_i) secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y).

2. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja pegawai.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi diperoleh nilai thitung variabel Lingkungan Kerja, dimana nilai thitung sebesar 7,722 > ttabel 2,005 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan kerja (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai (Y) karena nilai signifikan dibawah 0,05 dengan demikian bahwa Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

3. Pengaruh Disiplin dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil pengujian Disiplin dan Lingkungan Kerja, secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 24 diperoleh nilai Fhitung sebesar 48,042 dengan nilai sign. 0,000. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,17.

Maka fhitung 48,042 > ftabel 3,17 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, dan dapat disimpulkan bahwa Disiplin Kerja (X_1) dan Lingkungan Kerja (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Y) dengan persamaan garis regresi $Y = 9,836 + 0,486X_1 + 0,301X_2$. Hal ini dapat diartikan bahwa kinerja karyawan tanpa didukung Disiplin dan Lingkungan kerja (konstanta) sebesar 9,836 dan setiap perubahan atau peningkatan secara bersama antara variabel Disiplin dan Lingkungan Kerja akan menentukan tingkat Kinerja Pegawai, setiap ada kenaikan satu poin pada variabel Disiplin akibat naiknya skor kinerja pegawai sebesar 0,486 dan setiap ada kenaikan variabel lingkungan kerja akibat kenaikan skor variabel kinerja pegawai sebesar 0,301.

Dengan demikian semakin baik Disiplin kerja dan semakin baik Lingkungan kerja pada instansi, maka semakin tinggi Kinerja Karyawan.

Demikian pula sebaliknya apabila Kinerja Kerja dan Lingkungan kerja kurang baik maka Kinerja Karyawan menurun. Baik secara sendiri maupun bersama-sama. Sesuai dengan perumusan masalah, maka besarnya pengaruh Disiplin Kerja (X_1) dan Lingkungan Kerja (X_2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah sebesar 64,4% sedangkan sisanya sebesar 35,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti, misalnya gaya kepemimpinan, Motivasi kerja dan kompensasi.

Dari model-model regresi berganda ini dapat diketahui bahwa faktor Disiplin kerja merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kinerja pegawai.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 10,875 + 0,753X_1$. Nilai korelasi sebesar 0,756. Artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. dengan Uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (8,495 > 2,005). Dengan demikian H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.
2. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 19,591 + 0,575X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,724. Artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. dengan Uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (7,722 > 2,005). Dengan demikian H_0 2 ditolak dan H_a 1 diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.
3. Disiplin kerja dan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan persamaan regresi $Y = 9,836 + 0,486X_1 + 0,301X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,803. Artinya ketiga variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. dengan Uji hipotesis

diperoleh t hitung $>$ t tabel atau (48,042 > 3,17). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan.

Saran

1. Pada Variabel disiplin kerja karyawan didapatkan score terendah sebesar 4,14 pada pernyataan no 2 "Taat terhadap aturan waktu" (setiap pegawai datang dan pulang tepat pada waktu yang telah ditetapkan) dan termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut merupakan pernyataan paling lemah diantara pernyataan lain masuk ke dalam rentang skala 4.21-5.00 dengan kriteria sangat baik. Saran yang disampaikan kepada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah perlu meningkatkan kedisiplinan kepada karyawannya agar bisa datang tepat waktu dan juga apabila karyawan bekerja melebihi jam kerja atau lembur, disarankan perusahaan memberikan reward kepada karyawan yang telah mengemban tugas-tugas yang telah diberikan agar pegawai merasa dihargai sehingga dapat meningkatkan kinerja pegawai pada perusahaan.
2. Pada Variabel lingkungan kerja karyawan didapatkan score terendah sebesar 4,08 pada pernyataan no 1 "Kebersihan" (Lingkungan ditempat anda bekerja sudah cukup bersih) dan termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut merupakan pernyataan paling lemah diantara pernyataan lain masuk ke dalam rentang skala 4.21-5.00 dengan kriteria sangat baik. Saran yang disampaikan kepada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah lebih memperhatikan kebersihan lingkungan kerja terutama kebersihan area lingkungan kerja dan merawat lingkungan kerjanya agar lebih nyaman dan bersih untuk meningkatkan kinerja pegawai pada perusahaan.

3. Pada variabel kinerja karyawan didapatkan score terendah sebesar 3,71 pada pernyataan no 1 "kualitas kerja" (pegawai memiliki kecakapan kerja dan inovatif dalam menyelesaikan tugas) dan termasuk ke dalam kategori baik. Pernyataan tersebut merupakan pernyataan paling lemah diantara pernyataan lain masuk ke dalam rentang skala 4.21-5.00 dengan kriteria sangat baik. Saran yang disampaikan kepada PT. PLN (persero) ULTG Cikupa Kabupaten Tangerang adalah hal itu bisa dilakukan dengan cara pihak perusahaan selalu mengingatkan kepada pegawai akan pentingnya kuantitas dalam bekerja, dan pihak perusahaan harus selalu melakukan penilaian terhadap kinerja pegawai yang dimana hasilnya akan dijadikan bahan evaluasi agar kinerja pegawai dapat ditingkatkan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, M. (2019). Pengaruh Disiplin terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bagian Produksi pada PT. Sumbertama Nusa Pertiwi BSP Unit Jambi. *SMS: Science of Management and Students Research Journal*, 183.
- Burhanudin Gesi, R. L. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif*. Manajemen Dan Eksekutif, 53.
- A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. In P. Afandi, *MSDM Teori, konsep dan Indikator* (p. 66). Yogyakarta : Zanafa Publishing.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Erlangga.
- Barry, J. H. (2015). *Manajemen Operasi*. In J. H. Barry, *Manajemen*

- Keberlangsungan dan Rantai Pasokan (p. 467). Jakarta: Salemba Empat.
- Budianto, A. A. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU Distribusi Wilayah 1 Jakarta. Jakarta: Jurnal Ilmiah.
- Cay, S., Gandung, M., Ilham, N., Teriyan, A., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Pesona Cahaya Gemilang di Serpong Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3), 474-483.
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. A. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nawawi. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Bisnis Yang Kompetitif. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Nuryasin Ilham, M. A. (2016). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Malang: Studi Pada Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).
- Prawirosentono. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rivai, V. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek. Jakarta: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sarinah, M. (2017). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: CV Budi.
- Sedarmayanti. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. In Sedarmayanti, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sinambela, L. p. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. In L. p. Sinambela, Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja (p. 332). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, L. (2014). Manajemen Sebuah Pengantar Sejarah, Tokoh, Teori ,dan Praktik. Bandung: La Goods Publishing.
- Supangat, A. (2015). Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Non Parametric. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sutrisno, E. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Suwanto, S., Sunarsi, D., Erlangga, H., Nurjaya, N., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Pemberian Reward dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja yang Berdampak pada Kinerja Karyawan pada PT Surya Pratama Gemilang di Bekasi. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 5(2), 471-484.



PENGARUH PANDEMIC COVID-19 TERHADAP JUMLAH WISATAWAN DI TINJAU DARI 4A (ATTRACTION, ACCESBILITAS, AMENITAS, ANCHILARY) STUDI KASUS MASYARAKAT PULAU HARAPAN

^{1*}Bachtiar Arifudin Husain, ²Arief Budi Santoso

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01773@unpam.ac.id](mailto:dosen01773@unpam.ac.id), ariefbudisantoso01@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pandemic Covid-19 terhadap jumlah wisatawan di tinjau dari 4A (Attraction, Accesbilitas, Amenitas, Anchilary) Studi Kasus masyarakat pulau harapan. Berdasarkan hasil penelitian didapat nilai Fhitung 8,534 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan antara Attraction (X1), Accesbilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan, dibuktikan dengan nilai Fhitung $8,534 > 2,80$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Ini artinya variabel Attraction (X1), Accesbilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan. Dan ini sekaligus menjawab hipotesis (H3) yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Attraction (X1), Accesbilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Karya Baja Sukses.

Kata Kunci: Attraction, Accesbilitas, Amenitas, Anchilary, Jumlah Wisatawan

Abstract

This study aims to determine the effect of the Covid-19 pandemic on the number of tourists in terms of 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Anchilary) Case Study of the Harapan Island community. Based on the results of the study, the Fcount value was 8.534 and the significance value was 0.000 so that it can be concluded that Attraction (X1), Accessibility (X2), Amenity (X3), Anchilery (X4) simultaneously have a positive and significant effect on the number of tourists (Y) on Pulau Harapan. , as evidenced by the Fcount $8.534 > 2.80$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. This means that the variables of Attraction (X1), Accessibility (X2), Amenity (X3) Anchilery X4) simultaneously have a positive and significant effect on the number of tourists (Y) on Harapan Island. And this also answers the hypothesis (H3) which states that simultaneously there is a significant influence between Attraction (X1), Accessibility (X2), Amenity (X3), Anchilery (X4) simultaneously has a positive and significant effect on the number of tourists (Y) on the Island. Hope. This means that there is a simultaneous significant influence between Compensation and Work Environment on employee performance at PT. Success Steel Works.

Keywords: Attraction, Accessibility, Amenity, Anchilary, Number Of Tourists

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003). Pariwisata ikut berperan penting dalam perwujudan kesejahteraan masyarakat. Hal

ini tercantum dalam Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 3 bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pariwisata bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata,

menyediakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan sebagainya (Utama, 2016).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kedatangan wisatawan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk setempat (Nurhadi, 2014). Seperti halnya dengan sektor lainnya, pariwisata juga berpengaruh terhadap perekonomian di suatu daerah atau negara tujuan wisata. Peran pemerintah sangat penting untuk mendukung pengembangan destinasi wisata baru, dimana terdapat 5 faktor yang harus dipenuhi untuk mengembangkan suatu daerah agar menjadi tujuan wisata, yaitu objek, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan perhotelan (Sujai, 2016).

Pulau harapan dijadikan sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Kepulauan Seribu. Fasilitas yang terdapat disana sudah cukup lengkap seperti gedung sekolah, sarana olahraga, sistem keamanan terpadu hingga puskesmas serta rumah sakit yang dilengkapi dengan beberapa unit speedboat ambulance yang siap melayani masyarakat selama 24 jam sehari. Pulau Pramuka juga memiliki fasilitas-fasilitas yang diperlukan masyarakat lokal atau wisatawan mulai dari tempat penginapan (homestay) atau villa, warung makan, rumah sakit, masjid, lapangan olahraga, dan lain-lain. Pulau Pramuka dijadikan salah satu pulau yang mengedepankan ekowisata pendidikan.

Pulau harapan merupakan salah satu pulau wisata yang dijadikan sebagai pulau permukiman yang mengedepankan keindahan alam melalui wisata bahari dan juga wisata budaya berpotensi untuk pengembangan pariwisata bahari di Kepulauan Seribu. Oleh karena itu, Pulau harapan harus dapat menjaga kondisi elemen

kepariwisataan yang dimilikinya agar tetap dapat memikat para wisatawan dan pelancong yang ingin berwisata.

Berdasarkan Laporan dari Suku Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan harapan, Pemanfaatan lahan di Pulau Pramuka merupakan permukiman, namun demikian kegiatan yang terdapat disana cukup beragam dengan fungsi hunian yang cukup dominan. Fungsi lainnya yang ada di Pulau harapan yaitu: homestay, perkantoran, komersial dan fasilitas umum dan sosial yang berada di luar pulau, sarana pendidikan, ruang terbuka hijau dan area konservasi mangrove, kawasan ini mempunyai perairan yang cukup jernih, dengan warna biru kehijauan yang sangat indah. Terdapat banyak sekali gugusan terumbu karang dengan warna-warna yang indah dan berbagai jenis ikan di sekitarnya, dan juga dijadikan sebagai tempat penangkaran penyu sisik yang merupakan salah satu hewan langka yang dilindungi.

Berdasarkan latar belakang dan pemikiran di atas maka kami tim peneliti tertarik melakukan kajian tentang Pengaruh Pandemic Covid-19 terhadap jumlah wisatawan di tinjau dari 4A (Attraction, Accesibilitas, Amenitas, Anchilary) (Studi Kasus masyarakat pulau harapan).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pariwisata Menurut para Ahli

Secara etimologis, kata "pariwisata" diidentikkan dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Wardiyanto, 2010). Selain itu ada bermacam pengertian lain mengenai pariwisata yaitu McIntosh (2016) menyatakan bahwa pariwisata adalah : "A composite

of activities, services and industries that delivers a travel experience, transportation, activity and other hospitality service available for individuals or group that are away from home". Dari definisi tersebut menyatakan bahwa pariwisata adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan wisatawan baik individu maupun berkelompok dengan menikmati jasa dan insustri pariwisata, transportasi, akomodasi, restoran, hiburan dan sebagainya (Mulyadi dan Nurhayati, 2015).

Kegiatan dalam wisata menurut Yoeti (2010) terdiri dari something to see terkait dengan atraksi tujuan wisata, something to buy terkait dengan cinderamata dan something to do terkait dengan aktivitas yang dapat dilakukan di daerah wisata. Seiring dengan adanya perubahan paradigma wisata yaitu perubahan dari kegiatan wisata yang awalnya sekedar untuk memenuhi "something to see" kini bergeser menjadi kegiatan wisata yang mampu untuk memenuhi "something to do" (Suparwoko 2010). Menurut Dewi et al. (2017), tujuan dari perjalanan yang dilakukan disebabkan karena berbagai kepentingan, baik karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman atau untuk belajar, dan mengalami secara langsung segala sesuatu yang tidak ada di tempat tinggalnya baik keunikan alam, budaya maupun kondisi geografis yang berbeda dari tempat tinggalnya.

2. Partisipasi Masyarakat dalam Pariwisata

Pariwisata bersifat multidimensional karena menyentuh berbagai sisi kehidupan individu, perbedaan lokasi, aktivitas, fasilitas dan latar belakang sosial, ekonomi dan budaya masyarakat (Mariyani, 2014), sehingga perlu adanya partisipasi masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata. Partisipasi diartikan sebagai upaya peran serta masyarakat dalam suatu kegiatan baik dalam bentuk pernyataan maupun

kegiatan. Lebih lanjut dijelaskan partisipasi merupakan keikutsertaan masyarakat dalam program-program pembangunan. Dari berbagai partisipasi masyarakat banyak hal yang dapat diserap, diantaranya rasa kompetisi, rasa tanggung jawab dan solidaritas (Meray, 2012).

Perubahan pariwisata saat ini dari mass tourism ke individual tourism, dari psikosentris ke allosentris dari sekedar rekreasi ke pengayaan pengalaman dan pembelajaran, serta mengantisipasi berbagai dampak negatif, mendorong lahirnya pariwisata baru yaitu responsible tourism untuk meminimalkan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan, maka pariwisata perlu berlandaskan misi konservasi alam, sosial budaya dan partisipasi masyarakat setempat (Mariyani, 2014). Pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata juga dikemukakan oleh Incera dan Fernandez (2015) bahwa pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi regional, menyediakan pendapatan bagi penduduk serta bagi perusahaan lokal, dan sangat relevan dikembangkan di negara berkembang maupun negara maju, sehingga perlunya ada partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan dan pengembangannya.

3. Komponen 4A Kepariwisataan

Wisatawan yang datang mengunjungi suatu daerah tujuan wisata memerlukan berbagai fasilitas dan pelayanan yang baik, seperti tempat makan dan minum, tempat menginap serta kendaraan yang digunakan untuk menuju ke suatu destinasi wisata. Maka dari itu sebuah destinasi wisata yang baik haruslah memenuhi 4 komponen kepariwisataan atau lebih dikenal dengan 4A attraction (atraksi), accesibility (aksesibilitas), amenity (amenitas) dan ancillary service (pelayanan tambahan). Berikut komponen komponen 4A kepariwisataan berdasarkan teori dari

Cooper dkk (1995) dalam Setyanto dan Pangestuti (2019:159).

METODE

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif, di mana jenis kuantitatif merupakan metode survei dan eksperimen. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut (Sugiyono, 2017:2) Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. dikembangkan dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah. Menurut Sugiyono (2013:13) objek penelitian adalah "Sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal yang objektif". keberadaan responden penelitian ini. Kepualuan seribu utara studi kasus pulau harapan. Pertimbangan mengambil tempat penelitian ini didasarkan atas berbagai faktor diantaranya dalam pengambilan data yang penulis perlukan tidak mengalami kesulitan, penggunaan dana yang tidak terlalu besar, serta penghematan waktu dan tenaga yang dipergunakan. Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 8 bulan yang dimulai dari bulan Januari-Agustus 2022. Menurut Sugiyono (2016:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Disiplin Kerja (X1) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Pengaruh Attraction (X1) jumlah wisatawan (Y)

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Attraction mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah wisatawan Hasil ini menunjukkan bahwa dengan kebijakan Attraction yang tepat dan diterima oleh wisatawan maka akan meningkatkan jumlah wisatawan pulau harapan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anoki Herdian Dito (2010) bahwa Attraction secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 83,6%. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 50 responden yang tercatat sebagai wisatawan terbukti menolak H0 yaitu "tidak ada pengaruh yang signifikan antara Attraction terhadap jumlah wisatawan" dan menerima H1 yaitu "terdapat pengaruh yang signifikan antara Attraction terhadap jumlah wisatawan".

2. Pengaruh Accesibilitas (X2) jumlah wisatawan (Y)

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Accesibilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah wisatawan Hasil ini menunjukkan bahwa dengan kebijakan Accesibilitas yang tepat dan diterima oleh wisatawan maka akan meningkatkan jumlah wisatawan pulau harapan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiman (2014) bahwa Accesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 62,8%. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 50 responden yang tercatat sebagai wisatawan terbukti menolak H0 yaitu "tidak ada pengaruh yang signifikan antara Accesibilitas terhadap jumlah wisatawan" dan menerima H1 yaitu

“terdapat pengaruh yang signifikan antara Aksesibilitas terhadap jumlah wisatawan”.

3. Pengaruh Amenitas (X3) jumlah wisatawan (Y)

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Amenitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah wisatawan Hasil ini menunjukkan bahwa dengan kebijakan Amenitas yang tepat dan diterima oleh wisatawan maka akan meningkatkan jumlah wisatawan pulau harapan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2015) bahwa Amenitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 52,7%. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 50 responden yang tercatat sebagai wisatawan terbukti menolak H₀ yaitu “tidak ada pengaruh yang signifikan antara Amenitas terhadap jumlah wisatawan” dan menerima H₁ yaitu “terdapat pengaruh yang signifikan antara Amenitas terhadap jumlah wisatawan”.

4. Pengaruh Anchilery (X4) jumlah wisatawan (Y)

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Anchilery mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah wisatawan Hasil ini menunjukkan bahwa dengan kebijakan Anchilery yang tepat dan diterima oleh wisatawan maka akan meningkatkan jumlah wisatawan pulau harapan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Buchori (2019) bahwa Anchilery secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 62,9%. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 50 responden yang tercatat sebagai wisatawan terbukti menolak H₀ yaitu “tidak ada pengaruh yang signifikan antara Anchilery terhadap jumlah wisatawan” dan menerima H₁ yaitu “terdapat pengaruh

yang signifikan antara Anchilery terhadap jumlah wisatawan”.

5. Pengaruh Attraction (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) terhadap Jumlah wisatawan (Y)

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Attraction, Aksesibilitas, Amenitas, dan Anchilery mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Jumlah wisatawan di kepulauan harapan. Berdasarkan hasil penelitian didapat nilai Fhitung 8,534 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan antara Attraction (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan, dibuktikan dengan nilai Fhitung 8,534 > 2,80 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Ini artinya variabel Attraction (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan. Dan ini sekaligus menjawab hipotesis (H₃) yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Attraction (X1), Aksesibilitas (X2), Amenitas (X3), Anchilery (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah wisatawan (Y) pada Pulau Harapan.

PENUTUP

1. Attraction berpengaruh signifikan terhadap jumlah wisatawan dengan persamaan regresi $Y = 25,736 + 0,439 X_1$. Dengan demikian Jika Attraction ditingkatkan sebagai nilai satu-satuan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,439 satuan pada Pulau harapan kepulauan seribu.
2. Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Wisatawan dengan persamaan regresi $Y = 38,890 + 0,118 X_2$. Dengan demikian Jika Aksesibilitas ditingkatkan sebagai nilai satu-satuan

- maka akan meningkatkan Jumlah wisatawan sebesar 0,118 satuan pada Pulau harapan kepulauan seribu.
3. Amenitas berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Wisatawan dengan persamaan regresi $Y = 41,718 + 0,050 X_3$. Dengan demikian Jika Amenitas di tingkatkan sebagai nilai satu-satuan maka akan meningkatkan Jumlah wisatawan sebesar 0,050 satuan pada Pulau harapan kepulauan seribu.
 4. Ancillary berpengaruh signifikan terhadap Jumlah Wisatawan dengan persamaan regresi $Y = 51,110 + 0,175 X_4$. Dengan demikian Jika Ancillary di tingkatkan sebagai nilai satu-satuan maka akan meningkatkan Jumlah wisatawan sebesar 0,175 satuan pada Pulau harapan kepulauan seribu.
 5. Attraction, Accesibilitas, Amenitas, Ancillary, berpengaruh signifikan terhadap Jumlah wisatawan dengan Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $8,534 > F$ tabel $2,790$ hal tersebut diperkuat dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Attraction, Accesibilitas, Amenitas, Ancillary, berpengaruh signifikan terhadap Jumlah wisatawan pada Pulau harapan kepulauan seribu.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Abdillah D. 2016. Pengembangan Wisata Bahari di Pesisir Pantai Teluk Lampung. *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia*. 1(1): 45-65.
- Adi, Rianto. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit
- Arikunto. (2017). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Beugelsdijk, S. 2018. Mapping the Landscape of Social Capital in Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program Economics. Unpublished Manuscript Tilburg University The Netherlands.
- Castiglione, D. et.al. 2018. "Social Capital's Fortune : An Introduction". In Dario Castiglione, et.al (ed). *The Handbook of Social Capital*. New York : Oxford University Press.
- Coleman, J.S. 2017. "Social Capital in The Creation of Human Capital". In Partha Dasgupta and Ismail Serageldin. *Social Capital A Multifaceted Perspective*. Washington DC : The World Bank.
- Coleman, James S. (2015) Social capital in the Creation of Human Capital' *American Journal of Sociology* 94: S95-S120.
- Fukuyama, F. 2015. *Guncangan Besar Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru*. Terjemahan Masri Maris. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gautama, I.G.O., dan N. Sunarta. 2012. Evaluasi Perkembangan Wisata Bahari di Pantai Sanur. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. 2(1).
- Gittel, Ross dan J. Phillip Thompson (2015) " Making Social Capital Work: Social Capital and Community Economic Development" dalam Saegert, Susan, J. Phillip Thompson and Mark R. Warren (eds.) *Social Capital and Poor Communities* New York: Russell Sage Foundation, pp. 115-135.
- Hidayat M. 2011. *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*. *Tourism and Hospitality Essentials*. 1(1): 33-44.
- SPSS", Edisi 17, Universitas Diponegoro, Semarang, 2013

- Kaelan. (2017). Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat. Yogyakarta: Paradigma.
- Laporan KPKD Kab. Adm.Kep.seribu
- Martins Z, Paturusi SA, Surya IBK. 2017. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Area Branca Metiaut, Dili. *Jurnal Master Pariwisata*. 2(2): 372-386.
- Miles, B Matthew & A. Michael Huberman. (2015). Analisis Data kualitatif (Terjemahan Teecep Rohendi). Jakarta: UI Press.
- Mcintosh, R, W. 2016. *Tourism : Principle, Practices, Philosophies*. Grid Publishing, Inc., Colombus, Ohio
- Moelyono, M. 2016. Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyadi dan S. Nurhayati. 2015. *Pengertian Pariwisata. Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata. Pusat Pelatihan dan Pendidikan*. Jakarta
- Nurisyah, S. 2014. Rencana Pengembangan Fisik Kawasan Wisata Bahari di Wilayah Pesisir Indonesia. *Buletin Taman dan Lansekap Indonesia*. Perencanaan, Perancangan dan Pengelolaan Volume 3 Nomor 2, 2000. Studio Arsitektur Pertamanan Fakultas Pertanian IPB. Bogor
- Nasution. (2015). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Sangpikul, Aswin (2018). The effects of travel experience dimensions on tourist satisfaction and destination loyalty: the case of an island destination. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*.
- Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D", Alfabeta, Bandung, 2013.
- , "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D", Alfabeta, Bandung, 2014.
- , "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D", Alfabeta, Bandung, 2015.
- , "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D", Erlangga, Jakarta, 2016.
- , "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D", Erlangga, Jakarta, 2017.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. (2015). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Wardiyanto. Baiquni, M. 2010. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Penerbit Lubuk Agung. Bandung
- Yenti Sumarni.2020. PANDEMI COVID-19: TANTANGAN EKONOMI DAN BISNIS.*Jurnal Al-intaj*.vol 6 no 2,pp 1-13.



PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA YANG BERPENGARUH PADA KINERJA KARYAWAN PADA PT BINA AGRAMULYA DI JAKARTA

^{1*}Lili Sularmi, ²Udin Ahidin, ³Iman Syatoto

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen02042@unpam.ac.id](mailto:dosen02042@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja yang berdampak pada kinerja karyawan pada PT. Bina Agramulya di Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 120 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja sebesar 40,4%, uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja sebesar 33,6%, uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$. Motivasi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja sebesar 49,1%, uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan sebesar 34,8%, uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Motivasi, Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja, Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of motivation and work environment on job satisfaction which has an impact on employee performance at PT. Bina Agramulya in Jakarta. The method used is explanatory research with a sample of 120 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study that motivation has a significant effect on job satisfaction by 40.4%, hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$. The work environment has a significant effect on job satisfaction by 33.6%, hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$. Motivation and work environment simultaneously have a significant effect on job satisfaction by 49.1%, hypothesis testing is obtained a significance of $0.000 < 0.05$. Job satisfaction has a significant effect on employee performance by 34.8%, hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Motivation, Work Environment, Job Satisfaction, Employee Performance

PENDAHULUAN

Peran sumber daya manusia sangat besar dirasakan dalam kehidupan organisasi. Hal ini dikarenakan Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat menentukan dalam menjalankan aktifitas organisasi guna mencapai tujuan yang diharapkan. Untuk itu perlu adanya manajemen sumber daya manusia yang memperhatikan perencanaan, pengawasan dan pengendalian yang baik agar fungsi dan sistem manajemen dapat berjalan dengan baik. Sumber Daya Manusia adalah individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu didalam institusi maupun perusahaan yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus

dilatih dan dikembangkan kemampuannya.

Dalam kehidupan modern yang makin kompleks, manusia akan cenderung mengalami rasa kurang termotivasi apabila individu kurang mampu mengadaptasikan keinginan dengan kenyataan yang ada, baik kenyataan yang ada di dalam maupun di luar dirinya. Segala macam bentuk motivasi pada dasarnya disebabkan oleh kurang mengertinya manusia akan keterbatasannya sendiri. Ketidakmampuan untuk melawan keterbatasan inilah yang akan menimbulkan frustrasi, konflik, gelisah dan rasa bersalah. Karyawan sering dihadapkan dengan berbagai masalah dalam perusahaan sehingga sangat tidak mungkin untuk tidak

terkena permasalahan ini.

Kepuasan kerja yang tinggi dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi pergantian, dan meningkatkan kehadiran, mengurangi kecelakaan, mengurangi stres kerja dan mengurangi serikat pekerja. Karyawan atau pegawai yang puas dengan apa yang diperolehnya dari perusahaan akan memberikan sesuatu yang lebih untuk perusahaan dan kemudian ia akan berusaha memperbaiki kinerjanya sehingga ia pun terus mendapat kepuasan kerja yang kemudian akan menghasilkan hasil kerja yang maksimal. Perusahaan harus mengenali faktor-faktor yang mampu menghasilkan kepuasan kerja bagi karyawan sehingga perusahaan akan terus maju dan berkembang dan kemudian menjalankan apa yang seharusnya perusahaan lakukan untuk mencapai kepuasan kerja.

PT. Bina Agramulya adalah perusahaan retail yang mendistribusikan pakaian sehari-hari dan pakaian tidur untuk semua usia mulai dari anak-anak, dewasa, wanita hingga laki-laki, serta menyediakan berbagai ukuran serta dengan varian merek dan bahan-bahan yang berkualitas. Motivasi sangat penting dimiliki oleh semua komponen dalam perusahaan. Pimpinan sudah sewajarnya senantiasa mendorong karyawan dalam menciptakan semangat kerja. Pemberian motivasi dengan tepat akan dapat menimbulkan semangat, gairah dan keikhlasan kerja dalam diri seseorang. Meningkatnya kegairahan dan kemauan untuk bekerja dengan sukarela tersebut akan menghasilkan pekerjaan yang lebih baik, sehingga akan meningkatkan produktivitas kerja. Menurut Edy Sutrisno (2017) Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang.

Kondisi terkait motivasi kerja karyawan diperusahaan, menunjukkan bahwa yang dalam kategori perusahaan belum menyediakan tempat istirahat yang nyaman bagi karyawan dirasakan masih kurang, perusahaan juga belum mampu memberikan jaminan keamanan berupa

asuransi kecelakaan kerja dan hubungan yang terjalin baik antar karyawan dengan keterangan "Tidak". Hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi seperti ini harus segera dilakukan pembenahan agar karyawan memiliki motivasi yang tinggi. Dari data diatas dapat dilihat bahwa belum adanya rasa aman berupa jaminan kesehatan dan kesejahteraan untuk karyawan dan belum adanya hubungan yang baik antar rekan kerja.

Faktor kondisi lingkungan kerja juga penting diperhatikan oleh manajemen perusahaan, mengingat lingkungan kerja yang sehat adalah lingkungan kerja yang mampu mempengaruhi, memberikan motivasi serta memberikan dorongan bagi seseorang untuk bekerja secara optimal sesuai dengan profesinya sehingga tercapai kinerja yang optimal. Menurut Sri Widodo (2016) lingkungan kerja merupakan semua keadaan yang terdapat disekitar tempat kerja, yang akan mempengaruhi karyawan baik langsung atau tidak langsung. Kondisi lingkungan kerja dikatakan baik atau sesuai apabila manusia dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman, dan nyaman. Suatu kondisi lingkungan kerja dikatakan baik atau sesuai, apabila dapat melaksanakan kegiatan secara optimal, sehat, aman, dan nyaman. Kesesuaian lingkungan kerja dilihat akibatnya dalam jangka waktu yang lama lebih jauh lagi lingkungan lingkungan kerja yang kurang baik dapat menuntut tenaga kerja dan waktu lebih banyak dan tidak mendukung diperolehnya rancangan sistem kerja yang efisien jenis lingkungan kerja fisik yang terdapat disekitar tempat kerja yang dapat mempengaruhi karyawan baik secara langsung maupun tidak langsung, lingkungan kerja non fisik merupakan semua keadaan terjadi yang berkaitan dengan hubungan kerja.

Menurut Kasmir (2016) menyimpulkan bahwa kinerja adalah hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Jadi, kinerja karyawan memiliki peran yang sangat penting dalam sukses atau tidaknya suatu perusahaan. Dalam suatu

perusahaan sangat diperlukan kinerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja merupakan suatu akibat dari persyaratan kerja yang harus dipenuhi oleh karyawan untuk memperoleh hasil maksimal dimana dalam pelaksanaannya, kinerja terletak pada faktor manusia sebagai pelaksana kegiatan pekerjaan. Tujuan utama dari peningkatan kinerja karyawan adalah agar karyawan baik ditingkat bawah atau pun ditingkat atas mampu menjadi karyawan yang efisien, efektif dan produktif.

Berdasarkan uraian dan banyaknya permasalahan pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul "Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan kerja Yang Berdampak Pada Kinerja Karyawan PT. Bina Agramulya di Jakarta".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Motivasi

Menurut Sunyoto (2020:11), motivasi membicarakan tentang bagaimana cara mendorong semangat kerja seseorang, agar mau bekerja dengan memberikan kemampuan dan keahliannya secara optimal guna mencapai tujuan organisasi. Motivasi menjadi penting karena dengan motivasi diharapkan setiap karyawan mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktifitas kerja yang tinggi. Perilaku seseorang dipengaruhi dan dirangsang oleh keinginan, pemenuhan kebutuhan serta tujuan dan kepuasannya. Rangsangan timbul dari dalam dan dari luar. Rangsangan ini akan menciptakan dorongan pada seseorang untuk melakukan aktifitas.

2. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok. Sedarmayanti (2020:21).

3. Kepuasan Kerja

Menurut Hariandja (2019:290).

"Kepuasan kerja adalah perasaan dan penilaian seorang atas pekerjaannya, khususnya mengenai kondisi kerjanya, dalam hubungannya dengan apakah pekerjaannya mampu memenuhi harapan, kebutuhan dan keinginannya".

4. Kinerja Karyawan

Ratundo dan Sacket (2018:76) mendefinisikan "Kinerja adalah kegiatan yang mencakup semua tindakan atau perilaku yang dikontrol oleh individu dan memberi kontribusi pada pencapaian tujuan-tujuan perusahaan".

METODE

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 120 responden PT. Bina Agramulya di Jakarta. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi disajikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungannya. Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen

- a. Dari hasil pengujian diperoleh seluruh item kuesioner variabel motivasi diperoleh nilai signifikansi 2 tailed sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian instrumen valid.
- b. Dari hasil pengujian diperoleh seluruh item kuesioner variabel lingkungan kerja diperoleh nilai signifikansi 2 tailed sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian instrumen valid.
- c. Dari hasil pengujian diperoleh seluruh item kuesioner variabel kepuasan kerja diperoleh nilai signifikansi 2 tailed sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian instrumen valid.

Dari hasil pengujian reliabilitas, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Kritis Alpha	Keterangan
Motivasi (X1)	0,625	0,600	Reliabel
Lingkungan kerja (X2)	0,632	0,600	Reliabel
Kepuasan Kerja (Y)	0,615	0,600	Reliabel
Kinerja Karyawan (Z)	0,620	0,600	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian di atas, keseluruhan variabel motivasi (X1), lingkungan kerja (X2), Kepuasan Kerja (Y) dan Kinerja Karyawan (Z) diperoleh nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,600. Dengan demikian dinyatakan

reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan alat uji Kolmogorov-Smirnov Test, sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kepuasan Kerja (Y)	.067	120	.200*	.974	120	.020

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai $\alpha = 0,050$ atau ($0,200 > 0,050$). Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance Value dan Variance Inflation Factor (VIF). Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas dengan Collinierity Statistic

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1(Constant)	9.143	2.800			
Motivasi (X1)	.459	.077	.459	.737	1.357
Lingkungan kerja (X2)	.319	.071	.344	.737	1.357

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas nilai tolerance masing-masing variabel bebas yaitu $0,737 < 1,0$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar $1,357 < 10$, dengan demikian model regresi ini

tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Pengujian dilakukan dengan alat uji Darbin-Watson (DW test). Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.701 ^a	.491	.483	2.490	1.648

a. Predictors: (Constant), Lingkungan kerja (X2), Motivasi (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,648 nilai tersebut berada diantara interval 1.550 - 2.460. Dengan demikian model regresi dinyatakan tidak ada gangguan

autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dilakukan dengan alat uji Glejser Test Model. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser Test Model

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	2.779	1.685		1.649	.102
Motivasi (X1)	.032	.046	.075	.702	.484
Lingkungan kerja (X2)	-.054	.043	-.135	-1.258	.211

a. Dependent Variable: RES2

Hasil pengujian dengan menggunakan uji glejser diperoleh nilai Sig. > 0,050. Dengan demikian regression model tidak ada gangguan heteroskedastisitas.

3. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, raiting score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	Descriptive Statistics			
	N	Minimum	Maximum	Mean Std. Deviation
Motivasi (X1)	120	30	46	38.14 3.467
Lingkungan kerja (X2)	120	30	46	38.13 3.728
Kepuasan Kerja (Y)	120	32	46	38.82 3.462
Kinerja Karyawan (Z)	120	31	50	39.05 3.505
Valid N (listwise)	120			

Motivasi diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 46 dengan raiting score sebesar 3,814 dengan standar deviasi 3,467. Lingkungan kerja diperoleh varians minimum sebesar 30 dan varians maximum 46 dengan raiting score sebesar 3,813 dengan standar deviasi 3,728. Kepuasan kerja diperoleh varians minimum sebesar 32 dan varians maximum 46 dengan raiting score sebesar 3,882 dengan standar deviasi 3,462. Kinerja karyawan diperoleh varians minimum sebesar 31 dan varians maximum 50 dengan raiting score sebesar 3,905 dengan standar deviasi

3,505.

4. Analisis Kuantitatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
1(Constant)	9.143	2.800		3.265
Motivasi (X1)	.459	.077	.459	5.983
Lingkungan kerja (X2)	.319	.071	.344	4.478

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,143 + 0,459X_1 + 0,319X_2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,143 diartikan jika motivasi dan lingkungan kerja tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan kerja sebesar 9,143 point.
- 2) Koefisien regresi motivasi sebesar 0,459, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan motivasi sebesar 0,459 point maka kepuasan kerja juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,459 point.
- 3) Koefisien regresi lingkungan kerja

sebesar 0,319, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan lingkungan kerja sebesar 0,319 point maka kepuasan kerja juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,319 point.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja.

Model Summary			
Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.404	2.683

a. Predictors: (Constant), Motivasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,404 artinya motivasi memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 40,4% terhadap kepuasan kerja.

Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Lingkungan kerja Terhadap Kepuasan Kerja

Model Summary			
Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.336	2.833

a. Predictors: (Constant), Lingkungan kerja (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,336 artinya lingkungan kerja

memiliki kontribusi pengaruh sebesar 33,6% terhadap kepuasan kerja.

Tabel 10. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Motivasi Dan Lingkungan kerja Secara Simultan Terhadap Kepuasan Kerja.

Model Summary			
Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 ^a	.491	2.490

a. Predictors: (Constant), Lingkungan kerja (X2), Motivasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,491 artinya motivasi dan lingkungan kerja secara simultan

memiliki kontribusi pengaruh sebesar 49,1% terhadap kepuasan kerja, sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi faktor lain.

Tabel 11. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.343	2.841

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,348 artinya kepuasan kerja memiliki kontribusi pengaruh sebesar 34,8% terhadap kinerja karyawan.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	14.605	2.717		5.376	.000
Motivasi (X1)	.635	.071	.636	8.948	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,948 > 1,984), dengan demikian hipotesis yang

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kepuasan kerja diterima.

Tabel 13. Hasil Uji Hipotesis Lingkungan kerja Terhadap Kepuasan Kerja.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	18.297	2.669		6.855	.000
Lingkungan kerja (X2)	.538	.070	.579	7.724	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,724 > 1,984), dengan demikian hipotesis yang

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja diterima.

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	15.855	2.932		5.407	.000
Kepuasan Kerja (Y)	.598	.075	.590	7.942	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Z)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t

hitung > t tabel atau (9,017 > 1,984), dengan demikian hipotesis yang

diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis Motivasi dan Lingkungan kerja Secara Simultan Terhadap Kepuasan Kerja.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	700.757	2	350.378	56.527	.000 ^b
Residual	725.210	117	6.198		
Total	1425.967	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Lingkungan kerja (X2), Motivasi (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (56,527 > 2,700), dengan demikian hipotesis keempat yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi dan lingkungan kerja secara simultan terhadap kepuasan kerja diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja

Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai koefisien determinasi sebesar 40,4%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,948 > 1,984). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara motivasi terhadap kepuasan kerja diterima.

2. Pengaruh Lingkungan kerja Terhadap Kepuasan Kerja

Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai koefisien determinasi sebesar 33,6%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,724 > 1,984). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja diterima.

digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima. Hipotesis ketiga: Terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi, lingkungan kerja dan motivasi terhadap kepuasan kerja.

3. Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan kerja Terhadap Kepuasan Kerja

Motivasi dan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 9,143 + 0,459X1 + 0,319X2$, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 49,1% sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (56,527 > 2,700). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara motivasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja diterima.

4. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 34,8%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,017 > 1,984). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan kontribusi pengaruh sebesar 40,4%. Uji

- hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($8,948 > 1,984$).
2. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan kontribusi pengaruh sebesar 33,6%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($7,724 > 1,984$).
 3. Motivasi dan lingkungan kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,1% sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung $>$ F tabel atau ($56,527 > 2,700$).
 4. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan kontribusi pengaruh sebesar 34,8%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($9,017 > 1,984$).
- DAFTAR PUSTAKA**
- Algifari. (2014). Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Chusway dalam Sutrisno, E. (2017). Manajemen Sumberdaya Manusia. Cetakan ke-9. Jakarta: Kencana.
- Desseler, G. dalam Sutrisno, E. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan ke-9. Jakarta: Kencana.
- Ghozali, I. (2014). Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greenberg & Baron dalam Wibowo. (2016). Manajemen Kinerja. Edisi Kelima, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada.
- Haryadi, R. N., Sunarsi, D., Erlangga, H., & Wijandari, A. (2022). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Beringin Life di Jakarta. MAMEN: Jurnal Manajemen, 1(1), 41-48.
- Hasibuan, M. S. P. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kumala, D. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Motivasi terhadap kinerja Karyawan pada PT. RisconRealty: Kecerdasan Emosional dan Motivasi kinerja. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan, 1(2), 1-13.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maslow dalam Mangkunegara, A. A. A. P (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bamdung: Remaja Rosdakarya.
- Muchdarsyah dalam Sedarmayanti. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil, Cetakan Kelima. Bandung: PT Refika Aditama.
- Nawawi dalam Gaol, CHR. J. L. (2014). A to Z Human Capital (Manajemen Sumber Daya Manusia) Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis. Jakaarta:PT. Gramedia Widiasarana.
- Nuraini, T. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Pekanbaru: Yayasan Aini Syam.
- Ridhotullah, Subeki & Jauhar, M. (2015). Pengantar Manajemen. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.
- Safroni, L. (2012). Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia. Surabaya : Aditya Media Publishing.

- Santoso, S. (2015). SPSS24 Pengolahan Data Statistik di Era Informasi. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Sedarmayanti. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. Cetakan Kelima. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siagian, S. P. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinambela, L. P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung CV. Alfabeta.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 21(1), 7-13.
- Sunyoto, D. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- Sunyoto, D. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Sutrisno, E. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Sutrisno, E. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutrisno, E. (2017). Manajemen Sumberdaya Manusia. Cetakan ke-9. Jakarta: Kencana.
- Tohardy dalam Sutrisno, E. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.
- Usman, H. (2011). Manajemen. Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan. Jakarta: umi Aksara.
- Widodo. S. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Perencanaan Strategi, Isu-isu Utama dan Globalisasi. Bandung: Manggu Media.
- Yuniarsih, T & Suwanto. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.



ANALISIS KELAYAKAN JASA PENGANTARAN BARANG PADA PERUSAHAAN KURIR DI JNE CABANG TABANAN

¹I Putu Hendra Putra, ²Wayan Ardani, ³Ni Made Widani

Universitas Mahendradatta, Indonesia, Indonesia

[*hendraputra368@gmail.com](mailto:hendraputra368@gmail.com)

Abstrak

Dengan adanya berbagai jasa pengiriman barang kurir di Indonesia dan berbagai kebutuhan masyarakat yang banyak dan perlu waktu untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka disini saya melakukan penelitian di perusahaan jasa kurir JNE Cabang Tabanan. Berdasarkan pola pikir masyarakat yang telah berkembang maka mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan proses pengiriman agar mencapai suatu daerah atau tempat tertentu dengan waktu yang relatif cepat. Apalagi pada saat ini perkembangan dari penggunaan internet sudah menjadi suatu kemajuan dari masyarakat untuk berbelanja secara online, dimana masyarakat berpikir bahwa dengan berbelanja online akan membantu mereka sehingga mereka tidak terlalu buang waktu untuk pergi ke tempat perbelanjaan. Peran dari jasa kurir pengiriman barang akan menjadi lebih penting jika dikaitkan dengan penjualan secara online, hal inilah yang membuat perusahaan jasa pengiriman barang menjadi suatu bisnis yang berkembang positif sampai saat ini. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan usaha JNE Cabang Tabanan ditinjau dari aspek non finansial maupun aspek finansial. Untuk menganalisis aspek non finansial yang terdiri dari aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen SDM digunakan metode deskriptif kualitatif sementara aspek finansial dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui bantuan program Analisis Rasio. Implikasinya Semua Aspek sangat menentukan yaitu Aspek pasar dan pemasaran adalah aspek yang sangat penting yaitu diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke pelanggan. Aspek manajemen SDM untuk mengetahui seberapa layak bekerja. Aspek keuangan untuk mengetahui dari sisi layak atau tidak berjalan usaha tersebut. Hasil analisis yang diperoleh dari aspek non finansial, usaha JNE Cabang Tabanan masih dikategorikan masih layak untuk dijalankan namun ada beberapa hal yang perlu di evaluasi dan diperbaiki dalam strategi pemasaran. Sementara itu, hasil analisis aspek finansial menunjukkan bahwa usaha JNE Cabang Tabanan layak untuk dijalankan. Hal ini dapat dilihat dari NPV (Net Present Value) yang diperoleh > 0 dan bernilai positif yakni sebesar Rp. 2.050.600.000. Nilai IRR (Internal Rate Of Return) yang dihasilkan $>$ tingkat suku bunga bank umum yakni 15,36%. Payback Period yang dihasilkan $<$ dari umur investasi yakni 1.56 tahun. Profitability Index (PI) yang diperoleh > 1 yakni sebesar 7,32.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Bisnis Jasa Pengiriman Barang, PT JNE

Abstract

With the various courier service delivery services in Indonesia and the many needs of the community and it takes time to fulfill these needs, here I am doing research at the JNE courier service company Tabanan Branch. Based on the mindset of the community that has developed, it encourages people's desire to carry out the delivery process in order to reach a certain area or place in a relatively fast time. Moreover, at this time the development of internet use has become an advancement of the community to shop online, where people think that shopping online will help them so they don't waste too much time going to shopping places. The role of courier service delivery of goods will become more important if it is associated with online sales, this is what makes a freight forwarding company a business that is growing positively to date. This research was conducted with the aim of knowing the feasibility of the JNE Tabanan Branch in terms of non-financial and financial aspects. To analyze the non-financial aspects consisting of market and marketing aspects, the human resource management aspect used descriptive qualitative methods while the financial aspects were analyzed using quantitative descriptive methods through the assistance of the Ratio Analysis program. The implication is that all aspects are very decisive, namely the market and marketing aspects are very important aspects, which are needed to convey production goods from the hands

of producers to customers. Aspects of HR management to find out how worthy to work. The financial aspect is to find out from the feasible side or not the business is running. The results of the analysis obtained from the non-financial aspect, the JNE Tabanan Branch business is still categorized as still feasible to run, but there are several things that need to be evaluated and improved in the marketing strategy. Meanwhile, the results of the financial aspect analysis show that the JNE Tabanan Branch business is feasible to run. This can be seen from the NPV (Net Present Value) obtained > 0 and has a positive value of Rp. 2,050,600,000. The resulting IRR (Internal Rate Of Return) value $>$ commercial bank interest rate is 15.36%. The resulting payback period is $<$ from the investment age, which is 1.56 years. Profitability Index (PI) obtained > 1 , which is 7.32.

Keywords: *Business Feasibility Study, Freight Forwarding Service Business, PT JNE*

PENDAHULUAN

Sekarang ini perkembangan dalam dunia bisnis di Indonesia dari tahun ke tahun semakin mengalami peningkatan yang sangat pesat terutama dalam fenomena kegiatan bisnis online atau online shopping. Berkembangnya bisnis online shopping ini sangat mengacu pada proses berkembangnya bidang komunikasi. Dimana komunikasi ini sebagai penghubung antara penjual dengan pembeli. Dalam melakukan sebuah bisnis online shopping penjual harus bisa untuk memuaskan kebutuhan pelanggannya, penjual harus bisa memberikan permintaan daripada pelanggan. Dampak dari perkembangan dari perusahaan bisnis online ini adalah membawa suatu perkembangan yang sangat besar dan membawa peluang besar juga terhadap perusahaan jasa pengiriman barang.

Berdasarkan pola pikir masyarakat yang telah berkembang maka mendorong keinginan masyarakat untuk melakukan proses pengiriman agar mencapai suatu daerah atau tempat tertentu dengan waktu yang relatif cepat. Apalagi pada saat ini perkembangan dari penggunaan internet sudah menjadi suatu kemajuan dari masyarakat untuk berbelanja secara online, dimana masyarakat berpikir bahwa dengan berbelanja online akan membantu mereka sehingga mereka tidak terlalu buang waktu untuk pergi ke tempat perbelanjaan. Dengan adanya hal ini maka kita bisa simpulkan bahwa semakin tinggi jumlah dari orang yang belanja online maka akan semakin tinggi juga permintaan dari penggunaan jasa pengiriman barang agar sampai ke lokasi pelanggan baik itu rumah ataupun lokasi lainnya yang sudah ditentukan oleh pelanggan. Peran dari jasa kurir pengiriman

barang akan menjadi lebih penting jika dikaitkan dengan penjualan secara online, hal inilah yang membuat perusahaan jasa pengiriman barang menjadi suatu bisnis yang berkembang positif sampai saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan adalah sebuah studi untuk mengkaji secara komprehensif dan mendalam terhadap kelayakan sebuah usaha. Layak atau tidak layak dijalankannya sebuah usaha merujuk pada hasil perbandingan semua faktor ekonomi yang akan dialokasikan kedalam usaha atau bisnis baru dengan hasil pengembaliannya yang akan diperoleh dalam jangka waktu tertentu. (Johan, Suwinto, 2012).

2. Jasa

Menurut Kotler (2012), jasa adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu. Menurut Stanton pengertian jasa adalah sebagai kegiatan yang didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat tak memiliki wujud (tangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak terikat atas penjualan atau jasa yang lainnya. Jasa merupakan aktivitas menawarkan produk yang tak berwujud namun dapat dirasakan hasilnya. Yang melibatkan dengan pelanggan atau pemilik pelanggan yang tidak berpengaruh kepada pemindahan kepemilikan.

METODE

Desain penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif - kuantitatif.

Data deskriptif umumnya dikumpulkan melalui observasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, sehingga masalah yang muncul serta pemecahan masalah, kesimpulan dan saran yang ada dalam penelitian ini berlaku hanya untuk obyek yang diteliti JNE Cabang Tabanan.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai studi kelayakan bisnis JNE Cabang Tabanan di Kabupaten Tabanan. Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana kelayakan JNE Cabang Tabanan ditinjau dari aspek pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen dan aspek keuangan. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik JNE Cabang Tabanan dan manager dan pegawai yang mengelola JNE Cabang Tabanan. Sedangkan data sekunder yang dikumpulkan dalam penelitian bersumber dari laporan penjualan jasa JNE Cabang Tabanan.

Subjek yang diteliti dalam penelitian ini adalah JNE Cabang Tabanan. Objek penelitian ini adalah kelayakan usaha jasa JNE Cabang Tabanan ditinjau dari Aspek Teknis/Operasional, Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen SDM, Aspek Hukum dan Aspek Keuangan (finansial).

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, 2012: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah JNE cabang Tabanan. Sementara sampel dalam penelitian ini adalah JNE Cabang Tabanan berdasarkan data tahun 2019 - 2022. Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang menjadi objek penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2012: 115). Sampel penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu

teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan dan kriteria tertentu sesuai kehendak peneliti (Sugiyono, 2018:61).

HASIL DAN PEMBAHASAN

JNE ini merupakan suatu perusahaan jasa yang bergerak di bidang pendistribusian atau pengiriman barang. PT JNE ini didirikan pada tahun 1990, dengan nama PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang melayani masyarakat dalam bidang jasa pengiriman terutama import atas barang peka waktu melalui gudang yang disebut gudang 'Rush Handling'. PT JNE ini tidak hanya melayani jasa pengiriman ke dalam negeri saja, namun PT JNE ini juga sudah menjadi penyedia jasa pengiriman ke mancanegara ataupun ke internasional. PT JNE ini sudah memiliki jaringan yang luas ke seluruh Indonesia dan ke luar negeri serta merupakan suatu layanan yang handal dalam membantu untuk mendistribusikan produk serta meningkatkan daya saing dalam pemasaran. Semakin banyaknya kegiatan mengirim barang-barang di Indonesia, maka kegiatan tidak akan terlepas dari campur tangan usaha jasa pengiriman yang sudah ada.

Inflow

Dalam cashflow atau arus kas, inflow merupakan arus kas masuk atau penerimaan bagi usaha. Inflow pada JNE Cabang Tabanan terdiri dari pengiriman barang ke pelanggan. Dalam penyusunan cashflow untuk menilai kelayakan investasi, kapasitas output yang dihasilkan setiap layanan jasa diasumsikan mengalami kenaikan sebesar 5% per tahunnya. Estimasi output kapasitas yang dihasilkan oleh JNE Cabang Tabanan dapat dilihat pada Tabel 1. dibawah ini:

Tabel 1. Estimasi Output JNE Cabang Tabanan

Uraian	Tahun	Tahun	Tahun
	2019	2020	2021
Januari	500,473,480	629,171,000	650,783,365
Februari	665,650,000	467,350,000	900,989,550
Maret	443,700,000	679,850,000	594,291,824
April	490,325,000	685,340,000	672,365,338

Mei	414,035,000	634,330,000	567,352,528
Juni	508,670,000	329,330,000	677,442,042
Juli	656,176,000	310,580,000	920,132,796
Agustus	716,465,000	429,462,375	1,017,735,565
September	475,672,000	534,047,369	660,050,382
Oktober	665,700,000	473,880,009	918,133,952
November	697,547,000	406310500	951,911,776
Desember	636,248,000	344147000	854,610,792

Dalam penyusunan cahsflow, untuk harga pengiriman dengan beberapa tarif tarif diatas diperkirakan tetap selama umur investasi. Penerimaan usaha jasa pengiriman ini diperoleh dari hasil

perkalian antara jumlah output yang dihasilkan dengan tarif pengiriman. Untuk lebih jelasnya, estimasi penerimaan jasa pada usaha JNE Cabang Tabanan dapat dilihat pada Tabel 2. berikut ini:

Tabel 2. Estimasi Penerimaan JNE Cabang Tabanan

Uraian	Tahun	Tahun	Tahun
	2019	2020	2021
Januari	629,171,000	650783365	856,890,000
Februari	467,350,000	900,989,550	741,660,000
Maret	679,850,000	594,291,824	620,200,000
April	685,340,000	672,365,338	903,045,000
Mei	634,330,000	567,352,528	934,618,760
Juni	329,330,000	677,442,042	497,680,060
Juli	310,580,000	920,132,796	483,459,700
Agustus	429,462,375	617,735,565	631,676,742
September	534,047,369	660,050,382	790,870,756
Oktober	473,880,009	918,133,952	572,164,653
November	406310500	951,911,776	437391320
Desember	344147000	854,610,792	471259120

Aliran arus kas yang dikeluarkan oleh suatu usaha disebut dengan outflow. Dalam hal ini, outflow pada Usaha JNE Cabang

Tabanan dibagi menjadi empat macam yang terdiri dari biaya investasi, biaya variabel, biaya tetap dan biaya penyusutan:

Tabel 3. Biaya Investasi

No	Alat atau Investasi	Jumlah	Satuan	Jumlah
1	Bangunan Toko	1 unit	-	25.000.000
2	Bangunan Gudang	1 unit	-	50.000.000
3	Rak	8 Pcs	2.000.000	16.000.000
4	Unit Komputer	2 unit	6.000.000	12.000.000
5	Printer Kertas	2 unit	1.500.000	3.000.000
6	Kertas Nota Printer	2 box	300.000	300.000
7	Telepon/Handphone	1 unit	2.000.000	2.000.000
8	Kendaraan	2 unit	72.000.000	144.000.000
9	AC (Air Conditioner)	4 pcs	2.500.000	10.000.000
10	Tas Kurir	21 unit	1.000.000	21.000.000
11	Biaya Modal Kerja Awal			50.000.000
	TOTAL INVESTASI:			Rp. 333.300.000

a. Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan jumlah output. Pada JNE Cabang Tabanan, biaya variabel terdiri

dari biaya untuk proses pengiriman barang dalam hal ini, biaya variabel pada JNE Cabang Tabanan diperkirakan naik sebesar 4 % sesuai rata-rata inflasi nasional. Untuk perhitungan estimasi

biaya variabel pengiriman barang secara lebih jelas. Estimasi mengenai biaya variabel yang dikeluarkan oleh JNE

Cabang Tabanan dapat dilihat pada tabel 4. berikut ini:~`

Tabel 4. Estimasi Biaya Variabel

Uraian	Tahun	Tahun	Tahun
	2019	2020	2021
Bungkus paket	Rp. 27.500.000	Rp. 42.000.000	Rp. 56.000.000
Ongkir	Rp. 7.500.000	Rp. 12.000.000	Rp. 14.000.000
Biaya return barang rusak	Rp. 2.750.000	Rp. 6.500.000	Rp. 8.000.000
TOTAL	Rp. 37.750.000	Rp. 60.500.000	Rp. 78.000.000

b. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak bergantung pada perubahan jumlah pengiriman jasa. Pada JNE Cabang Tabanan, biaya tetap terdiri dari biaya yang dikeluarkan untuk gaji karyawan, biaya pemeliharaan, biaya akomodasi, biaya

listrik dan biaya promosi. Bisa kita perhatikan di bawah ini, biaya listrik yaitu 350.000/ bulan terjadi asumsi peningkatan 5% pertahun.

Rincian biaya tetap yang dikeluarkan, oleh JNE Cabang Tabanan dapat dilihat pada tabel 5. dibawah ini:

Tabel 5. Biaya Tetap

Nama Biaya	Biaya Per tahun 2019 (Rp)	Biaya Per tahun 2020 (Rp)	Biaya Per tahun 2021 (Rp)
Biaya Gaji Kurir	792.000.000 (50 pekerja)	980.100.000 (55 Pekerja)	1.247.400.000 (70 Pekerja)
Biaya Pemeliharaan	10.000.000	12.000.000	15.000.000
Biaya Listrik Per bulan Rp.350.000, - asumsi kenaikan 5% per tahun	4.410.000	4.630.500	4.862.025
Biaya Promosi	5.000.000	7.500.000	7.500.000
Total Biaya Tetap	811.410.000	1.004.230.500	1.274.762.025

c. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan pada Industri JNE Cabang Tabanan terdiri dari biaya penyusutan bangunan toko, peralatan, perlengkapan pengiriman barang. Perhitungan biaya penyusutan

menggunakan metode garis lurus tanpa nilai residu. (Rumus Penyusutan = Nilai Perolehan: Umur Ekonomis).

Rincian biaya penyusutan dapat dilihat pada tabel 6. berikut:

Tabel 6. Biaya Penyusutan

Peralatan	Jumlah	Harga (Rp)	Umur Ekonomis	Biaya Penyusutan (Rp)
Bangunan Toko	1 unit	25.000.000	5 tahun	5.000.000
Bangunan Gudang	1 unit	50.000.000	5 tahun	10.000.000
Telepon/Handphone	1 unit	2.000.000	5 tahun	3.200.000
Komputer/Laptop	2 unit	6.000.000	10 tahun	1.200.000
Rak	8 Pcs	2.000.000	10 tahun	1.600.000
Print Kertas	2 unit	1.500.000	1 tahun	3.000.000
Kertas Nota Printer	2 box	150.000	1 tahun	300.000
Kendaraan	2 unit	72.000.000	2 tahun	72.000.000
Tas Kurir	21 unit	1.000.000	3 tahun	7.000.000
AC	4 unit	10.000.000	4 tahun	10.000.000
Rak	8 Pcs	2.000.000	5 tahun	3.200.000
Total Penyusutan				116.500.000

Setelah mengetahui data mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan serta penerimaan yang diperoleh, untuk menyusun cashflow pada industri JNE Cabang Tabanan, langkah awal yang dilakukan adalah pengurangan antara penerimaan usaha (inflow) dengan pengeluaran usaha (outflow) sehingga menghasilkan manfaat bersih yang diterima setelah pajak atau Earning After Tax (EAT). Manfaat bersih yang diterima

kemudian ditambah dengan penyusutan sehingga diperoleh arus kas bersih (proceed). Proceed di diskonkan dengan tingkat suku bunga bank umum sebesar 10% sehingga diperoleh Present Value (PV) atau nilai sekarang dari arus kas (cashflow). Cashflow atau arus kas Industri JNE Cabang Tabanan secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 4.10. dibawah ini:

Tabel 7. Cashflow JNE Cabang Tabanan

Keterangan	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Inflow			
Penerimaan	1.652.500.000	1.985.000.000	2.230.180.000
Outflow			
Biaya Variabel	37.750.000	60.500.000	78.000.000
Biaya Tetap	811.410.000	1.004.230.500	1.274.765.000
Total Biaya	849.160.000	1.064.730.500	1.352.765.000
EBT	803.340.000	920.269.500	877.415.000
Tax	-	-	-
EAT	803.340.000	920.269.500	877.415.000
Penyusutan	116.500.000	116.500.000	116.500.000
Proceed	919.840.000	1.036.769.500	993.915.000
DF 10%	0,909	0,826	0,751
Present Value	833.043.960	830.435.207	720.597.999

Penilaian terhadap kelayakan investasi pada industri JNE Cabang Tabanan di analisis dengan menggunakan metode Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP) dan Profability

Index (PI).

Hasil perhitungan terhadap kelayakan finansial industri JNE Cabang Tabanan dapat dilihat pada tabel 4.11. dibawah ini:

Tabel 8. Hasil Analisis Kriteria Kelayakan Investasi.

Metode	Hasil Analisis	Kriteria Kelayakan	Keterangan
Analisis		Investasi	
NPV	Rp. 2.050.600.000	NPV > 0 dan bernilai positif	Layak
IRR	15,36 %	IRR ≥ tingkat suku bunga	Layak
PP	1,56 Tahun	PP < umur investasi	Layak
PI	7,32	PI > 1	Layak

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil analisis terhadap aspek-aspek studi kelayakan bisnis pada usaha JNE Cabang Tabanan baik aspek non finansial dan finansial dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam aspek manajemen dan SDM, perekrutan tenaga kerja tidak menetapkan standar yang tinggi, karyawan pada usaha JNE Cabang

Tabanan memperoleh hak berupa gaji pokok dan tunjangan uang makan. Terkait struktur organisasi dan pembagian tugas belum berjalan dengan baik karena perusahaan di tahun terakhir sudah meningkatkan jumlah pengrajin sehingga bisa memaksimalkan hasil usaha Pengiriman jasa.

2. Dalam aspek pasar menunjukkan bahwa pangsa pasar yang mampu diserap oleh usaha JNE Cabang Tabanan adalah

masyarakat yang berada di sekitar lokasi usaha. Dalam analisis terhadap pesaing, diketahui usaha JNE Cabang Tabanan memiliki beberapa keunggulan yang tidak dimiliki oleh para pesaing lainnya. Mengenai strategi marketing mix, layanan jasa yg ditawarkan sudah cukup lengkap dan tarif yang ditentukan sudah mampu memenuhi keinginan dan daya beli masyarakat namun keramahtamahan dalam pelayanan harus betul – betul ditingkatkan.

3. Aspek Finansial, Berdasarkan penilaian terhadap aspek finansial, usaha JNE Cabang Tabanan layak untuk dijalankan. Hal ini dapat dilihat dari NPV yang diperoleh > 0 dan bernilai positif yakni sebesar Rp. 2.050.600.000, IRR yang dihasilkan $>$ dari tingkat suku bunga bank umum yakni 15,36 %. Payback Period yang dihasilkan $<$ umur investasi yakni 1,56 tahun. Profitability Index (PI) yang diperoleh > 1 yakni sebesar 7,32%

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi Cetakan Keempat. Bandung: Alfabeta
- Ahmad Hisyam As'ari. (2013). "Peran UKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia". Diambil dari: hisyamjayuz.blogspot.com/2013/05/peran-ukm-terhadap-pertumbuhan-ekonomi.html
- Akhmad Rizqul Karim, 2012 "Analisis Kelayakan Usaha". Diambil dari: http://www.academia.edu/2714019/ANALISIS_USAHA_UKM
- Astati, Ayu. 2018. "Sejarah Kain Endek Bali", <https://tetamian.com/sejarah-kain-endek-bali/>, diakses pada 7 Juni 2022.
- Gie. 2022. "Studi Kelayakan Bisnis: Pengertian, Aspek, Tujuan dan Manfaatnya", <https://accurate.id/marketing-manajemen/studi-kelayakan-bisnis/>, diakses pada 15 Mei 2022.
- Grapadi. (2016). Retrieved from <http://www.grapadikonsultan.com/id/tujuan-studi-kelayakan-bisnis/> Husnan. (2005).
- Husnan & Suwarsono. 2012. Studi Kelayakan Proyek Edisi Keempat. Yogyakarta: Unit Penerbitan Percetakan AMP YKPA
- Ibrahim, Yacob. 2013. Studi Kelayakan10 Bisnis Edisi Revisi. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Husein Umar. 2015. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iban Sofyan. 2013. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jogiyanto 2014. Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: BPFE.
- Kuncoro, Mudrajad. 2017. Ekonomika Industri Indonesia. CV. Andi Offset. Yogyakarta
- Kotler & Keller. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Terjemahan. Jakarta: PT Indeks
- Khamaludin, Sutresna, J., & Sodikin. 2019. Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten). Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Teknik. Vol 6 No 1.
- M. Afiful Ummam, 2016, Analisis Faktor Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Industri Kecil Unit Pengolahan dan Pemasaran Ikan "Fatimah Az-Zahra" Borobudur Kab. Magelang
- Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, cet ke-17, 2012
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Suliyanto. 2012. Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Gerrard dan Cunningham (2012)
- Wahid, A. (2019). Analisis Kelayakan Usaha Industri Jagung Marning di Kelurahan Caile Kecamatan Ujung Bulu Kabupaten Bulukumba (Studi Kasus Pini Bulukumba). Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian. Vol 5 No 2 , 1-10.



ANALISIS PENERAPAN IMBALAN PASCA KERJA PADA PT PELANGI WARNA CHEMICALS

^{1*}Heni Yati, ²Ririn Ardini, ³Yulfian Ibnu Cahyo Widodo, ⁴Parlin Ambarita

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*heniyati.vip@gmail.com](mailto:heniyati.vip@gmail.com)

Abstrak

Imbalan jangka pendek, imbalan jangka panjang, imbalan pasca kerja dan pesangon merupakan bagian dari Imbalan Kerja. Sehubungan dengan kemudahan dan juga keamanan ekonomi pekerja, maka perusahaan wajib menyiapkan dan mengalokasikan imbalan pasca kerja serta menyatakan kesediaannya untuk membayar pada akhir masa kerja pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan imbalan pascakerja pada karyawan PT. Pelangi Warna Chemicals berdasarkan PSAK 24, UUK No. 13 Tahun 2003 dan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan imbalan pasca kerja oleh PT. Pelangi Warna Chemicals sudah sesuai dengan PSAK 24, UUK No. 13 Tahun 2003 dan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021. Dimana pemutusan hubungan kerja terjadi karena Pengunduran Diri; Kematian; Pensiun; Sakit/cacat berkepanjangan, perusahaan telah memenuhi kewajibannya dalam mendistribusikan imbalan pascakerja.

Kata Kunci: Imbalan Pascakerja, PSAK 24

Abstrack

Momentary advantages, long haul benefits, post-business advantages and severance pay are important for Employee Benefits. In connection with the convenience and economic security of workers, the company is obliged to prepare and allocate post-employment benefits and state its willingness to pay at the end of the worker's working period. This study aims to analyse the application of post-employment benefits to employees of PT. Pelangi Warna Chemicals based on PSAK 24, UUK No. 13 of 2003 and Government Regulation No. 35 of 2021. The technique utilized in this study is a subjective graphic exploration strategy The consequences of this study show that the utilization of by PT. Pelangi Warna Chemicals complies with PSAK 24, UUK No. 13 of 2003 and Government Regulation No. 35 of 2021. dismissal resignation; death; retirement; Long-term illness/injury, company fulfilled its obligation to distribute benefits after leaving employment.

Keyword: Post-Employment Benefit, PSAK 24

PENDAHULUAN

Masalah tunjangan karyawan seperti kesenjangan gaji, bonus, masalah liburan, dan tunjangan pensiun sering terjadi di industri ini. Hal ini menjadi masalah besar bagi perusahaan karena berkaitan dengan sumber daya manusia. Sehingga, banyak aksi mogok dan demonstrasi yang dilakukan oleh karyawan, dikarenakan atas tindakan sewenang-wenang perusahaan melakukan pemecatan sepihak, kebijakan perusahaan yang tidak berpihak kepada pekerja dan mempermainkan hak para pekerja. Hal ini tidak terlepas dari akuntansi imbalan kerja. Karyawan yang

mencari peningkatan gaji, upah, bonus, tunjangan, liburan, atau tunjangan lainnya. Pemogokan tersebut berdampak kuat terhadap operasional perusahaan sehingga menimbulkan banyak kerugian. Untuk meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan yang baik, maka perlu memberikan manfaat berupa imbalan kompensasi kepada karyawan. Pada umumnya pemogokan terjadi karena banyak janji mengenai imbalan kerja yang tidak ditepati (Hassan, 2018).

Di sisi lain, pengusaha sering melihat imbalan hanya sebagai bagian dari biaya, sehingga perusahaan seringkali sangat

berhati-hati dalam meningkatkan imbalan kerja. Pemerintah juga berkepentingan untuk membuat kebijakan kesejahteraan bagi pekerja, di satu sisi, menjamin standar hidup yang layak bagi pekerja dan keluarganya.

Pokok terpenting pada perusahaan merupakan pemberian imbalan pascakerja karyawan. imbalan pascakerja yang diberikan kepada karyawan beserta keluarga dapat mempengaruhi kualitas jaminan kesejahteraan karyawan menjadi lebih stabil dan baik. Oleh karena itu imbalan pascakerja harus diwajibkan pada tiap perusahaan sesuai dengan peraturan yang berlaku, gaji karyawan yang dibayarkan setiap bulan masuk kedalam pemberian tunjangan.

Menurut Monalisa, dkk (2018:367), perusahaan perlu mengalokasikan dana khusus untuk imbalan pascakerja guna mencapai visi dan misinya serta menghindari pembayaran kas yang mengganggu arus kas jika terjadi insiden. Menurut Rusdiyanto & Fitria (2018:39) menyatakan bahwa perusahaan harus konsisten terhadap penerapan UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan dan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021, terlebih khusus PSAK No. 24 Tahun 2015 tentang Imbalan Kerja yang merupakan beban operasional perusahaan yang besar yang dapat langsung berpengaruh terhadap laba perusahaan dan juga mempengaruhi tingkat likuiditas perusahaan, sehingga dibutuhkan perhitungan yang benar pengungkapan yang jelas serta terperinci dan terencana agar dapat tersaji informasi yang memadai dan lebih akurat untuk semua pihak yang berkepentingan, demi memudahkan pihak manajemen dalam pengambilan keputusan yang tepat. Menurut Shinta (2011:15) menyatakan bahwa penerapan imbalan pascakerja ini tidak terlalu berdampak signifikan bagi kinerja perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji relevansi penerapan PSAK No. 24 Revisi 2013 untuk imbalan pascakerja sehingga, peneliti memilih objek PT. Pelangi Warna Chemicals untuk sampel

penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada bahasan yakni pengakuan, pengukuran dan pengungkapan pada bagian imbalan pascakerja yang ditinjau dari pembukuan dan laporan keuangan perusahaan periode akuntansi tahun 2021. Indikator yang digunakan sebagai acuan dalam mengevaluasi pengakuan, pengukuran dan pelaporan imbalan kerja, khususnya PSAK No. 24 Revisi 2013. Selain itu, juga dikaji dan dievaluasi apakah imbalan pasca kerja peneliti diterapkan di dalam perusahaan tidak konsisten atau tidak sesuai dengan tabel dan standar akuntansi yang berlaku khususnya PSAK No. 24 Revisi 2013.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian akuntansi

Menurut Lam dan Lau (2012), akuntansi adalah pencatatan dalam suatu transaksi keuangan yang kemudian dianalisis, dikendalikan dan hasilnya dilaporkan yang dijadikan sebagai informasi pada suatu perusahaan. Menurut konsep informasi, akuntansi adalah kegiatan jasa, kegiatan alternatif yang menyediakan informasi kuantitatif tentang aset ekonomi, terutama yang bersifat keuangan, berguna untuk membuat keputusan ekonomi dan pilihan yang tepat antara metode yang berbeda. Sedangkan metode akuntansi sebagai sistem informasi adalah proses penciptaan sumber informasi untuk pelaporan kepada pengguna informasi akuntansi atau pihak yang berkepentingan (*interested party*) tentang aktivitas dan situasi keuangan perusahaan. Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah suatu kegiatan jasa dengan adanya proses bagi pihak-pihak yang memerlukan pengelolaan data keuangan untuk dapat mencatat, mengumpulkan, melaporkan dan menghasilkan informasi. Informasi yang berguna juga dapat diperhitungkan. Akuntansi, secara lebih umum, adalah bahasa bisnis yang digunakan oleh pemangku kepentingan

untuk menyampaikan keuangan yang digunakan dalam kegiatan bisnis mereka.

Akuntansi Keuangan adalah bagian dari akuntansi yang berkaitan dengan penyajian laporan keuangan Perusahaan dalam bentuk neraca, laba rugi, perubahan modal dan arus kas kepada pemegang saham, pemegang saham atau investor, terutama tentang profitabilitas dan kredibilitas perusahaan, kepada pemasok, dan pemerintah. Definisi tersebut didukung oleh pandangan Hery (2013) bahwa akuntansi keuangan menyediakan informasi akuntansi keuangan untuk kepentingan eksternal. Menurut Reeve et al (2012:10), metode akuntansi keuangan berkaitan erat dengan pencatatan dan pelaporan data perusahaan dan kegiatan ekonomi. Meskipun laporan ini berguna bagi para manajer, ini juga merupakan laporan penting bagi pemilik bisnis, kreditur, lembaga pemerintah, dan masyarakat umum. Tujuan akuntansi keuangan adalah untuk menyediakan laporan yang berguna untuk kebutuhan tersebut.

2. Imbalan Kerja

Dalam laporan keuangan imbalan pasca kerja kewajiban yang harus disajikan, baik fisik maupun nonfisik cadangan imbalan kerja harus dipisahkan dalam laporan keuangan agar arus kas dalam laporan keuangan perusahaan tidak terganggu. Definisi Imbalan Kerja dalam PSAK 24 (2014, para. 08): Imbalan kerja adalah setiap kompensasi yang diberikan kepada organisasi sebagai imbalan atas jasa pekerja atau pemutusan hubungan kerja. Definisi Imbalan Kerja dalam PSAK 24 (2014) yang diberikan kepada organisasi sebagai imbalan atas jasa pekerja atau pemutusan hubungan kerja.

3. Beban Imbalan Kerja

Imbalan kerja adalah bentuk pengakuan perusahaan atas pertukaran layanan yang diberikan oleh karyawan yang telah melayani perusahaan untuk jangka waktu yang telah ditentukan.

Menurut Paath (2015), biaya imbalan kerja merupakan bagian dari biaya perusahaan yang harus diakui dalam laporan laba rugi komprehensif. Beban imbalan kerja jangka pendek dan jangka panjang harus ditanggung setiap bulan sebagai kewajiban atas jasa perusahaan kepada karyawan. Peraturan telah disahkan yang memungkinkan pelaporan keuangan untuk memberikan informasi penting bagi manajemen dalam mengambil keputusan (Paath, 2015).

4. Jenis Imbalan Kerja

Ada 4 (empat) jenis imbalan kerja, yaitu: Pertama, imbalan kerja jangka pendek Imbalan kerja berjangka waktu minimal 12 (dua belas) bulan. Contoh ketidakseimbangan jangka pendek ini adalah; Upah, kontribusi jaminan sosial, cuti tahun kalender, pembayaran sakit, bunga dan gaji (jika dibayar dalam 12 bulan dari periode pelaporan) dan ketidakseimbangan non-tunai (kesehatan, perumahan, layanan atau tunjangan yang belum dibayar).

Kedua, imbalan pascakerja, imbalan kerja bagi pegawai atau keluarganya, serta imbalan yang diberikan setelah pegawai tidak lagi aktif bekerja, diberhentikan dengan alasan yang jelas dan tidak merugikan salah satu pihak pekerja maupun pemberi kerja misalnya pekerja yang mengalami kecelakaan kerja dan menjadi cacat (cacat) sehingga tidak dapat melanjutkan pekerjaannya. Sebagai contoh manfaat setelah bekerja; imbalan pensiun.

Ketiga, imbalan kerja berjangka waktu lebih dari 12 (dua belas) bulan merupakan imbalan kerja jangka panjang. Di bawah ini adalah contoh dari imbalan kerja tersebut; cuti panjang, penghargaanmasakerja dalam bentuk uang atau sebagai cinderamata seperti lencana/cincin dan lain-lain.

Keempat, karyawan yang dapat menerima pesangon imbalan kerja adalah karyawan yang mengundurkan diri tanpa paksaan untuk perencanaan perusahaan.

5. Imbalan Pascakerja

Adapun imbalan pascakerja, adalah sebagai berikut, imbalan kerja dan Dana Pensiun (Purnakarya) misalnya pensiun dan pada saat purnakarya dilakukakan pembayaran lump sun. Asuransi Jiwa dan Perawatan Kesehatan termasuk Imbalan pasca kerja lainnya.

Undang-undang ketenagakerjaan mengatur tentang imbalan pascakerja terutama tunjangan yang harus diberikan perusahaan kepada karyawan ketika karyawan berhenti bekerja.

Imbalan pascakerja ditentukan dalam undang-undang ketenagakerjaan antara lain imbalan pascakerja karena karyawan mengundurkan diri, imbalan pascakerja karena karyawan meninggal dunia, imbalan pascakerja karena karyawan pensiun dan imbalan pascakerja karena sakit berkepanjangan/cacat yang dikarenakan kecelakaan kerja yang dialami karyawan.

6. Program Iuran Pasti dan Program Imbalan Pasti

Program iuran pasti termasuk program imbalan pascakerja Tingkat tunjangan yang diterima karyawan ditentukan oleh jumlah yang disumbangkan. badan hukum (dan karyawan, jika berlaku) dalam program imbalan pascakerja atau perusahaan asuransi, ditambah pengembalian investasi dari kontribusi tersebut. PSAK 24 katakan jika karyawan perusahaan menyediakan layanan Selama periode, perusahaan melaporkan kontribusinya terhadap program tersebut.

Kontribusi pasti untuk jasa yang diberikan kepada karyawan merupakan kewajiban setelah dikurangi iuran yang dibayarkan (akumulasi biaya). Jika iuran yang dibayarkan melebihi iuran jasa sebelum akhir periode pelaporan, entitas akan mengakui surplus tersebut sebagai aset (beban tanggahan) dan tingkat surplus ini mengurangi iuran atau pembayaran kas di masa depan. PSAK mensyaratkan dimasukkan ke dalam aset.

Program imbalan pasti pada dasarnya memberikan manfaat akhir masa pakai yang berkomitmen kepada karyawan dan Perusahaan harus memastikan bahwa iuran yang diberikan cukup untuk menutupi biaya manfaat yang ditentukan dalam program tersebut. Dalam proses akuntansi untuk program imbalan pasti perusahaan mencakup langkah-langkah sebagai berikut yaitu teknik *actuarial*, Teknik yang digunakan untuk menentukan defisit atau surplus yaitu metode kredit unit proyek. Selanjutnya tentukan jumlah utang bersih yang akan ditentukan asset sebagai jumlah defisit atau surplus. Kemudian menentukan jumlah yang harus diakui dalam laporam laba rugi. Dan tentukan penghasilan komprehensif lain dengan pengukuran atas liabilitas imbalan pasti neto.

7. UUK No. 13 Tahun 2013

Pasal 156 mengenai pengusaha untuk memperhatikan jangka waktu bekerja untuk karyawan, pasal ini juga memberikan dasar untuk menghitung imbalan pasca kerja menurut jenis karyawan.

Pasal 162 (pengunduran diri/resign). Pasal ini mengenai tunjangan karyawan setelah bekerja mengundurkan diri dari pekerjaannya dan tidak memenuhi tugas dan tanggung jawabnya.

Pasal 166 (meninggal dunia) Pasal ini mengatur tentang pemberian tunjangan yang tidak proporsional kepada keluarga pekerja yang tidak dapat melanjutkan pekerjaannya karena kematian.

Pasal 167 (pensiun) Pasal ini mengatur tentang santunan bagi pegawai yang mencapai usia pensiun dan tidak dapat melanjutkan pekerjaannya.

Pasal 172 (sakit berkepanjangan/cacat) Ketentuan ini mengatur tentang pembayaran santunan kepada pekerja yang sakit dalam waktu lama dan tidak dapat melanjutkan

pekerjaan karena kesehatannya yang terbatas.

8. Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 tanggal 02 Februari 2021

Pasal 40 di dalam pasal ini, menghimbau kepada pengusaha untuk memperhatikan besarnya uang yang diberikan kepada pekerja berdasarkan waktu kerja, dan ketentuan ini juga menjadi dasar perhitungan imbalan pasca kerja menurut jenis pekerjaan.

Pasal 50 (mengundurkan diri/resign). Pasal ini mengatur tentang pemberian tunjangan setelah pemecatan karena pemberhentian pekerja yang tugas dan fungsinya tidak mewakili kepentingan pemberi kerja dan yang tidak memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam dalam Pasal 36 huruf i.

Pasal 57 (meninggal dunia) Memberikan santunan kepada keluarga pekerja apabila pekerja tersebut tidak dapat melanjutkan pekerjaannya karena meninggal dunia.

Pasal 56 (usia pensiun) Pasal ini memberikan manfaat bagi pegawai yang mencapai usia pensiun penuh.

Pasal 55 (sakit berkepanjangan/cacat) Dalam pasal ini, mengatur bahwa pegawai sakit dalam waktu lama atau menjadi cacat karena kecelakaan kerja dan tidak dapat bekerja setelah 12 bulan.

METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sadarmayanti dan Hidayat (2011:33), penelitian deskriptif adalah metode pencarian fakta dengan penjelasan yang akurat tentang situasi sekelompok orang, suatu objek, suatu situasi, suatu sistem pemikiran atau suatu peristiwa pada waktu tertentu. Menurut Suryabrata (2013:75), penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang sistematis, faktual, dan politis, faktual, dan politis yang bertujuan untuk bercanda tentang fakta dan ciri-ciri penduduk atau wilayah

tertentu.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil data di PT. Pelangi Warna Chemicals yang beralamat di Kawasan Industri Jatake, Jalan Industri Raya I Blok. AA No.12 Jatake Jatiuwung Tangerang. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan November s/d Desember 2021.

3. Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto, (2010) menjelaskan Instrumen adalah "alat yang menggunakan metode dalam proses penelitian". Pengertian lain menjelaskan bahwa instrument adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati" (Sugiyono, 2011:148). Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen adalah alat bantu peneliti dalam mengumpulkan informasi. Terkait dengan penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan dapat berupa wawancara, observasi, dan telaah dokumen.

Tabel 1. Instrumen Penelitian Ini

Sumber Data	Instrumen Penelitian
Narasumber/Informan	Wawancara
Peristiwa	Observasi
Dokumen	Telaah Dokumen

4. Unit Analisis

Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah *Manager HRD*, *Manager Akuntan* dan *Manager Keuangan* PT. Pelangi Warna Chemicals.

5. Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data adalah langkah yang paling penting dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data (Sugiyono, 2010:401). Proses yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk studi ini adalah yang Perama penelitian kepustakaan yaitu penelitian ini diperlukan landasan teoritis yang diperoleh dari data dan tulisan-tulisan ilmiah dan buku-buku literatur. Yang kedua penelitian lapangan yaitu teknik penelitian yang sebagian besar dengan

pengumpulan data penelitian langsung yang dilakukan pada perusahaan yang bersangkutan yang dilakukan dengan cara wawancara yang merupakan metode survei dan pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan secara lisan mengenai topik bersifat formal dan intensif sehingga memperoleh informasi yang benar dan detail. Dan observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan secara langsung, mengamati objek studi dan mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan.

6. Teknik Analisis

Teknik analisis deskriptif yang digunakan pada penelitian ini. Yang menggambarkan tujuan suatu metode secara sistematis, terbaru dan akurat mengenai kondisi perusahaan dengan mengumpulkan data atau fakta yang kemudian dianalisis, yang digunakan untuk masa yang akan datang (Sugiyono 2014:206).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis

Hasil penelitian diperoleh melalui serangkaian proses analisis dengan tata cara imbalan pascakerja PT Pelangi Warna Chemical pada karyawan yang berhenti bekerja, berdasarkan dengan tujuan yang telah dirumuskan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Dari hasil wawancara dengan Manager HRD dan Manager Keuangan, dalam memberikan imbalan pascakerja Perusahaan menggunakan dasar atau acuan perhitungan sesuai dengan ketentuan di UU 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat dan Pemutusan Hubungan Kerja dan juga menggunakan dasar Peraturan Perusahaan dan juga Peraturan Perusahaan.

b. Dari hasil wawancara dengan Manager Akuntan catatan keuangan perusahaan, dianggap sebagai imbalan setelah kerja Obligasi yang sesuai dengan PSAK 24.

c. Dari hasil observasi terhadap anajemen sumber daya manusia, Perusahaan mendaftarkan seluruh karyawannya sebagai peserta penjaminan. Partisipasi khusus, yaitu kepesertaan di:

- 1) BPJS Kesehatan, dengan seluruh premi ditanggung oleh perusahaan.
- 2) BPJS Ketenagakerjaan dengan asuransi kecelakaan pekerja, asuransi berjangka, jaminan hari tua, program pension dengan perusahaan yang membayar asuransi.
- 3) Asuransi Kesehatan Manulife dengan kepesertaan dalam asuransi jiwa, asuransi kecelakaan kerja dan asuransi rawat inap, semuanya ditanggung oleh perusahaan.
- 4) Program Pensiun Asuransi Manulife.

2. Pembahasan

Penerapan Imbalan Pascakerja sesuai dengan PSAK 24

Dari hasil wawancara pada PT. Pelangi Warna Chemicals, sebelumnya Perusahaan mencadangkan sendiri uang pesangon dengan nominal yang sama setiap bulannya. Tetapi setelah itu per tahun 2021 PT. Pelangi Warna Chemicals beralih dengan mengikuti Manulife Program Pesangon, yang mana kelebihan pada mengikuti program tersebut yaitu sebagai berikut :

- a. Program sesuai dengan PSAK 24 (Pedoman Standar Akuntansi 24)
- b. Mengurangi kewajiban pesangon perusahaan sesuai dengan PSAK 24
- c. Program Asuransi Kumpulan dengan landasan hukum Undang-undang Asuransi No. 40 / 2014
- d. Program berorientasi investasi / saving untuk pencadangan

- e. Membantu Pemberi Kerja dalam pembayaran pesangon dan uang jasa karyawan
- f. Program sesuai dengan KEP-2475/LK/2004
- g. Kontrol di tangan Perusahaan 100%
- h. Premi dapat mengurangi Pajak Penghasilan Badan (PPh 25)
- i. Manfaat dapat dibayarkan sekaligus /lumpsum
- j. Karyawan mendapatkan proteksi Asuransi Jiwa (cuma-cuma)
- k. Membantu *cash flow* Perusahaan menjadi lebih baik

Dengan demikian PT. Pelangi Warna Chemicals telah menerapkan dan mengalokasikan dana dari kas perusahaan melalui program Manulife Program Pesangon yang mana merupakan program manfaat pasti hal ini sesuai dengan rekomendasi untuk mengalokasikan kas dari perusahaan untuk imbalan pasca kerja karyawan yang digariskan dalam PSAK 24.

Alasan entitas beralih dari pencadangan sendiri ke manulife program pesangon atau program manfaat pasti yaitu untuk manajemen laba, sesuai dengan skema perhitungan sebagai berikut:

Laba Perusahaan Rp 20.000.000.000

Cadangan Pensiun/Pesangon

Rp 5.000.000.000

Pesangon dicadangkan sendiri		Pesangon dicadangkan di MPP	
Laba Kotor	Rp 20.000.000.000	Laba Kotor	Rp 20.000.000.000
PPh 25 (22%)	Rp 4.400.000.000	Cad. Pensiun/Pesangon	Rp 5.000.000.000
	Rp 15.600.000.000		Rp 15.000.000.000
Pesangon dicadangkan	Rp 5.000.000.000	PPh 25 (22%)	Rp 3.300.000.000
Laba bersih	Rp 10.600.000.000	Laba bersih	Rp 11.700.000.000

Perbedaan Laba Bersih Rp 1.100.000.000

Pada program tersebut apabila ada karyawan yang memenuhi untuk diberhentikan atau berhenti bekerja dan mendapatkan uang pesangon, maka dari MPP tersebut akan mentransfer sejumlah uang ke Pemberi Kerja, dan Pemberi Kerja yang akan mentransfer ke karyawan tersebut sesuai dengan perhitungan Imbalan Pascakerja di Undang-Undang Ketenagakerjaan No.13 Tahun 2003 yang sudah diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 tentang

Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat dan Pemutusan Hubungan Kerja dan juga menggunakan dasar Peraturan Perusahaan dan juga Peraturan Perusahaan.

Sehingga apabila pengembalian dana dari MPP ke Perusahaan nominalnya lebih kecil dari perhitungan sesuai Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 maka Perusahaan akan mengeluarkan kekurangan dana tersebut sehingga nominal yang didapat karyawan akan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021.

Penerapan Imbalan Pascakerja sesuai dengan Undang-Undang Ketenagakerjaan (UUK) No.13 Tahun 2003 yang telah diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 tanggal 02 Februari 2021.

1. Mengundurkan Diri

Pada PT. Pelangi Warna Chemicals sudah pernah terjadi 3 kasus mengundurkan diri atas kemauan sendiri dengan rincian sebagai berikut :

- a. Tahun 2019, berdasarkan UUK No. 13 tahun 2003 pasal 162 ayat (3) karyawan belum memenuhi syarat, karyawan yang mengundurkan diri tidak mendapat pesangon sehingga PT. Pelangi Warna Chemicals tidak berkewajiban untuk membayar sesuai dengan pasal 162 ayat (1).
- b. Bulan Agustus 2020, karyawan yang sudah memenuhi syarat yang telah ditetapkan pada UUK No. 13 tahun 2003 pasal 162 ayat (3), Karyawan yang mengundurkan diri berhak mendapatkan uang penggantian sehingga PT. Pelangi Warna Chemicals berkewajiban untuk membayar uang sesuai dengan pasal 162 ayat (1).
- c. Bulan September 2021, karyawan yang memenuhi syarat yang sesuai ditetapkan pada Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 Pasal 36 huruf i, PT. Pelangi Warna Chemicals berkewajiban membayar uang hak dan uang pisah sesuai

dengan Pasal 50 Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021.

2. Meninggal Dunia

Pada PT. Pelangi Warna Chemicals sudah pernah terjadi 2 kasus karyawan yang meninggal dunia dengan rincian sebagai berikut :

- a. Bulan Maret 2020, PT. Pelangi Warna Chemicals berkewajiban membayar uang pesangon sesuai dengan UUK No.13 tahun 2003 Pasal 166.
- b. Bulan Juli 2021, PT. Pelangi Warna Chemicals berkewajiban membayar uang pesangon sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 Pasal 57.

3. Pensiun

Pada PT. Pelangi Warna Chemicals pernah terjadi kasus karyawan berhenti bekerja di tahun 2019 karena memasuki usia pensiun, dan PT. Pelangi Warna Chemicals membayar imbalan pascakerja sesuai dengan UUK No. 13 Tahun 2003 Pasal 167 yang berlaku.

4. Sakit Berkepanjangan/Cacat

Pada PT. Pelangi Warna Chemicals belum pernah terjadi kasus dimana karyawan berhenti bekerja karena sakit berkepanjangan/cacat sudah pernah terjadi kasus dimana karyawan berhenti bekerja karena sakit berkepanjangan/cacat. Apabila ada karyawan yang berhenti bekerja karena sakit berkepanjangan/cacat maka PT. Pelangi Warna Chemicals akan membayar imbalan pascakerja sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 Pasal 55.

Jika perusahaan mengalokasikan dana khusus untuk imbalan pascakerja, jurnal yang dipakai dalam pengakuan imbalan pascakerja

Berikut adalah contoh penghitungan bisnis yang mengalokasikan sumber daya khusus kepada karyawannya yaitu: Program Iuran Pasti : Program Jaminan Hari Tua dan Jaminan Pensiun oleh BPJS Ketenagakerjaan.

Sehubungan PT. Pelangi Warna Chemicals menanggung semua premi iuran

BPJS Ketenagakerjaan seluruh karyawannya, maka untuk jurnal pembukuannya yaitu sebagai berikut :

Jumlah iuran BPJS Ketenagakerjaan (JKK, JKM, JHT dan JP) pada bulan November 2021 sebesar Rp 65.018.011

Jurnal	
Biaya BPJS TK	Rp 65.018.011
Kas/Bank	Rp 65.018.011

Program Imbalan Pasti : Asuransi Manulife Program Pesangon. PT. Pelangi Warna Chemicals membayar premi tahunan asuransi MPP setiap bulan Desember 2021 yang terdiri dari :

Premi berkala	Rp 24.000.000
Top Up berkala	<u>Rp 476.000.000</u>
Total Tagihan	Rp 500.000.000

Sehubungan PT. Pelangi Warna Chemicals menanggung semua premi iuran asuransi MPP tersebut untuk seluruh karyawan yang didaftarkannya, maka untuk jurnal pembukuannya yaitu sebagai berikut :

Biaya MPP	Rp 500.000.000
Kas/Bank	Rp 500.000.000

Penempatan Pos Imbalan Pascakerja pada Laporan Laba Rugi

PSAK 24 juga mengatur pengungkapan imbalan kerja. Pelaku usaha harus memiliki PSAK nomor 24 juga mengatur tentang pengungkapan atas imbalan kerja. Berdasarkan PSAK No. 7 perusahaan menerbitkan imbalan kerja jangka pendek untuk manajemen kunci dan berdasarkan PSAK No. 1 mengungkapkan beban imbalan kerja dalam laporan keuangan. Biaya operasional merupakan pengungkapan perusahaan pada beban imbalan kerja dalam Laporan Keuntungan dan Kerugian sebagai bagian dari biaya operasional. Pengakuan imbalan pascakerja dalam program iuran pasti diatur dalam PSAK No.24, Perusahaan mengakui beban pada saat kejadian dan kewajiban atau pengeluaran kas dicatat sesuai dengan kejadian. Iuran yang terutang kepada perusahaan program dana pensiun merupakan besarnya liabilitas imbalan

pascakerja. Sedangkan untuk pengakuan atas imbalan pascakerja untuk program imbalan pasti yaitu memiliki kompleksitas yang jauh lebih tinggi dari pada akuntansi untuk program iuran pasti. Liabilitas untuk program imbalan pasti Merealisasikan aset neto setelah program (kewajiban imbalan pasti atau liabilitas imbalan pasti) dan perubahan neto dalam liabilitas tersebut selama periode tersebut adalah biaya program imbalan pasti selama periode tersebut.

Penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Monalisa, Treesje Runtu, Robert Lambey (2018) dengan hasil penelitian objek yang diteliti tidak menerapkan standar akuntansi dalam pemberian imbalan pascakerja, sehingga entitas tidak melakukan pengakuan, pengukuran, pengungkapan. Kesamaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah keduanya mengkaji karakteristik penerapan PSAK 24 dalam kaitannya dengan imbalan pasca kerja dan perlindungan atas imbalan pasca kerja menurut undang-undang. sementara perbedaannya pada penelitian ini yaitu adanya perbaharuan perlindungan hak imbalan pascakerja dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021 tanggal 02 Februari 2021.

PENUTUP

1. Kesimpulan

PT. Pelangi Warna Chemicals telah menerapkan standar akuntansi dalam pemberian imbalan pascakerja untuk program iuran pasti sesuai dengan PSAK 24.

Penerapan pemberian imbalan pascakerja di PT. Pelangi Warna Chemicals sudah sesuai dengan UUK No.13 Tahun 2003 dan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021, Dalam hal pemutusan hubungan kerja karena alasan sebagai berikut: 1. pemutusan hubungan kerja; 2. meninggal; 3. pensiun; 4. sakit berkepanjangan/kehilangan kapasitas kerja. Artinya pengusaha memenuhi kewajibannya untuk memberikan

imbalan setelah pemutusan hubungan kerja.

Perlakuan dan pembayaran imbalan pascakerja pada PT. Pelangi Warna Chemicals sudah sesuai dengan ketentuan UUK No. 13 Tahun 2003 dan Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2021.

2. Saran

PT. Pelangi Warna Chemicals diharapkan dapat menerapkan dan menjalankan PSAK 24 ini secara konsisten ke depannya, sehingga selalu mengalokasikan dana untuk imbalan pasca kerja supaya kesejahteraan karyawan ketika sudah tidak bekerja lagi di PT. Pelangi Warna Chemicals tetap terjamin, sehingga karyawan yang bekerja memiliki perlindungan dan ketenangan dalam bekerja, sehingga dengan demikian diharapkan produktivitas karyawan meningkat dan meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arine. B. G. (2016). Analisis Penerapan Imbalan Kerja: Kesesuaiannya dengan PSAK 24 Revisi 2013 Tentang Imbalan Kerja (Studi Kasus Dilakukan Pada PT. X) Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Suryabrata. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Utara: PT Raja Grafindo Persada.
- Lisa, L. I. (2016). Analisis pengakuan, pengukuran dan pengungkapan imbalan kerja berdasarkan psak no. 24 tentang imbalan kerja pada PT. hasrat abadi manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4).
- Fadillah, D. N., & Triandi, T. (2019). Analisis Pengakuan, Pengukuran dan Pengungkapan Imbalan Pasca Kerja Berdasarkan PSAK No. 24 (revisi 2013) dan Dampak Perubahannya terhadap Laporan Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Bursa efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 7(2), 246-257.

- Hassan, M. (2018). Analisis Penerapan Akuntansi Imbalan Kerja Kesesuaiannya Dengan Psak 24 Pada Hotel Al-Badar Makassar.
- Paath, C. L. A., & Nangoi, G. B. (2015). Evaluasi Penerapan PSAK 24 Revisi 2010 Mengenai Imbalan Kerja Khususnya Imbalan Setelah Bekerja pada Bank Sulut. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Mokoginta, O. F. (2016). Evaluasi Penerapan PSAK 24 Revisi 2013 Mengenai Imbalan Kerja: Imbalan Pasca Kerja Pada Bank Sulutgo. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Watung, M. N., Nangoi, G. B., & Pusung, R. J. (2017). Analisis Penerapan Psak 24 Mengenai Imbalan Kerja Pada Pt Bank Maybank Indonesia Tbk Kcp Kotamobagu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(4).
- Wulandari, A., & Dewi, R. S. (2019). Analisis Penerapan PSAK 24 Mengenai Akuntansi Imbalan Kerja Pada PT Karya Havea Indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian* (Vol. 2, No. 2, pp. 1267-1273).
- Runtu, T., & Lambey, R. (2018). Analisis Penerapan Imbalan Pascakerja Pada Karyawan Pt. Moy Veronika. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).



PENGARUH STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR PENGIRIMAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT SICEPAT EKSPRES CABANG BINTARO

¹Kemas Vivi Andayani, ²M. Rifqi Ardinsyah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01342@unpam.ac.id](mailto:dosen01342@unpam.ac.id)

Abstrak

Jasa pengiriman barang kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia, terutama pada zaman yang canggih ini. Fenomena tersebut diiringi dengan pesatnya perkembangan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang, keberadaannya itu dibutuhkan bagi masyarakat sekitar. Salah satu jasa pengiriman yang diminati adalah perusahaan PT. Sicepat Ekspres merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berfokus pada pelayanan jasa pengiriman. Data penelitian dikumpulkan dengan metode angket, observasi, dan wawancara menggunakan analisis data antara lain: Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis, Koefisien Korelasi, dan Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 3,163 + 0,241 (X1) + 0,614 (X2)$ dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,694. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 69,4% Standar Operasional Prosedur Pengiriman (X1) dan Komunikasi (X2) memiliki kontribusi pengaruh terhadap Kinerja (Y). Dan berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji f dari hasil uji statistik dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($58,971 > 2,750$) dan $Sig < 0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara standar operasional prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap kinerja karyawan dengan keputusan yang diambil adalah H_0 Ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil dari koefisien korelasi, diperoleh nilai signifikansi antara variabel standar operasional prosedur (X1) dan Komunikasi (X2) terhadap Kinerja karyawan (Y) didapat angka Korelasi (R) sebesar 0,810, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dependen dan variabel independen sangat kuat karena angka tersebut berada pada interval 800-1.000.

Kata Kunci: SOP Pengiriman, Komunikasi, Kinerja Karyawan

Abstract

Goods delivery services are now increasingly in demand by the people of Indonesia, especially in this sophisticated era. This phenomenon is accompanied by the rapid development of companies providing goods delivery services, their existence is needed for the surrounding community. One of the shipping services that are in demand is the company PT. Sicepat Ekspres is a company engaged in services that focuses on delivery services. The research data were collected by questionnaire, observation, and interview methods using data analysis including: Multiple Linear Regression Test, Hypothesis Testing, Correlation Coefficient, and Coefficient of Determination. Based on the results of the calculation of multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = 3.163 + 0.241 (X1) + 0.614 (X2)$ with a coefficient of determination (R Square) of 0.655. This shows that 65.5% Standard Operating Procedures for Shipping (X1) and Communication (X2) have a contributing influence on PERFORMANCE (Y). And based on the hypothesis test using the f test from the statistical test results where the value of $F_{count} > F_{table}$ ($58.971 > 2.750$) and $Sig < 0.05$ ($0.00 < 0.05$) then these results indicate that there is a significant effect between standard operating procedures for shipping and communication on employee performance with the decisions taken are H_0 Rejected and H_a accepted. Based on the results of the correlation coefficient, the significance value obtained between the standard operating procedure variables (X1) and Communication (X2) on employee performance (Y) obtained a correlation number (R) of 0.810, which indicates that the relationship between the dependent variable and the independent variable is very strong because the figure is in the interval 800-1000.

Keywords: SOP Delivery, Communication, Employee Performance

PENDAHULUAN

Jasa pengiriman barang kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia, terutama pada zaman yang canggih ini. Kemajuan teknologi di era globalisasi cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis, terlebih dalam hal mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan wilayah. Jasa pengiriman akan menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan barang, selain itu jasa pengiriman juga dirasa sangat efektif dan efisien.

Salah satu jasa pengiriman yang diminati adalah perusahaan PT. Sicepat Ekspres merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berfokus pada pelayanan jasa pengiriman yang menjadikan perusahaan besar yang sudah mencakup seluruh wilayah Indonesia dan berekspansi ke benua Asia dan Australia meski baru didirikan pada tahun 2014.

Tabel 1. Jumlah Pengiriman dan Persentase Ontime Pick up dan Gagal Pick up

Tahun	Jumlah Paket	Persentase <i>Ontime Pickup</i>	Gagal <i>Pick up</i>
2019	1.653.116	62,4%	1462
2020	1.242.647	76,8%	1886
2021	1.378.935	68,3%	2481

Sumber : PT. Sicepat Ekspres Cabang Bintaro

Dari data tabel 1 kita bisa mengetahui kinerja karyawan yang masih kurang karena masih tingginya paket yang gagal pick up dan persentase pick up pada tiga tahun terakhir semakin menurun dengan persentase ontime pick up dan gagal pick up terendah pada tahun 2019 dengan jumlah paket terbanyak dari tiga tahun terakhir.

Ukuran kinerja dapat dilihat dari sisi jumlah dan mutu tertentu sesuai dengan standart yang telah ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan, tergantung pada bentuk dan proses pelaksanaan pekerjaan itu. Kinerja yang dihasilkan oleh pegawai dalam suatu perusahaan ditentukan oleh beberapa

Salah satunya yaitu cabang gerai Sicepat Ekspres Bintaro yang berada di , Jl. Jombang Raya RT 01/RW.2, Pd. Pucung, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15227 merupakan koordinasi wilayah Tangsel 3 memiliki jumlah SDM 65 karyawan yang bergerak didivisi operasional pengiriman. Untuk meningkatkan kualitas serta pelayanan pada sebuah perusahaan harus menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengiriman yang difungsikan untuk mengawasi jalannya operasional agar dapat terkendali dengan baik.

Kinerja karyawan adalah hasil kerja seorang karyawan secara kualitas dan kuantitas yang dicapai dalam melaksanakan tugas kerja sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan. Kinerja seorang karyawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Standar Operasional Prosedur (SOP) pengiriman dan komunikasi.

faktor diantaranya Komunikasi atau proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain guna mensosialisasikan kebijakan serta target perusahaan yang tertuang pada standar operasional prosedur pengiriman yang sering kali dilalaikan karyawan.

Tujuan dan kegunaan penilaian kinerja tujuan evaluasi kinerja adalah untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan kinerja dari SDM.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Standar Operasional Prosedur

SOP merupakan suatu alat untuk mengatur proses kerja anggota organisasi atau perusahaan agar dapat

berjalan secara efektif, konsisten, standar, dan sistematis. Unsur-unsur Standar Operasional Prosedur adalah tujuan, kebijakan, petunjuk operasional, pihak yang terlibat, formulir, masukan, proses, laporan, validasi, dan kontrol. tujuan merupakan unsur pertama yang dibutuhkan dalam pembuatan Standar Operasional Prosedur pada perusahaan, ini dikarenakan agar pembuatan Standar Operasional Prosedur memiliki arah yang sama dengan organisasi.

Tujuan dibentuknya Standar Operasional Prosedur adalah untuk memberikan pengertian tentang parameter pekerjaan, pengoperasian pekerjaan secara aman, efektif, efisien, konsisten serta sistematis kepada operator atau pekerja yang terlibat dalam pengoperasian suatu pekerjaan.

2. Komunikasi

Menurut Amirullah (2015:206) "mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses pemindahan informasi dan pengertian (maksud) dari satu orang kepada orang lain. Informasi dan pengertian itu dapat dipindahkan dalam berbagai macam bentuk (seperti tulisan atau lisan), dan metode-metode yang digunakan untuk memindahkan informasi dan pengertian dapat berupa, berhadapan, telepon, memo, atau laporan".

3. Kinerja Karyawan

Menurut Arif Ramdhani (2011:18), "kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan dan menyempurnakan sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti

yang diharapkan". Berdasarkan pendapat para ahli, maka komunikasi dapat disimpulkan sebagai proses pemindahan suatu informasi, ide atau gagasan, pengertian dari seorang kepada orang lain dengan harapan orang lain tersebut dapat menginterpretasikannya sesuai dengan tujuan yang dimaksud.

METODE

Berdasarkan jenisnya, penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (field research) yaitu penelitian yang menggunakan informasi dari sasaran atau subyek penelitian yang biasanya disebut informan atau responden melalui instrument pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan sebagainya.

Dengan pendekatan teknik deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Teknik yang digunakan untuk mengelolah data adalah, teknik analisis statistik melalui program komputer Excel Statistic Analysis & SPSS. Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut: 1) Uji Instrumen Data Penelitian (Likert), 2) Uji Validitas, 3) Uji Reliabilitas, 4) Transformasi Data Ordinal ke Interval, 5) Uji Asumsi Klasik, 6) Uji Regresi Linier, 7) Analisis Koefisien Korelasi, 8) Analisis Koefisien Determinasi, 9) Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Data

a) Uji Validitas instrumen

Tabel 2. Hasil output uji validitas variabel X1

Taraf Signifikansi 5% Dengan Uji Dua Arah				
Standar Operasional Prosedur Pengiriman (X1)				
No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Perusahaan memberikan Gaji kepada karyawan sesuai kebutuhan	0.74	0.24	Valid
2	Perusahaan memberikan Gaji dengan rincian yang jelas	0.75	0.24	Valid
3	Perusahaan membuat peraturan yang efisien sehingga memudahkan pekerjaan karyawan	0.84	0.24	Valid
4	Perusahaan membuat peraturan yang efektif bagi karyawan dan perusahaan	0.72	0.24	Valid

5	Perusahaan menyelaraskan peraturan sesuai dengan kemampuan karyawan	0.73	0.24	Valid
6	Perusahaan menetapkan standar kualitas mutu yang dapat diukur keberhasilannya	0.79	0.24	Valid
7	Perusahaan menyusun prosedur disesuaikan dengan kebutuhan kualitas layanan	0.75	0.24	Valid
8	Perusahaan menyusun prosedur disesuaikan kebutuhan karyawan	0.71	0.24	Valid
9	Perusahaan mengharuskan karyawan patuh pada peraturan yang ada	0.75	0.24	Valid
10	Perusahaan memberikan sanksi bagi karyawan yang melanggar aturan	0.76	0.24	Valid

Tabel 3. Hasil output uji validitas variabel X2

Taraf Signifikansi 5% Dengan Uji Dua Arah				
Komunikasi (X2)				
No	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
1	Atasan selalu memberikan komunikasi yang dapat di mengerti karyawan	0.88	0.24	Valid
2	Atasan selalu menegur karyawan jika ada karyawan yang menyalahi aturan	0.86	0.24	Valid
3	Atasan selalu memberikan arahan sebelum memulai pekerjaan	0.87	0.24	Valid
4	Atasan selalu memberikan bimbingan kepada karyawan yang ada dibawahnya	0.85	0.24	Valid
5	Atasan mengharapkan karyawan memberikan hasil kerja maksimal	0.84	0.24	Valid
6	Atasan mengharapkan karyawan berkoordinasi dengan atasannya langsung ketika mengalami masalah dalam pekerjaan	0.86	0.24	Valid
7	Atasan mengharapkan karyawan inisiatif bertukar pikiran terhadap target yang akan dicapai perusahaan	0.85	0.24	Valid
8	Atasan mengharapkan karyawan selalu melakukan koordinasi dan kerjasama terhadap karyawan lainnya	0.85	0.24	Valid
9	Atasan mengharapkan karyawan dalam menjalankan tugas karyawan saling berkontribusi	0.88	0.24	Valid
10	Atasan mengharapkan karyawan selalu melakukan kerjasama dengan tim divisi lain untuk meningkatkan keuntungan perusahaan	0.89	0.24	Valid

Tabel 4. Hasil output uji validitas variabel Y

kinerja karyawan (Y)				
No	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Ket
1	Saya selalu memiliki kualitas kerja yang baik	0.749	0.244	Valid
2	Saya selalu menyelesaikan tugas tepat waktu	0.836	0.244	Valid
3	Saya mampu bekerja mencapai atau melebihi target yang ditetapkan perusahaan	0.889	0.244	Valid
4	Saya menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan deadline yang diberikan	0.877	0.244	Valid
5	Saya selalu menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang ditetapkan perusahaan	0.875	0.244	Valid
6	Saya selalu merespon pekerjaan dengan cepat dan tidak mengulur waktu	0.884	0.244	Valid
7	Saya selalu datang ke kantor tepat waktu	0.876	0.244	Valid
8	Saya selalu hadir disaat perusahaan mewajibkan hadir pada waktu atau event tertentu	0.85	0.244	Valid
9	Saya mampu bekerja dengan peraturan baru dari perusahaan	0.798	0.244	Valid
10	Saya mampu menyampaikan ide/ gagasan pada saat menyelesaikan persoalan yang ada di perusahaan	0.82	0.244	Valid

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa, seluruh nilai rhitung menunjukkan rhitung \geq rtabel 0,244 dengan taraf 5% maka seluruh butir instrument dinyatakan valid maka disimpulkan instrument yang digunakan sudah tepat dalam

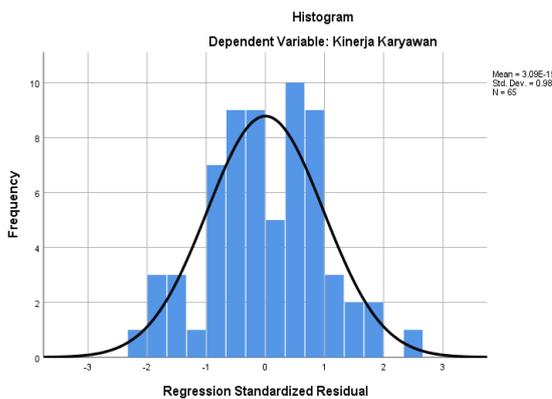
Tabel 5. Hasil Output Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Ket
1	Standar Operasional Prosedur (X1)	0.914	0.7	Reliabel
2	Komunikasi (X2)	0.961	0.7	Reliabel
3	Kinerja Karyawan (Y)	0.956	0.7	Reliabel

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa, seluruh nilai Cronbach Alpha menunjukkan seluruh nilai Cronbach Alpha rca $>$ 0,700 maka seluruh butir instrument dinyatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan instrument yang digunakan tetap konsisten dan handal dalam mengukur variabel penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



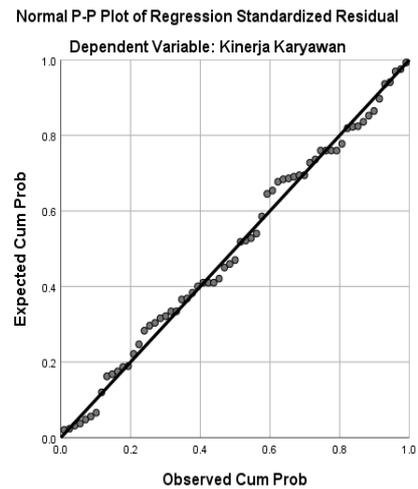
Gambar 1. Histogram Hasil Uji Normalitas

Hasil dari Grafik histogram pada gambar 1 menunjukkan grafik histogram yang memberikan distribusi normal. ditunjukkan dengan histogram dengan nilai signifikansi $>$ 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal.

mengukur

b) Uji Reliabilitas instrument

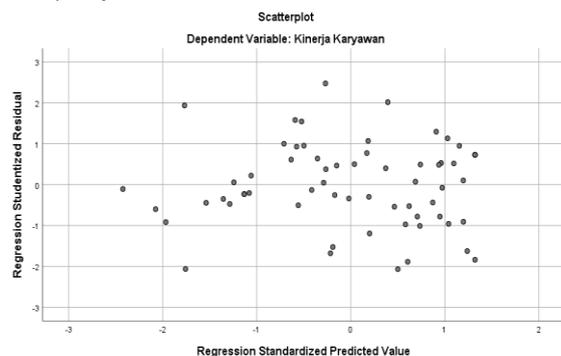
Hasil pengujian reliabilitas instrument dari masing-masing variabel penelitian dapat disajikan seperti tabel berikut ini:



Gambar 2. Grafik P-P Plot Hasil Uji Normalitas

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik normal probability plot menunjukkan pola titik yang menyebar di sekitar garis dan penyebarannya mengikuti garis diagonal dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Gambar Scatter Plot

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa titik-titik datar menyebar diatas dan dibawah atau disekitar 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja, penyebaran titik-titik

tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

c) Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
odel		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Standar Operasional Prosedur Pengiriman	.235	4.247
	Komunikasi	.235	4.247

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel hasil uji multikolinearitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai *tolerance* variabel standar operasional prosedur pengiriman sebesar 0,235 dan komunikasi sebesar 0,235 dimana kedua nilai tersebut kurang dari 1 dan nilai *variance inflation factor (VIF)* variabel standar operasional prosedur pengiriman sebesar 4,247 dan variabel komunikasi sebesar 4,247 dimana nilai tersebut kurang dari 10 yang mana menunjukkan bahwa model regresi ini tidak ada gangguan multikolinearitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda Antara Standar Operasional Prosedur

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.163	2.766		1.143	.257
	Standar Operasional Prosedur Pengiriman	.241	.173	.214	1.393	.169
	Komunikasi	.614	.153	.616	4.008	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan tabel Coefficientsa diatas dapat dijelaskan bahwa: koefisien regresi linear berganda $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$ yang telah ditemukan antara standar operasional prosedur

pengiriman (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) adalah $Y = 3,163 + 0,241 X_1 + 0,614 X_2$ hasil ini dapat disimpulkan bahwa, terdapat arah hubungan positif antara standar operasional prosedur pengiriman (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y). Konstanta (a) = 3,163 bermakna, tanpa adanya standar operasional prosedur pengiriman (X1) dan komunikasi (X2) maka nilai kinerja karyawan (Y) sebesar 3,163 satuan.

Konstanta (b1) = 0,614 bermakna, jika standar operasional prosedur pengiriman (X1) meningkat satu-satuan maka nilai kinerja karyawan (Y) akan meningkat 0,614 satuan.

Konstanta (b2) = 0,241 bermakna, jika komunikasi (X2) meningkat satu-satuan maka nilai kinerja karyawan (Y) akan meningkat 0,241 satuan

4. Uji Koefisien Korelasi (R)

Tabel 8. Uji Koefisien Korelasi Antara standar operasional prosedur pengiriman (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.655	.644	4.68751

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi antara variabel standar operasional prosedur (X1) dan Komunikasi (X2) terhadap Kinerja karyawan (Y) didapat

angka Korelasi (R) sebesar 0,810, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dependen dan variabel independen sangat kuat karena angka tersebut berada pada interval 800-1.000.

5. Uji Determinasi (R²)

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi Antara Standar Operasional Prosedur (X1) dan Komunikasi (X2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.684	4,770

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Standar Operasional Prosedur

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi antara standar operasional prosedur (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) sebesar *R Square*

(R²) 0,694 , artinya standar operasional prosedur (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) sebesar 69,4% dan sisanya sebesar 30,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

6. Uji Parsial (t)

Tabel 10. Output Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.163	2.766		1.143	.257
	Standar Operasional Prosedur Pengiriman	.241	.173	.214	1.393	.169
	Komunikasi	.614	.153	.616	4.008	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Mengacu pada tabel 10 *Output Coefficients* dapat diketahui variabel standar operasional prosedur pengiriman mempunyai 1,393 dengan *Sig* 0,169, sedangkan variabel komunikasi mendapatkan *t*_{hitung} sebesar 4,008 dengan nilai *Sig* 0,000 dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai apabila nilai *t*_{hitung} > *t*_{tabel} dan *Sig*. < 0,05 (taraf toleransi kesalahan), adapun nilai *t*_{tabel} berdasarkan tabel statistik pada uji 2 (dua) arah taraf toleransi 5% (0,05:2= 0,025) dengan rumus *df*= *n*-*K* (65-3=62) diperoleh nilai *t*_{tabel} sebesar 1,66.

Berdasarkan angka-angka dari hasil uji statistik maka dapat dilakukan pembuktian hipotesis statistik untuk menjawab rumusan masalah pertama dan kedua dalam penelitian ini sebagai berikut

a) Hipotesis Statistik Pengaruh komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan

Ho: $\rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan standar operasional prosedur pengiriman terhadap Kinerja karyawan.

Ha: $\rho \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan standar operasional prosedur pengiriman terhadap Kinerja karyawan.

Berdasarkan tabel 10 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,393 > 1,66$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara standar operasional prosedur pengiriman terhadap kinerja karyawan pada PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro. Dengan demikian maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Hipotesis Statistik Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan

Ho: $\rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan Komunikasi terhadap Kinerja karyawan.

Ha: $\rho \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan Komunikasi terhadap Kinerja karyawan.

Berdasarkan tabel 10 diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,008 > 1,67$) namun nilai $Sig < 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tidak terdapat pengaruh signifikan komunikasi secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro. Dengan demikian maka keputusan yang diambil adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

7. Simultan (f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *Independen* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*. Kaidah pengujian signifikansi:

- a) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ 2,750 atau nilai $Sig \geq 0.05$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak (tidak signifikan)
- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ 2,750 atau nilai $Sig < 0.05$, maka H_0 di tolak dan H_a di tolak (signifikan)

Adapun nilai F_{tabel} 2,750 di dapat dengan cara melihat tabel distribusi-F dengan ketentuan sebagai berikut:

N : 65 (Sampel)
 Tingkat kesalahan (α) : 5%
 K ($X=2 + Y = 1$) : 3 (jumlah variabel bebas + variabel terikat)
 N_1 ($K - 1 = 3 - 1$) : 2
 N_2 ($N - K = 65 - 3$) : 62
 F_{tabel} (α, N_1, N_2) : F_{tabel} (5%, 2, 62)
 F_{tabel} (5%, 3, 62) : 2,750
 (tabel distribusi F)

Output uji hipotesis secara simultan antara standar operasional prosedur pengiriman (X1) dan komunikasi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y):

Tabel 11. Uji Hipotesis Secara Simultan Antara Standar Operasional Prosedur Pengiriman (X1) dan Komunikasi (X2) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2591.512	2	1295.756	58.971	.000 ^b
Residual	1362.309	62	21.973		
Total	3953.821	64			

Dari tabel 11 *Output Anova^a* di atas dapat dijelaskan bahwa, F_{hitung} , sebesar 58,971 dengan Sig 0,000 bisa dikatakan berpengaruh signifikan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig < 0,05$, berdasarkan angka-angka dari hasil uji statistik dapat dilakukan pembuktian guna menjawab rumusan masalah ketiga dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan standar operasional prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap kinerja karyawan.

Ha: $\rho \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan standar operasional prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap Kinerja karyawan.

Berdasarkan angka angka dari hasil uji statistik diatas dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($58,971 > 2,750$) dan $Sig < 0,05$

($0,00 < 0,05$) maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara standar operasional prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap kinerja karyawan PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro. Maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Standar Operasional Prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap kinerja karyawan, sebagai berikut::

1. Hipotesis diperoleh nilai thitung > ttabel ($1,393 > 1,66$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara standar operasional prosedur pengiriman terhadap kinerja karyawan pada PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro.
2. Hipotesis diperoleh nilai thitung > ttabel ($4,008 > 1,67$) namun nilai Sig < $0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan komunikasi secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro.
3. Hipotesis diperoleh Fhitung > Ftabel ($58,971 > 2,750$) dan Sig < $0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara standar operasional prosedur pengiriman dan komunikasi terhadap kinerja karyawan PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro. Maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada hasil perhitungan koefisien korelasi didapat angka Korelasi (R) sebesar 0,810, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dependen dan variabel independen sangat kuat karena angka tersebut berada pada interval 800-1.000

B. SARAN

Berdasarkan fakta dan bukti pada penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. disarankan kepada perusahaan agar mengembangkan standar operasional prosedur pengiriman agar lebih dirasakan dan memberi efek lebih optimal agar meningkatnya kinerja karyawan
2. disarankan kepada perusahaan agar selalu lebih melakukan budaya komunikasi yang baik antar lini karyawan dengan adanya sosialisasi standar operasional baru serta masukan dari karyawan terhadap perusahaan langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Agus, Erwan .P dan Dyah R.S. (2012). Implementasi Kebijakan Publik. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta : Gava Media.
- Amirullah. (2015). Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anwar Prabu Mangkunegara A.A., (2013), Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Anwar Prabu Mangkunegara A.A.. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Arif. .R. (2011). Penilaian Kinerja. PT Sarana Panca Karya Nusa.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek). Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahar, H., & Mathar, T. (2015). "Upaya Pelestarian Naskah Kuno di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Sulawesi Selatan" Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipak Khizanah Al-Hikmah volume 3 no 1 halaman 89-100.
- Bambang .W. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Sulita.

- Bangun, Wilson. (2012). "Manajemen Sumber Daya Manusia". Jakarta: Erlangga.
- Dessler, Gary. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Empat.
- Djamarah, Syaiful .B. (2011). Psikologi Belajar. Jakarta : Rineka Cipta.
- Effendy, Onong .U. (2015). Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung: PT Citra Aditia Bakti.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Haryadi, R. N., Sunarsi, D., Erlangga, H., & Wijandari, A. (2022). Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Beringin Life di Jakarta. MAMEN: Jurnal Manajemen, 1(1), 41-48.
- Hasibuan, Malayu SP. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Masram. (2017) . Manajemen Sumber Daya Profesional. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Misbahudin, Iqbal Hasan, (2013), Analisis Data Penelitian Dengan Statistik, Jakarta, Bumi Aksara
- Purnamasari, Evita P., 2015, Panduan Menyusun SOP Standard Operating Procedure, Jagakarsa, Jakarta: PT Buku Kita.
- Robbins, Stephen .P dan Timothy A. Judge. 2012. Perilaku Organisasi. Salemba Empat. Jakarta.
- Ruliana, Poppy. 2014. Komunikasi Organisasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Ruliana, Poppy. 2016. Komunikasi Organisasi. Teori dan Studi Kasus. Jakarta. Penerbit Rajawali Pers.
- Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Aproach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Sinambela, Lijan .P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : ALFABETA.
- Suryono. (2011). Metodologi penelitian kesehatan. Jogjakarta: Mitra Cendikia.
- Sutrisno. (2013). Manajemen Keuangan : Teori, Konsep & Aplikasi. Jakarta : Ekonisia.
- Suwanto, S., Sunarsi, D., Erlangga, H., Nurjaya, N., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Pemberian Reward dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja yang Berdampak pada Kinerja Karyawan pada PT Surya Pratama Gemilang di Bekasi. JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia), 5(2), 471-484.



PENGARUH PRODUK GADAI EMAS TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN DI PT PEGADAIAN (PERSERO) JAYAPURA

¹*Mugiati, ²Ni Kadek Suryantini

Universitas Sains dan Teknologi, Jayapura, Indonesia

*mugiatiustj@gmail.com

Abstrak

Pokok permasalahan dari Skripsi ini adalah apakah produk gadai emas berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura. Seberapa besar pengaruh produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah produk gadai emas berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. Jenis penelitian yang di gunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu: metode observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan Pengaruh Produk Gadai Emas Terhadap Tingkat Pendapatan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,990$ menunjukkan bahwa hubungan yang sangat kuat antara produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan. Nilai R Square adalah $0,980$ atau $98,00\%$, artinya bahwa tingkat pendapatan dipengaruhi oleh variabel produk gadai emas sebesar $98,00\%$ sedangkan sisanya sebesar $2,00\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk Gadai Emas, Tingkat Pendapatan

Abstract

The main problem of this thesis is whether the gold pawn product has an effect on the level of income at PT. Pegadaian (Persero) Madya Abepura Branch. How big is the influence of the gold pawn product on the level of income at PT. Pegadaian (Persero) Madya Abepura Branch. The purpose of this research is to find out whether the gold pawn product has an effect on the level of income at PT. Pegadaian (Persero) Abepura Madya Branch. To find out how much influence the gold pawn product has on the level of income at PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. The type of research used by the researcher is quantitative research. Data collection techniques that researchers use in this study are: observation and documentation methods relating to the Effect of Gold Pawn Products on Income Levels at PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. The results of this study can be seen that the value of $R = 0.990$ indicates that there is a very strong relationship between the gold pawn product and the level of income. The value of R Square is 0.980 or $98,00\%$, meaning that the income level is influenced by the gold pawn product variable by 98.00% while the remaining $2,00\%$ is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Gold Pawn Product, Income Level

PENDAHULUAN

Pegadaian adalah lembaga keuangan yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya berupa pembiayaan kredit kepada masyarakat dalam bentuk penyaluran dana dengan jumlah yang relatif kecil maupun jumlah yang besar atas dasar gadai, juga sebagai jasa titipan, jasa taksiran. Barang yang digadaikan harus memiliki nilai ekonomis sehingga dapat di jadikan

nilai taksiran oleh pihak gadai.

Pegadaian berdiri atas dasar keinginan mulia Pemerintah untuk membantu masyarakat luas yang membutuhkan solusi pendanaan, mencegah ijon, rentenir dan pinjaman tidak wajar lainnya guna meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil serta mendukung program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional yang membutuhkan layanan percepatan transaksi keuangan

Gadai Emas adalah pemberian kredit dengan sistem gadai yang diberikan ke seluruh golongan nasabah untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan jaminan emas, baik emas batangan maupun perhiasan.

Saat akan menggadaikan barang di Pegadaian. Kita hanya perlu datang ke Outlet Pegadaian terdekat dengan membawa syarat yang diperlukan. Sampai di Pegadaian, kita akan diminta mengisi Formulir Permohonan Kredit atau FPK. Formulir ini berisi nomor KTP, nama lengkap, nomor telepon, alamat domisili, identitas diri, dan juga

perhiasan yang ingin dijaminan.

Di Pegadaian, dikenal istilah sewa modal pada gadai emas. Sewa modal dikenakan tiap periode 15 hari. Jangka waktu pinjaman untuk gadai adalah selama empat (4) bulan yang dapat diperpanjang berkali-kali maupun dilunasi sewaktu-waktu.

Berdasarkan informasi yang didapat oleh peneliti, sejak 3 tahun terakhir dari 2019-2021 ternyata target pencapaian perusahaan naik turun setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Perbandingan pendapatan produk gadai emas dan pendapatan keseluruhan produk pegadaian pada PT. Pegadaian (persero) Jayapura.

Tahun	pendapatan produk gadai emas	Pendapatan Keseluruhan produk	perbandingan
2019	Rp 180,423,825,869	Rp 199,336,617,909	0,91 %
2020	Rp 221,710,216,909	Rp 246,568,113,418	0,90 %
2021	Rp 221,953,600,947	Rp 246,389,543,429	0,90 %

Sumber : PT. Sicepat Ekspres Cabang Bintaro

Berdasarkan tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa pendapatan produk gadai emas pada tahun 2019 sebesar Rp 180,423,825,869 dan pendapatan keseluruhan produk sebesar Rp 199,336,617,909. Perbandingan dari kedua pendapatan tersebut adalah 0,91 %. Di tahun 2020 terjadi peningkatan terhadap produk gadai emas sebesar Rp 221,710,216,909 dan pendapatan keseluruhan terjadi kenaikan sebesar Rp 246,568,113,418, tetapi perbandingannya menurun menjadi 0,90 %. Kemudian di tahun 2021 terjadi peningkatan lagi sebesar Rp 221,953,600,947 dan pendapatan keseluruhan produk mengalami penurunan sebesar Rp 246,389,543,429 namun tetapi perbandingan pendapatan masih tetap sama 0,90 %.

Berdasarkan data di atas juga menarik penulis Untuk melakukan penelitian lebih jauh terjadinya suatu kenaikan dan penurunan terhadap tingkat pendapatan. Untuk itulah penelitik menarik melakukan penelitian

dengan judul: “Pengaruh Produk Gadai Emas Terhadap Tingkat Pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura”.

METODE

Sesuai dengan masalah yang diteliti, maka jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih yaitu di Distrik Abepura pada PT. Pegadaian (persero) Jayapura yang terletak di JL. Gerilyawan, Kelurahan Yobe, Distrik Abepura, Kota Jayapura. Waktu untuk penelitian ini dimulai dari Maret-Mei 2022.

Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang di pilih dan mewakilkan populasi tersebut. Pengambilan sampel untuk penelitian menurut suharsimi arikunto, Jika subjeknya kurang dari 100 sebaliknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi.

Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini adalah total sampling. Total sampling adalah penentuan sampel dimana bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan tingkat pendapatan produk gadai emas sebanyak 36 bulan yang di ambil dari laporan keuangan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura. Dari tahun 2019-2021 yaitu selama 3 tahun terakhir. Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 36 sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel produk gadai emas

(X) berpengaruh terhadap tingkat pendapatan (Y) secara signifikansi terlihat koefisien 5% ($t_{hitung} = 296,737 > t_{tabel} = 1,688$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk gadai emas mempunyai pengaruh signifikansi terhadap tingkat pendapatan secara nyata. Produk gadai emas akan memberikan pengaruh yang signifikansi dan positif terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura.

Besarnya nilai rata-rata produk gadai emas adalah 23,3565 dan tingkat pendapatan sebesar 23,4593. Untuk nilai minimum produk gadai emas adalah 21,46 dan tingkat pendapatan sebesar 21,59. Sedangkan untuk nilai maksimum produk gadai emas adalah 24,27 dan tingkat pendapatan sebesar 24,38. Dan untuk nilai standar deviasi produk gadai emas adalah 0,75606 dan tingkat pendapatan sebesar 0,75754.

Dapat dilihat bahwa taraf signifikansi deviation from linearity adalah sebesar $0,062 > 0,05$. Dengan demikian, hubungan antara variabel produk gadai emas dengan variabel tingkat pendapatan dikatakan linear. Persamaan regresinya adalah $TP = 0,062 + 1.002X$ artinya konstanta sebesar 0,062 menunjukkan jika produk gadai emas (X) nilainya 0 maka tingkat pendapatan (Y) nilainya yaitu sebesar

0,062. Koefisien regresi variabel produk gadai emas (X) sebesar 1,002 artinya jika produk gadai emas mengalami kenaikan Rp 1, maka tingkat pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 1,002.

Dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,991$ menunjukkan bahwa hubungan yang sangat kuat antara produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan. Nilai R Square adalah 0,980 atau 98,00%, artinya bahwa tingkat pendapatan dipengaruhi oleh variabel produk gadai emas sebesar 98,00% sedangkan sisanya sebesar 2,00% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk gadai emas akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Karena produk gadai emas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juanda Andika Seregar dengan judul "pengaruh produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) unit pegadaian syariah sadabuan". Pada tahun 2016. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produk gadai emas memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) unit pegadaian syariah sadabuan. Normawati Matondang "pengaruh penjualan produk mulia terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (persero) cabang syariah alam bolak". Pada tahun 2017. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pengaruh Penjualan Produk Mulia Terhadap Peningkatan Pendapatan. Adalah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan di PT. Pegadaian (persero) cabang syariah alam bolak. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agus Supriyono pada tahun 2020 yang berjudul "Pengaruh Produk Gadai, Faktor

Bunga, Layanan Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus PT Pegadaian (Persero) Di Kota Mojokerto)" dengan

hasil secara persial tidak berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan UMKM. Di kota mejkerto.

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di PT. Pegadaian (persero) Jayapura:

1. Apakah produk gadai emas berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. Dapat dilihat bahwa taraf signifikansi deviation from linearity adalah sebesar $0,602 < 0,05$. Dengan demikian, hubungan antara variable produk gadai emas dengan variable tingkat pendapatan dikatan linear. Persamaan regresinya adalah $TP = 0,062 + 1.002X$ artinya konstanta sebesar 0,062 menunjukkan jika produk gadai emas (X) nilainya 0 maka tingkat pendapatan (Y) nilainya yaitu sebesar 0,062. Koefisien regresi variabel produk gadai emas (X) sebesar 1,002 artinya jika produk gadai emas mengalami kenaikan Rp 1, maka tingkat pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar Rp 1,002. Hasil analisis data menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $296,737 > 1,688$ sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variable produk gadai emas terhadap variable tingkat pendapatan Hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,008 > 1,67$) namun nilai $Sig < 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan komunikasi secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT Sicepat Ekspres cabang Bintaro.
2. Seberapa besar pengaruh produk gadai emas terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura. Dapat diketahui bahwa nilai $R = 0,991$ menunjukkan bahwa hubungan yang sangat kuat antara produk gadai emas terhadap

tingkat pendapatan. Nilai R Square adalah 0,980 atau 98,00%, artinya bahwa tingkat pendapatan dipengaruhi oleh variabel produk gadai emas sebesar 98,00% sedangkan sisanya sebesar 2,00% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produk gadai emas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat pendapatan di PT. Pegadaian (Persero) Jayapura

B. SARAN

Dari kesimpulan yang ditarik melalui hasil penelitian di atas, maka penulis menyarankan hal-hal berikut:

1. Sebaiknya Pengelola PT. Pegadaian (Persero) Jayapura bisa mengalokasikan dana produk gadai emas seefektif dan seefisien mungkin sehingga tingkat pendapatan yang tercapai juga maksimal.
2. Untuk peneliti selanjutnya dapat diarahkan agar dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta memperhatikan variabel-variabel lain karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan pegadaian.
3. Kepada pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Serta dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrina nazli (2018 : M / 1439 H). " Analisis Keuntungan dan Tingkat Kepuasan Nasabah pada Produk Gadai Emas. Habibah, N. U. (2017). Perkembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. Amwaluna: Jurnal

- Ekonomi dan Keuangan Syariah, 1(1), 81-97.
- Maulidizen, A. (2016). Aplikasi Gadai Emas Syari'ah: Studi Kasus Pada BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 76-89.
- Rahman, L. A., & Suprayogi, N. (2015). Analisis Kesesuaian Akuntansi Transaksi Gadai Emas Syariah Dengan PSAK dan Fatwa DSN MUI (Studi Kasus Praktik Gadai Emas di Pegadaian Syariah Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(11), 943-953.
- Setiawan, I. (2016). Penerapan gadai emas pada bank syariah perspektif hukum ekonomi islam. *Al-Daulah: Jurnal Hukum Dan Perundangan Islam*, 6(1).
- Sinambela, A. P. S. (2019). Penerapan Sistem Gadai Emas Pada Cabang Pegadaian Syariah Setia Budi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).



PENERAPAN DISIPLIN KERJA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR DESA KAMPUNG MELAYU BARAT

^{1*}Aidil Amin Effendy, ²Tri Yansyah, ³Suyatin

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*aidil00967@unpam.ac.id](mailto:aidil00967@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung Melayu Barat, menganalisis seberapa efektif penerapan disiplin kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah cukup baik, karena Kepala Desa selaku pimpinan tertinggi di kantor pemerintah Desa Kampung Melayu Barat sudah memberikan arahan dalam rapat untuk mensosialisasikan program-program dan SOP kerja, melakukan kontrol terhadap para pegawainya, menekankan rasa tanggung jawab, dan memberikan hukuman atau sanksi-sanksi bagi pegawai yang tidak disiplin, dan penerapan disiplin kerja pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah efektif dalam meningkatkan kinerja pegawai. Hal tersebut di dukung oleh pernyataan masyarakat bahwa pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah disiplin, dikarenakan pegawai telah melayani dengan baik dan tepat waktu.

Kata Kunci: Disiplin Kerja, Kinerja Pegawai

Abstract

This study aims to analyze the application of work discipline at the Kampung Melayu Barat village office, to analyze how effective the application of work discipline is in improving the performance of the employees of the Kampung Melayu Barat village office. The research method used in this research is qualitative. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Technical data analysis using data reduction, data presentation, conclusions. Based on the results of the study, the application of work discipline at the Kampung Melayu Barat Village office was quite good, because the Village Head as the highest leader in the Kampung Melayu Barat Village government office had given directions in meetings to socialize work programs and SOPs, exercise control over his employees, emphasizing a sense of responsibility, and providing penalties or sanctions for undisciplined employees, and the application of work discipline to the employees of the Kampung Melayu Barat Village office has been effective in improving employee performance. This is supported by public statements that the employees of the Kampung Melayu Barat Village office are disciplined, because the employees have served well and on time.

Keywords: Work Discipline, Employee Performance

PENDAHULUAN

Kunci keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya terletak pada sumber daya manusia yang dimilikinya, karena hakekatnya manusia merupakan sumber daya utama penggerak seluruh aktivitas yang ada di organisasi. Maka dari itu, sumber daya manusia yang ada harus dikelola sebaik mungkin agar dapat berkontribusi lebih optimal guna mencapai tujuan organisasi.

Langkah awal upaya untuk mencapai tujuan organisasi adalah dengan menerapkan kedisiplinan. Penerapan kedisiplin bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran untuk terus mematuhi serta mentaati setiap tata tertib yang berlaku, dan untuk meningkatkan kinerja pegawai. Disiplin yang baik dapat dilihat dari tingginya kesadaran para pegawai dalam mentaati segala peraturan dan tata tertib yang berlaku, besarnya rasa tanggung

jawab akan tugas masing-masing, serta meningkatkan efisiensi dan kinerja para pegawai.

Desa Kampung Melayu Barat merupakan wilayah administratif di Indonesia yang berada di Kecamatan Teluknaga Kabupaten Tangerang, dimana memiliki tugas-tugas pokok untuk memberikan pelayanan hak-hak sipil dan ekonomi kepada setiap warga bangsa secara optimal. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada 11-12 Mei 2022 di kantor Desa Kampung Melayu Barat terlihat bahwa adanya indikasi kurang disiplin pegawai dalam menjalankan tugas.

Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Penerapan Disiplin Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Desa Kampung Melayu Barat".

Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung Melayu Barat?
2. Seberapa efektif penerapan disiplin kerja dalam meningkatkan kinerja pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat?

TINJAUAN PUSTAKA

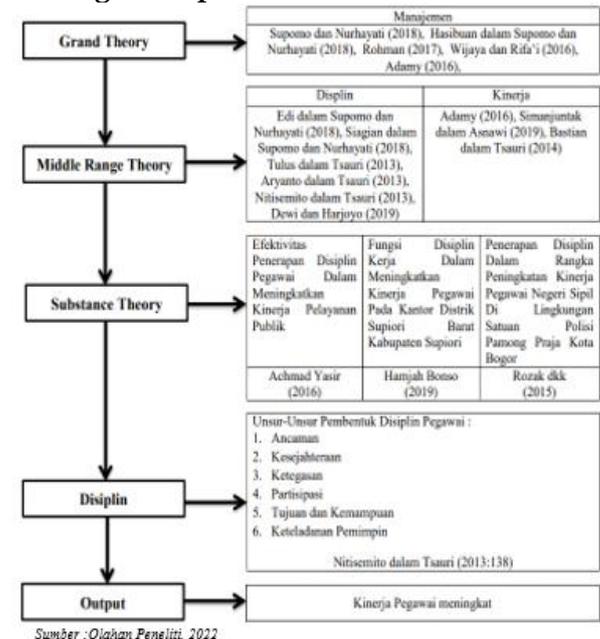
Kinerja

Menurut Adamy (2016:98) "Kinerja adalah proses yang dilakukan organisasi untuk mengevaluasi atau menilai keberhasilan karyawan dalam melaksanakan tugas dan kewajiban dalam suatu periode tertentu."

Disiplin Kerja

Menurut Edi dalam Supomo dan Nurhayati (2018:133) "Disiplin adalah sikap tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan organisasi baik tertulis maupun yang tidak tertulis."

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Proposisi Penelitian

1. Penerapan disiplin kerja pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat akan lebih efektif jika menerapkan unsur-unsur pembentuk disiplin pegawai, yaitu ancaman, kesejahteraan, ketegasan, partsiasi, tujuan dan kemampuan, dan keteladanan pemimpin.
2. Penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung Melayu Barat dapat meningkatkan kinerja pegawai.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan dari judul penelitian, maka jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Siyoto dan Sodik (2015:28) "Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi". Penelitian kualitatif mencoba untuk memahami, mendalami dan menerobos masuk di dalamnya terhadap suatu gejala-gejala. Kemudian menginterpretasikan dan menyimpulkan gejala-gejala tersebut sesuai dengan konteksnya. Sehingga

dicapai suatu simpulan yang objektif dan alamiah sesuai dengan gejala-gejala pada konteks tersebut.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di kantor Desa Kampung Melayu Barat yang berlokasi di Jl. Raya Kampung Melayu KM.14, Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang.

Dalam penelitian ini, waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2022.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Kampung Melayu Barat merupakan sebuah wilayah administratif di Indonesia yang berada di Kecamatan Teluknaga, Kabupaten Tangerang, Banten, 15510. Jumlah keseluruhan penduduk dari Desa Kampung Melayu Barat adalah 10.551 orang penduduk, yang terbagi berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 5.325 orang penduduk, perempuan sebanyak 5.226 orang penduduk, dan berdasarkan kepala keluarga sebanyak 3.262. Desa Kampung melayu Barat merupakan wilayah dengan luas terkecil di Kecamatan Teluknaga, luas wilayah Desa Kampung Melayu Barat 1,12 km² atau 2,1% luas Kecamatan Teluknaga.

Analisis Penerapan Disiplin Kerja Pada Kantor Desa Kampung Melayu Barat

Penerapan disiplin merupakan tindakan untuk meningkatkan kesadaran pegawai untuk patuh terhadap aturan-aturan atau ketentuan-ketentuan yang berlaku. Penerapan disiplin pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sangat penting dilakukan untuk menjamin agar tata tertib pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar. Dalam wawancara mengenai penerapan disiplin pada kantor Desa Kampung Melayu Barat, Kepala Desa dan pegawai kantor Desa, diantaranya Kepala Seksi Pelayanan, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, Staff Urusan Tata Usaha dan Umum, menjelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Transkrip Wawancara ke 1

Pertanyaan	Informan	Jawaban
Bagaimana cara pemimpin dalam menerapkan disiplin kerja pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat?	Kepala Desa	Kita ada adakan rapat kecil dan memberikan arahan-arahan program-program Desa Kampung Melayu Barat seperti apa, dan di aplikasikan perangkat Desa.
	Kepala Seksi Pelayanan	Saya sebagai kasi pelayanan yang melayani seluruh warga Kampung Melayu Barat baik itu siang, malam, kami siap melayani.
	Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum	Dengan memberikan arahan-arahan mekanisme program pelayanan, lalu melakukan kontrol terhadap perangkat Desa.
	Staff Urusan Tata Usaha dan Umum	Lumayan ketat. Untuk dari segi pekerjaan atau jam masuk cukup bertanggung jawab, dan memang itu yang diterapkan dari pemimpin kami.

Penerapan disiplin pada kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah cukup baik, dimulai melalui sosialisasi Kepala Desa mengenai program dan SOP kerja melalui

rapat kecil, arahan-arahan kerja, lalu melakukan kontrol terhadap pegawai.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, penerapan disiplin pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat belum sepenuhnya berjalan baik, masih terdapat pegawai yang kurang disiplin dalam bekerja. Diperlukannya sebuah sanksi atau hukuman agar pegawai yang tidak disiplin menjadi jera. Mengenai hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui apa saja hukuman atau sanksi yang diberikan kepada pegawai yang tidak disiplin di Kantor Desa Kampung Melayu Barat. Kepala Desa dan pegawai kantor Desa, diantaranya Kepala Seksi Pelayanan, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, Staff Urusan Tata Usaha dan Umum, menjelaskan sebagai berikut :

Tabel 2. Transkrip Wawancara ke 2

Pertanyaan	Informan	Jawaban
Jika terdapat pegawai yang tidak disiplin terhadap peraturan-peraturan yang berlaku, apakah ada sanksi yang diberikan kepada pegawai tersebut?	Kepala Desa	Awal pertama kita ada teguran lisan, terus nanti kita membuat surat resmi berupa surat teguran juga kalo memang sudah diluar peraturan-peraturan Desa Kampung Melayu Barat terutama di UU no.6 tahun 2014 terpaksa harus kita keluarkan.
	Kepala Seksi Pelayanan	Ada, itu pimpinan kami Kepala Desa akan menindaklanjuti dan akan memberikan sanksi-sanksi.
	Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum	Ada, berupa teguran lisan hingga pemberian surat resmi.
	Staff Urusan Tata	Kalo untuk sanksi, sanksi kita hanya mengistirahatkan

Usaha dan Umum	saja cuma beberapa hari dan tidak memegang sebuah satupun dokumen selama masa hukuman tersebut, seperti itu. Itu sudah diterapkan sama pemimpin kami.
----------------	---

Melihat dan mengetahui jawaban dari Kepala Desa dan pegawai kantor Desa mengenai penerapan disiplin pada kantor Desa Kampung Melayu Barat, peneliti tertarik untuk mewawancari sumber lain, dimana sumber tersebut adalah seorang *Human Resource* yang sudah ahli dan berpengalaman dalam bidangnya. Dalam wawancara mengenai penerapan kedisiplinan, *Human Resource* menjelaskan sebagai berikut :

Tabel 3. Transkrip Wawancara ke 3

Pertanyaan	Informan	Jawaban
Bagaimana cara menerapkan kedisiplinan pada Pegawai?	Human Resource	Menurut saya pribadi menerapkan kedisiplinan dapat dilakukan dengan cara menjalankan SOP, sosialisasi peraturan perusahaan, memberikan pengarahan kepada karyawan yang tingkat disiplinnya rendah, menyadarkan kembali ke karyawan bahwa kedisiplinannya berpengaruh terhadap penilaian perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan hasil tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung

Melayu Barat sudah cukup baik, karena Kepala Desa selaku pimpinan tertinggi di kantor pemerintah Desa Kampung Melayu Barat sudah memberikan arahan-arahan dalam rapat untuk mensosialisasikan program-program dan SOP kerja, melakukan kontrol terhadap para pegawainya, menekankan rasa tanggung jawab, memberikan teguran lisan hingga pemberian surat resmi, dan memberikan hukuman atau sanksi-sanksi kepada pegawai yang tidak disiplin.

Analisis Efektifitas Penerapan Disiplin Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Kantor Desa Kampung Melayu Barat

Efektifitas penerapan disiplin merupakan penilaian terhadap keberhasilan dalam menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepatuhan akan peraturan dan kebijakan- kebijakan yang berlaku. Kepala Desa dan pegawai kantor Desa, diantaranya Kepala Seksi Pelayanan, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, Staff Urusan Tata Usaha dan Umum, menjelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. Transkrip Wawancara ke 4

Pertanyaan	Informan	Jawaban
Menurut Bapak, apakah penerapan disiplin kerja mampu meningkatkan kinerja pegawai pada kantor Desa Kampung Melayu Barat?	Kepala Desa	Jelas. Itu disiplin etos kerja kita saat itu awalnya disiplin, kalo seandainya staff Desa kita disiplin, saya yakin dengan awalan disiplin kita bisa melayani masyarakat Kampung Melayu Barat.
	Kepala Seksi Pelayanan	Iya, sudah pasti.

	Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum	Ya, tergantung dari diri pegawai itu sendiri. Seharusnya dapat meningkatkan kinerja.
	Staff Urusan Tata Usaha dan Umum	Sebenarnya menerapkan disiplin kerja itu bisa meningkatkan terutama peningkatan tentang pelayanan masyarakat, bisa, gitu.

Melihat dan mengetahui jawaban dari Kepala Desa dan pegawai kantor Desa mengenai efektifitas penerapan disiplin dalam meningkatkan kinerja pegawai pada kantor Desa Kampung Melayu Barat, peneliti tertarik untuk mewawancari sumber lain, dimana sumber tersebut adalah seorang *Human Resource* yang sudah ahli dan berpengalaman dalam bidangnya. *Human Resource* menjelaskan sebagai berikut :

Tabel 5. Transkrip Wawancara ke 5

Pertanyaan	Jawaban
Menurut Bapak/Ibu, apakah penerapan disiplin kerja mampu meningkatkan kinerja pegawai?	Iya, karena karyawan yang disiplin pasti lebih produktif terhadap tugas dan tanggung jawabnya di perusahaan. Karyawan yang tidak bisa disiplin terhadap pekerjaannya pasti tidak mempunyai pandangan kedepan untuk memperbaiki/memajukan perusahaan.

Untuk mengukur seberapa efektif keberhasilan dalam penerapan kedisiplinan dalam meningkatkan kinerja pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat, peneliti tertarik untuk melakukan wawancara kepada masyarakat yang pernah berkunjung di kantor Desa. Masyarakat mengatakan :

Tabel 6. Transkrip Wawancara ke 6

Pertanyaan	Jawaban
Apakah pegawai pemberi pelayanan di kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah disiplin dalam menjalankan tugasnya?	Sudah, karena pegawai melayani dengan baik dan tepat waktu.

Penerapan disiplin yang dilakukan memiliki dampak dalam meningkatnya kinerja pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat dalam memberikan pelayanan. Hal tersebut dinyatakan oleh masyarakat bahwa pegawai sudah memberikan pelayanan dengan baik.

Berdasarkan hasil tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa penerapan disiplin kerja pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah efektif dalam meningkatkan kinerja pegawai. Hal tersebut di dukung oleh pernyataan masyarakat bahwa pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah disiplin, dikarenakan pegawai telah melayani dengan baik dan tepat waktu.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Penerapan disiplin kerja pada kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah cukup baik, karena Kepala Desa selaku pimpinan tertinggi di kantor pemerintah Desa Kampung Melayu Barat sudah memberikan arahan-arahan dalam rapat untuk mensosialisasikan program-program dan SOP kerja, melakukan kontrol terhadap para pegawainya, menekankan rasa tanggung jawab, memberikan teguran lisan hingga pemberian surat resmi, dan memberikan hukuman atau sanksi-sanksi kepada pegawai yang tidak disiplin.
2. Penerapan disiplin kerja pada pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah efektif dalam meningkatkan kinerja pegawai. Hal tersebut di

dukung oleh pernyataan masyarakat bahwa pegawai kantor Desa Kampung Melayu Barat sudah disiplin, dikarenakan pegawai telah melayani dengan baik dan tepat waktu.

Saran

1. Pengarahan mengenai program-program Desa dan SOP kerja harus terus menerus dilakukan untuk menjaga agar setiap pegawai dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik.
2. Sanksi disiplin yang akan dijatuhkan kepada pegawai yang tidak disiplin harus dipertimbangkan dengan seksama, jangan sampai merusak ketertiban maupun kenyamanan yang ada dikantor Desa Kampung Melayu Barat secara keseluruhan. Sanksi disiplin yang akan dijatuhkan kepada pegawai harus sesuai dengan tindakan dan perilaku yang diperbuatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamy, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Aceh: UNIMAL Press.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Askani & Densi. (2018). Analisis Disiplin Kerja Pegawai Negeri Sipil Pada Kantor Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. *Jurnal Penelitian Sosial dan Politik*.
- Asnawi, M. A. (2019). *Kinerja Karyawan*. Gorontalo: Athra Samudra.
- Bonso, H. (2019). Fungsi Disipli Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Kantor Distrik Supiori Barat Kabupaten Supiori. *Gema Kampus*.
- Chusminah. (2019). Hubungan Disiplin Kerja dengan Kinerja Pegawai. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 503 - 516.
- Dewi, D.P., & Harjoyo. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang Selatan: UNPAM Press.
- Indriyani, A.F., dkk. (2020). Analisis Kedisiplinan Kerja Pegawai Di Kantor Kelurahan Magelang

- Kecamatan Magelang Tengah Kota Magelang. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara (JMAN)*.
- Munadjat, B., & Oktrima, B. (2019). Pengaruh Kedisiplinan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Subur Makmur Sentosa Cabang Cikupa Tangerang. *Jurnal Semarak*.
- Rohman. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang: Inteligencia Media.
- Rozak, dkk. (2015). Penerapan Disiplin Dalam Rangka Peningkatan Kinerja Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bogor. *Jurnal Governansi*.
- Saefudin, A., Gufara, R., & Devi, S. (2021). Analisis Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Lion Parcel Pinang Kota Tangerang. *Jurnal Syntax Admiration*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supomo, R., & Nurhayati, E. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Tsauri, S. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jember: STAIN Jember Press.
- _____ (2014). *Manajemen Kinerja*. Jember: STAIN Jember Press.
- Weny, dkk. (2019). Analisis Penerapan Disiplin Kerja Pada CV.Sinar indah Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*.
- Wijaya, C., & Rifa'i, M. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.
- Yasir, A. (2016). Efektivitas Penerapan Disiplin Pegawai Dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan Publik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.
- Yuaningsih, L. (2020). Penerapan Kedisiplinan Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Badan Kepegawaian Pendidikan dan Pelatihan Kota Bandung. *Jurnal Soshum Insentif*.



VISIONARY LEADERSHIP DALAM MENCIPTAKAN BUDAYA MUTU PT BANK TABUNGAN NEGARA CABANG CIPUTAT

¹*Priehadi Dhasa Eka, ²Denok Sunarsi, ³Anggada Bayu Seta
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*dosen01577@unpam.ac.id](mailto:dosen01577@unpam.ac.id)

Abstrak

Organisasi adalah suatu tempat atau wadah untuk mencapai cita-cita atau tujuan organisasi. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan potensi sumber daya manusia pada hakekatnya adalah modal dalam sebuah perusahaan dan memegang peran penting untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Didalam organisasi pasti ada seorang pemimpin, karena organisasi sendiri selalu identik dengan pemimpin. Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kuasa paling tinggi dalam mengambil keputusan didalam sebuah perusahaan. Seorang pemimpin akan menentukan bagaimana sebuah perusahaan tersebut berproses dan berhasil. Keberhasilan suatu organisasi karena pemimpin memiliki visi, misi, dan tujuan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Setiap pemimpin pada dasarnya memiliki gaya yang berbeda dalam memimpin sebuah organisasi atau perusahaan, kepemimpinan juga merupakan suatu bentuk strategi seorang pemimpin dalam mewujudkan tujuan perusahaan.

Kata Kunci: Kepemimpinan Visioner, Budaya Mutu

Abstract

Organization is a place or container to achieve the goals or objectives of the organization. In an organization or company, the potential of human resources is essentially the capital in a company and plays an important role in achieving the goals of the organization or company. In the organization there must be a leader, because the organization itself is always synonymous with the leader. A leader is someone who has the highest power in making decisions within a company. A leader will determine how a company processes and succeeds. The success of an organization because the leader has a vision, mission, and goals in an organization or company. Every leader basically has a different style in leading an organization or company, leadership is also a form of a leader's strategy in realizing company goals.

Keywords: Visionary Leadership, Quality Culture

PENDAHULUAN

Organisasi adalah suatu tempat atau wadah untuk mencapai cita-cita atau tujuan organisasi. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan potensi sumber daya manusia pada hakekatnya adalah modal dalam sebuah perusahaan dan memegang peran penting untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Didalam organisasi pasti ada seorang pemimpin, karena organisasi sendiri selalu identik dengan pemimpin. Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kuasa paling tinggi dalam mengambil keputusan didalam sebuah perusahaan. Seorang pemimpin akan menentukan bagaimana sebuah perusahaan tersebut berproses dan berhasil. Keberhasilan suatu organisasi karena pemimpin memiliki visi, misi, dan tujuan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Setiap pemimpin pada dasarnya memiliki gaya yang berbeda dalam memimpin sebuah organisasi atau perusahaan, kepemimpinan

juga merupakan suatu bentuk strategi seorang pemimpin dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Kartono (2013:57) menyatakan "kepemimpinan adalah kegiatan mempengaruhi orang-orang agar mereka suka berusaha mencapai tujuan-tujuan kelompok."

Di era globalisasi ini pemimpin dituntut dapat mengikuti atau menyesuaikan perubahan dan perkembangan jaman, oleh karena itu organisasi harus membekali diri dengan keunggulan kompetitif atau bersaing dan dapat menyesuaikan diri. Pada saat ini organisasi membutuhkan seorang pemimpin yang fleksibel dan cepat beradaptasi pada setiap perubahan, oleh karena itu organisasi memerlukan seorang pemimpin dengan gaya kepemimpinan efektif, salah satu kepemimpinan yang dirasa efektif untuk diterapkan adalah kepemimpinan visioner. Kepemimpinan visioner mampu mengimbangi dan penyalaras untuk semua

kepentingan seluruh karyawan atau anggota di era globalisasi ini. Pemimpin dengan pola visionary dipercaya dapat mengadaptasi organisasi dengan perubahan eksternal yang sering berubah. Kepemimpinan visioner dapat selalu konsisten dan fokus dalam mencapai visi yang dalam prakteknya tidak kaku, dan dalam mewujudkan tujuan tersebut dibutuhkan interaksi antar pemimpin dengan karyawannya yang saling membantu sehingga terciptanya lingkungan kerja yang kondusif dan tentram. Menurut Veithzal dan Arviyan (2013) menjelaskan, “visionary leadership adalah pemimpin yang memiliki arah dan wujud masa depan yang merupakan gambaran masa depan yang disepakati dengan rasa kebersamaan dan komitmen yang tinggi untuk mewujudkannya.”

Visioner bermakna wawasan yang luas dan matang sehingga dianggap mampu memperkirakan masa depan. Pengertian ini dapat diartikan bahwa kepemimpinan visioner mampu merumuskan visi dan misi yang baik bagi perusahaan di masa mendatang, serta dapat bertindak dan bersikap proaktif. Kepemimpinan visioner merupakan kemampuan pemimpin mencipta, merumuskan, mengkomunikasikan, dan mengimplementasikan pemikiran-pemikiran ideal yang berasal dari dirinya, pengalaman atau sebagai hasil interaksi social diantara anggota organisasi dimasa depan yang harus diraih dan diwujudkan melalui komitmen semua personel (Aan Komariah dan Cepi Triatna 2016). Pemimpin visioner memiliki empat peran yang harus dimainkan yaitu, peran sebagai penentu arah, agen perubahan, juru bicara, dan pelatih. Sebagai penentu arah pemimpin membuat visi, misi, dan tujuan apa yang harus dicapai di perusahaan dimasa depan. Sebagai agen perubahan pemimpin dituntut untuk mampu memposisikan diri dengan lingkungan baik secara internal maupun eksternal, kemampuan ini dianggap penting karena pemimpin dituntut untuk dapat menyesuaikan perubahan-perubahan yang ada. Sebagai juru bicara pemimpin dianggap harus mengetahui dan menghargai segala bentuk komunikasi kepada karyawannya guna memberikan penjelasan bagaimana visi, misi, dan tujuan perusahaan dimasa mendatang. Sebagai pelatih, seorang

pemimpin dapat mengarahkan untuk merelisasikan visi perusahaan, tidak hanya mengarahkan tetapi pemimpin juga memberikan pengharapan, dan membangun kepercayaan diantara orang-orang penting, karyawan di perusahaan dan visinya dimasa depan. Karena keberadaan seorang pemimpin dianggap penting bagi karyawan atau orang-orang yang ada disekitarnya bagaimana seorang pemimpin menjadi teladan, ide-idenya menjadi inspirasi para karyawannya. Bagaimana seorang pemimpin juga memberikan semangat untuk berproses, memberikan rasa percaya diri kepada karyawannya, dan memberikan solusi sehingga karyawannya dapat meningkatkan diri mereka.

Pemimpin sebuah organisasi atau perusahaan juga memiliki peranan penting dalam menciptakan budaya mutu di perusahaan untuk membentuk karakter perusahaan atau organisasi sebagai identitas mereka dan yang dapat membedakan identitas dengan organisasi dan perusahaan lainnya. Said (2015:50) “Budaya mutu adalah sebuah system makna yang dianut oleh para anggota.” Budaya mutu sendiri diciptakan untuk meningkatkan kualitas atau mutu oraganisasi atau perusahaan. Menciptakan budaya mutu disebuah perusahaan perlu dilakukan tindakan-tindakan atau pembiasaan yang baik oleh pemimpin dan karyawan di perusahaan. Kebiasaan atau budaya yang baik perlu diterapkan oleh pemimpin dan seluruh karyawan perusahaan sehingga menciptakan mutu yang baik, sehingga disebut dengan budaya mutu perusahaan. Perubahan mutu sendiri dianggap cukup sulit, peran pemimpinlah yang diperlukan dalam merubah budaya organisasi menjadi budaya mutu. Dalam menciptakan budaya yang baik dan kuat memerlukan seorang pemimpin yang kuat pula, para pendiri adalah orang-orang yang membangun visi, misi, dan tujuan utama organisasi. Seorang pemimpin harus memberikan contoh yang baik dalam menciptakan budaya mutu secara benar, dan komunikasi yang baik pula. Perubahan budaya sendiri memerlukan ide, dukungan, kepemimpinan, dan dari semua karyawan. Terbentuknya budaya mutu juga tidak terlepas dari dua faktor yaitu faktor internal, dan eksternal. Faktor internal adalah nilai-nilai yang sudah tertanam dari dalam diri

manusia yang terlihat dari gerak gerik, kebiasaan, tata cara, dan gagasannya. Faktor eksternal adalah adanya faktor kepemimpinan, lingkungan, sehingga merubah nilai-nilai yang tertanam dari dalam dirinya karena adanya dorongan dari eksternal.

Budaya mutu dapat diartikan sebagai suatu sistem organisasi yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, memiliki nilai-nilai, tradisi, dan prosedur aturan yang mendukung untuk keberlangsungan perbaikan mutu secara terus menerus dan berkesinambungan. Perbaikan itu biasa dilihat dari yang di dalam budaya terkandung mutu dan inovasi yaitu nilai (values), dan norma (norms). Bila karyawan memiliki nilai (values) yang baik dalam hal mutu, maka perilaku-perilakunya mengarah ke hal-hal yang baik. Norma dalam konteks budaya organisasi diartikan serangkaian acara yang dilakukan dalam organisasi. Norma dan value saling berkaitan, norma menunjukkan value yang diidentifikasi. Jika sebuah organisasi memiliki budaya organisasi yang bermutu, maka perilaku organisasi juga memiliki mutu, agar perilaku ini dapat membawa perbaikan mutu di organisasi. Menurut buku *Handbook Of Organizational Culture and Climate* yang diedit oleh Neal M. Ashkanasy, dkk ada tiga perbaikan yang bisa dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan pelatihan, pengukuran, pemberian hadiah.

Untuk seorang pemimpin perbankan dituntut mempunyai visi kedepan yang dapat meraih sukses secara efektif dan efisien, khususnya yang berkaitan dengan perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (directing), dan pengawasan (controlling) terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh karyawannya. Pimpinan perbankan dalam kepemimpinannya harus mampu menciptakan visi yang jelas, lingkungan kerja yang kondusif, menumbuhkan status sosial ekonomi yang tinggi, sehingga target membudayakan mutu akan tercapai dan kepuasan kerja bagi para karyawan akan terwujud. Dengan demikian kepemimpinan visioner, kondisi lingkungan kerja, budaya mutu, dan status sosial ekonomi, diduga sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Bank Tabungan Negara Ciputat.

PT. Bank Tabungan Negara CIPUTAT adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang property, gaya kepemimpinan seorang pemimpin dan budaya mutu sangatlah penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi dalam membuat citra yang baik bagi sebuah perusahaan dan perusahaan juga memiliki karyawan dengan perilaku yang baik pula. Pada masa pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang mengalami penurunan yang sangat drastis, banyak karyawan yang diPHK, bahkan ada beberapa perusahaan yang terpaksa ditutup karena bangkrut. Tetapi PT. Bank Tabungan Negara Ciputat Tetap berdiri dan tetap mempekerjakan karyawan. Perusahaan BUMN ini menarik perhatian bagaimana pemimpin perusahaan ini tetap bisa mengelola dan meningkatkan kualitas perusahaan mereka ditengah pandemi seperti ini, dan bagaimana cara pemimpin mengimplemetasikan kepemimpinannya dalam menciptakan budaya mutu di perusahaan PT. Bank Tabungan Negara Ciputat.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepemimpinan Visioner Dalam Menciptakan Budaya Mutu Di Pt. Bank Tabungan Negara Ciputat”.

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Jenis penelitian kualitatif ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang terdapat oleh orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh penulis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang merupakan metode yang intensif dan teliti tentang pengungkapan latar belakang, status serta dari lingkungan perusahaan antara pemimpin dengan karyawannya. Dengan menggunakan metode ini penulis diharapkan mendapatkan informasi mengenai gambaran pemimpin perusahaan dengan gaya kepemimpinan visioner dalam menciptakan/membangun budaya mutu di perusahaan.

Dalam penelitian ini penulis adalah instrumen paling penting yang berusaha mengungkapkan data secara mendalam dengan dibantu oleh beberapa teknik pengumpulan data lainnya. Selain itu selama penelitian penulis lebih banyak menggunakan pendekatan

antar personal, yang berarti selama proses penelitian penulis lebih banyak kontak atau berinteraksi dengan orang-orang yang ada didalam perusahaan atau di lokasi penelitian. Dengan demikian peneliti dapat lebih leluasa mencari informasi dan mendapatkan data yang lebih terperinci tentang berbagai hal yang diperlukan untuk kepentingan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Proses analisis peneliti atau proses wawancara terhadap narasumber yakni pemimpin dalam hal ini yaitu Priority Manager Banking BTN Cabang Ciputat dan Karyawan-karyawati BTN Cabang Ciputat dan sebelumnya peneliti sudah meminta persetujuan kepada para informan yang bersangkutan. Untuk mengetahui sejauh mana analisis tentang analisis rekrutmen karyawan. Dapat dilihat dari jawaban yang diuraikan oleh para narasumber dan informan sebagai berikut:

1. Bagaimana SOP yang berlaku di Bank Tabungan Negara Cabang Ciputat? Bpk Dedi Kurniadi (Informan 1) selaku Priority Manager Banking BTN Cabang Ciputat Menjawab:

“SOP yang berlaku di PT Bank BTN Cabang Ciputat masing Karywan mempunyai Deskripsi tugas masing-masing baik karyawan maupun pimpinan. Sejauh ini baik karyawan maupun pimpinan sudah melakukan pekerjaannya sesuai dengan SOP yang berlaku” (9/02/2022)

Adapun SOP tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sub Branch Manager

Adapun deskripsi tugas seorang Sub Branch Manager adalah sebagai berikut:

- 1) Terlaksananya ketentuan-ketentuan yang menyangkut operasional bank di Sub Branch Office baik ketentuan intern dan ekstern.
- 2) Tercapainya standar pelayanan, operasional dan administrasi di Sub Branch Office.
- 3) Terlaksananya proses Open dan Close Branch di Sub Branch Office.
- 4) Terjaganya likuiditas harian di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Terciptanya dukungan kepada Branch Office dalam rangka pencapaian target dana, kredit, feebased dan peningkatan

penggunaan fitur produk.

- 6) Terselenggaranya proses pemberian kredit di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - 7) Terselenggaranya pembinaan, pengembangan, dan penilaian pegawai di Sub Branch Office.
- b. Operation Staff

Adapun deskripsi tugas seorang Operation Staff adalah sebagai berikut;65

1. Terlaksananya fungsi transaksi processing di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Terlaksananya fungsi general branch administration di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Terlaksananya fungsi loan administration di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Terlaksananya fungsi accounting & control di Sub Branch Office sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. Financing Service

Adapun deskripsi tugas seorang Financing Service adalah sebagai berikut:

1. Pemberian layanan formasi yang berkaitan dengan kredit secara berkualitas.
2. Pendokumentasian aplikasi kredit consumer
3. Kelengkapan berkas dan data serta dokumen untuk realisasi kredit.
4. Pelaksanaan realisasi kredit sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Pelaksanaan permohonan pemrosesan pencairan kredit sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
6. Pendokumentasian kelengkapan data aplikasi pada sistem sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
7. Kelengkapan data dan kebenaran data aplikasi kredit pada sistem.

d. Customer Service

Adapun deskripsi tugas seorang Customer Service adalah sebagai berikut:

1. Akurasi dan kelengkapan data master statis seluruh aplikasi loket.
2. Terlaksananya pemantauan rekening dan transaksi

- nasabah yang mencurigakan.
3. Terlaksananya pencetakan laporan akhir hari.
 4. Terlaksananya pembuatan pelaporan baik kepada Kantor Pusat maupun atasan di Kantor Cabang.
 5. Terlaksananya pelayanan produk dana dan jasa Bank.
 6. Terlaksananya pemberian informasi PPh bunga produk dana
 7. Terlaksananya pelayanan pencetakan R/K (eksternal) KPR dan non KPR.
 8. Terlaksananya pendebetn buku tabungan.
 9. Terlaksananya maintenance kepada nasabah.
 10. Terlaksananya monitoring atas update rate counter dan ketersediaan brosur.
 11. Terlaksananya pemeliharaan aplikasi nasabah dana dan feebase.
 12. Terlaksananya prinsip Mengenal Nasabah.
- e. Teller Service
- Adapun deskripsi tugas seorang Teller Service adalah sebagai berikut:
1. Tersedianya layanan transaksi loket (tunai dan non tunai) yang sesuai dengan standar pelayanan front liner.
 2. Terselenggaranya penerapan Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (PPT).
 3. Kesesuaian antara fisik uang, bukti dasar transaksi dan hasil entry transaksi.
 4. Terbebasnya kas dari uang palsu/tidak sah.
 5. Terselenggaranya administrasi transaksi loket (tunai dan non tunai).
2. Bagaimana Tahapan dalam proses Penigkatan Mutu Pada Bank BTN Cabang Ciputat?
- Wawancara Pada Bapak Rio (informan 2) Selaku Staff Operation BTN Cabang Ciputat? “Dalam proses peningkatan mutu itu sendiri harus sesuai dengan visi dan misi Bank BTN maka kami pun selaku dibekali baik dengan training maupun seminar-seminar yang dilakukan oleh Bank BTN untuk meningkatkan mutu Bank BTN, Baik Itu Mutu dalam Pelayanan maupun Mutu dari program maupun produk dari Bank BTN Cabang Ciputat”.

(9/02/2022)

3. Kesulitan apa yang ada dalam proses peningkatan mutu pada Bank Tabungan Negara Cabang Ciputat?

Wawancara pada Saudari Riny (informan 3) Selaku Customer Service Cabang Ciputat, menjawab: “Biasanya untuk kesulitan itu sendiri tergantung dari masing- masing karyawan, dalam hal ini ada beberapa karyawan yang belum mehamahami baik itu dari visi misi dan tujuan perusahaan, maupun tidak mengertinya sop dari karywan tersebut atau mungkin karena masih karyawan baru yang masih butuh training. Disitu kadang kendalanya dari masing-masing karyawan”.

(10/02/2022) Saudara Indra (informan 4) Selaku Operation Staff, menjawab:

“Yah masing2 karyawan punya kendala masing-masing. Baik itu tidak sesuai SOP atau masih kurangnya pengetahuan mereka tentang perbankan. Makanya masing dibutuhkannya training dan seminar- seminar perbankan yang di adakan Bank BTN Cabang Ciputat.”

(10/02/2022)

Bapak Dedi (informan 1) Selaku manager menjawab:

“ Adakalaya setiap karaywan ada saja tidak mengetahui SOP mereka sehingga tiu menjadi kendala bagi kami dalam meningkatkan mutu baik itu mutu pelayanan maupun mutu pada produk dari Bank BTN khususnya cabang ciputat, untuk mendukung itu kami biasanya melakukan training bagi karyawan baru maupun karyawan lama, serta diadakan seminar rutin untuk memperluas pengetahuan bagi karyawan. (11/02/2022)”

4. Bagaimana cara mempertahankan Budaya Mutu Pada Bank Tabungan Negara Cabang Ciputat?

Bapak Dedi (informan 1) Selaku manager menjawab: “untuk mempertahankan mutu pelayanan bank BTN maka setiap karyawan selalu diberikan pengarahan –pengarahan sebelum bekerja agar dapat memebrikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabah, untuk menambah wawasan para karyawan kami mengadakan seminar –seminar atau event rutin pada BTN KCP Ciputat”.

(11/02/2022).

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dijabarkan di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan SOP Pada PT. Bank BTN Cabang Ciputat, dari beberapa karyawan masih ada yang belum memahami dan menjalankan belum sesuai dengan prosedur atau SOP masing-masing karyawan sesuai dengan jabatan masing-masing. Untuk meningkatkan budaya mutu, terutama untuk pelayanan setiap karyawan masih harus diberi pengarahan sebelum bekerja, kemudian untuk mempertahankan mutu peningkatan pada Bank BTN KCP Ciputat, perusahaan mempunyai program yaitu:

1. Memberikan training kepada karyawan baru
2. Mengadakan seminar dan event rutin Bank BTN KCP Ciputat untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan tentang perbankan dan produk Bank BTN.

B. SARAN

Berdasarkan fakta dan bukti pada penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. selalu memberikan pengarahan rutin kepada karyawan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah untuk meningkatkan mutu pelayanan.
2. Diharapkan kepada pimpinan perusahaan untuk memberikan pemahaman kepada para karyawan tentang SOP masing-masing karyawan agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur perusahaan sehingga dapat menjalankan visi dan misi perusahaan.
3. Diharapkan kepada perusahaan agar selalu mengadakan seminar rutin dan event rutin yang lebih berbobot dan menyenangkan untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan karyawan khususnya pengetahuan tentang perbankan untuk meningkatkan mutu produk bank BTN.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Husni. (2012). *Pengertian Belajar dari Berbagai Sumber (Belajar dan Pembelajaran)*. Bandung: ALFABETA.
- Andrian, Irianto. (2011). *Panduan Pengembangan Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Andi Supangat. (2010). *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Non parametrik*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

- Anwar Prabu Mangkunegara. (2015). *Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Cetakan kedua belas. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Athoillah, Anton. (2013). *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Donni, Junni, Priansa. (2014). *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- EdiSutrisno. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, edisi ke-9. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Fahmi, irham. (2016). *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- George, J., M., G., R., Jones. (2013). *2002 dalam Riniwati, Memahami dan Mengelola Organisasi Tingkah laku*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gjarati, DN. (2012). *Dasar-dasar Ekonomi, Terjemahan Mangunsong R.,C,C* Jakarta: Salemba Empat, buku 2, Edisi 5.
- Handoko, T. Hani. 2017. *Manajemen Personalialia & Sumberdaya Manusia*. BPFE. Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Istijanto, 2016. *Riset Sumber Daya Manusia*. PT Gramedia Pustaka utama. Jakarta Kartini, Kartono. (2011). *Pemimpinan Dan Kepimimpinan*. Jakarta: PT., Raja Grafindo Persada.
- R. Terry George. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Kencana Hermowo Namoda.
- R. Terry George. *Dalam Kartini Kartono*. (2010). *Pemimpin Dan Kepimimpinan*, Edisi Pertama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Zainal, Veithzal dkk. (2014). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Riduwan. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Setiawan B., A & Muhith. (2013). *Transformational Leadership Ilustrasi di Banding Organisasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV., Alfabeta.
- Sutrisno, Edy. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana.
- Sutikno, sobry M. (2014). *Pemimpin dan Gaya Kepemimpinan, Edisi Pertama Lombok: Holiatik*.
- Suwatno, & Tjutju, Yuniarsih. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Thoa, Miftah. (2013). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT., Raja Grafindo Persada.
- Thoha, Miftah. (2014). *Manajemen Kepegawaian Sipil Di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Verthzal. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Edisi keenam*. Depok: PT., Raja Grafindo Persada.
- Zameer, H., Ali, S., Nisar, W., Amir, M. (2014). *Dampak Motivasi terhadap Kinerja Karyawan di Industri Minuman Pakistan*. *Jurnal Internasional Penelitian Akademik di bidang Akuntansi, Keuangan dan Ilmu Manajemen*.



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIPA PVC PADA PT LJM

Nurmin Arianto

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

dosen01118@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pipa PVC. Dalam penelitian ini, digunakan 99 sampel yang hitung berdasarkan rumus Slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PVC. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,630 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,050$). Hasil penelitian lainnya diketahui bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pipa PVC. Hal ini diketahui dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,124 > 1,985$) dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,050$). Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pipa PVC. Hal ini ditunjukkan dari koefisien Fhitung $> F_{tabel}$ ($242,768 > 3,090$) dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,050$). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions for PVC pipes. In this study, 99 samples were used which were calculated based on the Slovin formula. The data collection method used is a questionnaire with the data analysis method used is multiple regression analysis. The results showed that product quality had a positive and significant effect on PVC purchasing decisions. This is indicated by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($8.630 > 1.985$) with a significance level of < 0.05 ($0.000 < 0.050$). Other research results show that price has a positive and significant effect on purchasing decisions for PVC pipes. It is known from the value of $t_{count} > t_{table}$ ($6.124 > 1.985$) with a significance level of < 0.05 ($0.000 < 0.050$). Simultaneously, product quality and price have a significant effect on purchasing decisions for PVC pipes. This is indicated by the coefficient $F_{count} > F_{table}$ ($242.768 > 3.090$) with a significance level of < 0.05 ($0.000 < 0.050$). The results of this study prove that several factors that influence purchasing decisions are product quality and price.

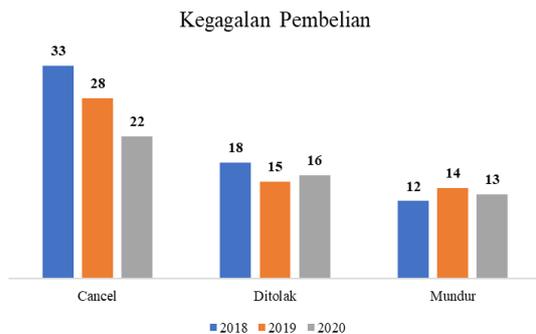
Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada saat ini di negara Indonesia yang semakin banyaknya persaingan dalam perkembangan pembangunan, seperti dalam meningkatnya penggunaan pipa PVC (Polyvinyl Chloride). Untuk saat ini persaingan yang semakin ketat khususnya pada dunia penjaam pipa PVC dikarenakan produk tersebut termasuk suatu produk yang sangat dibutuhkan pada masyarakat contohnya seperti dalam pembangunan. Memang tidak mudah untuk menjadi yang terbaik

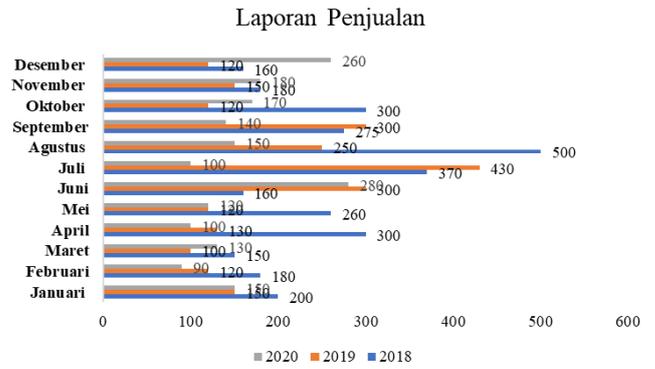
dalam dunia bisnis, selain dalam penyediaan harga yang diinginkan dan kualitas produk juga merupakan suatu pertimbangan bagi konsumen tersebut, apalagi indonesia yang tidak hanya terdiri satu pulau saja namun banyak pulau, sehingga setiap ragam dari berbagai pulau yang berbeda atau tidak sama. Perusahaan manufaktur sekarang ini sangat banyak, konsumen akan lebih selektif dalam memilih pipa PVC yang dapat memberikan nilai tambah (value added) lebih tinggi terhadap konsumen itu sendiri. Keputusan

konsumen dalam memilih atau menentukan pipa PVC bukanlah terjadi begitu saja. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. PT LJM sebagai industri manufaktur yang perkembangannya sangat pesat sekarang ini telah menyadari persaingan ini, maka dari itu PT LJM memberikan keyakinan dan harapan kepada Konsumen untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka. Menurut Suharno (2010), menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya, yang berarti bahwa keputusan pembelian merupakan pilihan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan atau bahkan mengkonsumsi dan menggunakan produk tersebut, berikut ini gagal nya keputusan pembelian dilihat dari penjualan yang tidak tercapai:



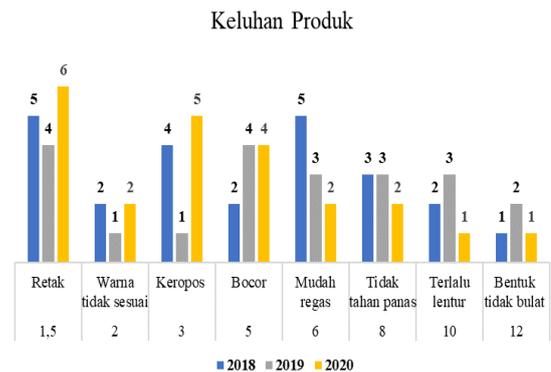
Sumber: Data Konsumen PT LJM, 2018-2020

Berdasarkan data konsumen PT LJM dapat di simpulkan bahwa dari 164 yang datang dan memutuskan untuk membeli bayak yang mengalami kegagalan dalam pembelian seperti adanya cancel, ditolak, mundur. Hal ini yang menyebabkan terjadi nya penurunan pembelian sehingga mempengaruhi penurunan penjualan pada PT LJM, disamping itu PT LJM sudah mengakumulasi laporan penjualan selama tiga tahun terakhir yang mana sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan konsumen selama periode tersebut



Sumber: Laporan Penjualan PT LJM

Dari grafik diatas dapat di simpulkan bahwa penjualan pada PT LJM terus mengalami penurunan disetiap tahun dan bulannya dimana ditahun 2018 memiliki penjualan yang lumayan tinggi dibandingkan dari tahun 2019 dan 2020. Perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk, hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Kotler dan Armstrong (2010) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk juga memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian dimana bahan yang digunakan untuk membangun rumah dan menggunakan bahan yang terbaik dan bagus merupakan salah satu faktor pendukung suatu keputusan pembelian produk.



Sumber: Data Keluahn Konsumen PT LJM

Kualitas produk sangatlah memiliki pengaruh yang cukup tinggi dimana adanya masalah atau komplain dari konsumen pun dapat berpengaruh dengan penjualan Pipa PVC. PT LJM dalam menjual produknya juga memperhatikan harga dengan kualitas produknya. Untuk lebih menarik konsumen dalam beberapa keunggulan pesaing bisnis adalah dari segi harga dan kualitas pada produk. konsumen akan memilih mana kualitas yang terbaik dengan harga yang bervariasi. Hal ini akan menimbulkan adanya persaingan harga dan berbagai kelebihan dengan produk pesaing. Tingkatan harga suatu produk merupakan hal yang penting dalam konsumen menentukan pilihan dalam memilih produk. Berikut merupakan tabel harga yang diberikan oleh PT LJM.

Tabel 1. Perbandingan Harga PT LJM dengan Pesaing

Nama produk	Ukuran	Harga PT LJM	Harga PT Rucika	Harga PT Wavin
Pipa PVC	1.5	Rp. 38.000	Rp. 60.000	Rp. 28.000
Pipa PVC	2	Rp. 52.000	Rp. 76.000	Rp. 40.000
Pipa PVC	3	Rp. 80.000	Rp. 165.000	Rp. 58.000
Pipa PVC	5	Rp. 250.000	Rp. 390.000	Rp. 142.000
Pipa PVC	6	Rp. 350.000	Rp. 560.000	Rp. 184.000
Pipa PVC	8	Rp. 660.000	Rp. 930.000	Rp. 325.000
Pipa PVC	10	Rp. 1.000.000	Rp. 1.325.000	Rp. 630.000
Pipa PVC	12	Rp. 1.250.000	Rp. 1.950.000	Rp. 950.000

Sumber: Daftar Harga PT LJM

Dari tabel tersebut maka harga yang ditawarkan untuk setiap jenis pipa PVC berbeda hal ini pula yang menjadikan konsumen harus dapat memilih jenis pipa PVC dan harga sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya dapat diketahui bahwa untuk setiap harga pipa PVC yang ditawarkan tergantung dari jenisnya dan kualitas produk yang di tawarkan juga berbeda - beda hal ini yang menjadikan pilihan untuk konsumen dalam memilih jenis pipa PVC yang akan di beli, dimana Kotler dan Armstrong (2010) dalam Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karenamemiliki atau menggunakan produk tersebut. Pembuatan pipa PVC adalah satu kegiatan yang dilakukan di PT LJM untuk menompang kebutuhan masyarakat yang

saat ini sangat membutuhkan pipa paralon yang berkualitas bagus dengan harga yang relatif murah dan sesuai yang di butuhkan konsumen. PT LJM merupakan perusahaan manufaktur yang sudah berdiri sejak tahun 1983, perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan manufaktur pipa paralon dimana perusahaan ini harus menghasilkan 10 ton pipa paralon setiap harinya dengan berbagai ukuran pipa yang berbeda. PT LJM Berdiri dikarenakan banyaknya limbah PVC yang bisa di daur ulang menjadi barang yang berguna untuk masyarakat, yang di kelola secara mandiri, seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi yang terjadi di dalam masyarakat dewasa ini dimana banyaknya limbah yang bisa digunakan untuk barang yang bermanfaat dan berguna oleh masyarakat dan menjadikan SDM yang lebih mandiri. Berdasarkan uraian diatas penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pipa PVC pada PT LJM Bogor". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial ataupun simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2010) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Feingenbaum dalam Marwanto (2015), kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan harapan pelanggan. Kotler dan Armstrong (2014), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, perolehan, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin dapat

memuaskan pelanggan. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini menurut Kotler dan Armstrong (2012) menjelaskan bahwa di dalam memenuhi kebutuhan konsumen, ada beberapa indikator kualitas produk yaitu: Kinerja (*Performance*), Daya tahan (*Durability*), Kesesuaian (*Conformance*), Fitur (*Features*), Reliabilitas (*Reliability*), Estetika (*Aesthetics*).

2. Harga

Kotler dan Armstrong (2010) dalam Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Tjiptono (2014), secara sederhana istilah harga dapat diartikan "sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (nonmoneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa". Menurut Swastha (2012) "Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya". Sedangkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini Menurut Kotler dan Armstrong (2014) dalam jurnal Dewi et al (2020), ada empat indikator harga yaitu: Keterjangkauan harga konsumen, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat..

3. Keputusan

Suharno (2010), menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya, yang berarti bahwa keputusan pembelian merupakan pilihan yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan atau bahkan mengkonsumsi dan menggunakan produk tersebut. Tjiptono (2014), Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang di

lakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan adalah kegiatan tersebut. Dan indikator yang digunakan Simamora (2002) dalam Sunanta dan Faisal (2008) indikator keputusan pembelian yaitu: Keputusan tentang jenis produk, Keputusan tentang bentuk produk, Keputusan tentang merek, Keputusan tentang penjualnya, Keputusan tentang jumlah produk.

METODE

Berisi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, target/sasaran, subjek penelitian, prosedur, instrumen dan teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitiannya. target/sasaran, subjek penelitian, prosedur, data dan instrumen, dan teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data serta hal-hal lain yang berkaitan dengan cara penelitiannya. Metode penelitian ditulis dalam bentuk paragraf mengalir (tidak dibuat numbering:

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2021 dan tempat penelitian dimana pada PT LJM yang beralamat di Jl. Raya sudamanik, kampung Sadangan, desa Lumpang, kecamatan Parung Panjang, kabupaten Bogor, Bogor Jawa Barat 16360.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen pada tahun 2018-2022 sebanyak 7.195 dimana diperkecil dengan rumusa Slovin dengan tingkat eror sebesar 10% maka di peroleh jumlah sampel sebanyak 99 responden adapun teknik sampling yang digunakan yaitu menggunakan purposive sampling dengan teknik analisis data yaitu uji instrumen dan uji asumsi klasik, serta analisis regresi dan uji Hipotesis. Didalam pengumpulan data, peneliti menggunakan data primer yang terdiri dari Observasi Non partisipan dan kuisisioner tertutup dengan jawaban menggunakan skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Frekuensi	Presentas
Jenis Kelamin		
Laki-laki	65	66%
Perempuan	34	34%
Usia Responden		
<25 Tahun	8	8%
26-35 Tahun	11	11%
36-45 Tahun	76	77%
46-50 Tahun	4	4%
>50 Tahun	0	0%
Pendidikan		
SLTA Sedarajat	22	22%
Diploma	26	26%
Sarjana (S1)	47	47%
Magister (S2)	4	4%
Doktoral (S3)	0	0%

Sumber : Data primer diolah SPSS

Dari data tersebut maka di ketahui mayoritas dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 65, pada sektor pipa (bangunan) mayoritas didominasi oleh pengusaha/pembeli berjenis kelamin laki-laki. Di luar dari adanya stigma bahwa material bangunan dan pekerjaan terkait diidentifikasi sebagai pekerjaan yang berkaitan erat dengan gender maskulinitas. Hal ini memberikan pemahaman dibalik dominasi laki-laki pada karakteristik responden dalam penelitian ini. Sedangkan dari usia dimana mayoritas yaitu 36-45th hal ini berarti bahwa responden berusia 36-45th mendominasi sampel dalam penelitian ini. Hal in membuktikan mayoritas pengusaha toko material berada pada umur yang telah matang/dewasa, namun masih memiliki jiwa dan semangat yang besar dalam berwirausaha. Usia 36-45 Tahun merupakan usia ideal di mana individu telah matang secara emosional dan finansial dalam berwirausaha. Sehingga, mayoritas pembeli/pelanggan LJM Bogor didominasi oleh reponden berusia 36-45 Tahun. Dari tingkat pendidikan dimana pendidikan terakhir Sarjana (S1) mendominasi sampel penelitian ini. Pendidikan Sarjana (S1) menjadi standar pendidikan terakhir bagi sebagian besar masyarakat, terlebih masyarakat menengah mulai menyadari pentingnya

pendidikan hingga banyak anak-anak muda menargetkan pendidikan terakhirnya sampai tingkat Sarjana (S1). Oleh karena itu, responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh tamatan Sarjana (S1) mengingat sudah cukup meleiknya dunia pendidikan di sebagian besar masyarakat Indonesia

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

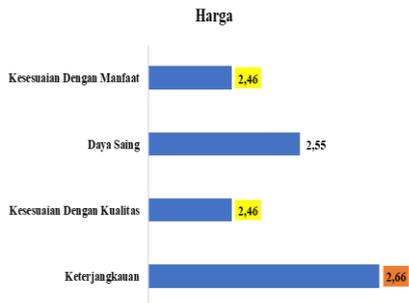
Kualitas Produk



Grafik Kualitas Produk

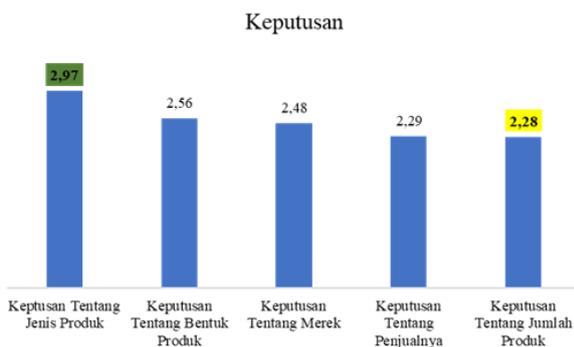
Dari grafik tersebut terlihat jika rata-rata skor kualitas produk yaitu 2,47 hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang di berikan masih tidak baik karena berada diantara 1,80-2,59, hal ini diperkuat dengan rata-rata indikator tertinggi yaitu 2,69 pada kinerja produk dimana produk yang dihasilkan masih kurang baik namun disamping itu masih terdapat skor yang rendah pada indikator kesesuaian diman 2,39 hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang diberikang kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum mendapatkan ukuran pipa yang sesuai dengan keinginan. Kedepannya PT LJM harus memperhatikan kebutuhan konsumen akan pipa PVC dengan berbagai ukuran. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan ukuran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dan hal ini diperkuat juga dengan rata-rata skor tertinggi diatas.





Grafik Harga

Dari grafik tersebut maka diketahui nilai rata-rata indikator variabel harga yaitu 2,53 yaitu jatuh pada kategori 1,80-2,59 hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan masih kurang dimana dibuktikan dengan skor tertinggi pada keterjangkauan yaitu 2,66 bahwa harga yang ditawarkan sudah cukup terjangkau/baik, namun disamping itu masih terdapat skor terendah yaitu 2,46 pada indikator Kesesuaian dengan manfaat dan kualitas, hal ini membuktikan bahwa harga yang ditawarkan masih kurang sesuai dengan manfaat yang diterima dan kualitas yang ditawarkan, karena masih terdapat produk yang rusak ketika diterima konsumen, hal ini sejalan dengan penilaian kualitas produk yang dirasakan konsumen kurang baik.



Grafik Keputusan

Berdasarkan grafik tersebut terlihat skor rata-rata keputusan yaitu 2,51 hal ini berada pada 2,10-3,12 dimana keputusan yang ada tidak baik hal ini diperkuat dengan skor tertinggi pada indikator keputusan tentang keputusan tentang jenis produk, hal ini mendakan masih ada konsumen yang berpikir didalam memilih jenis produk dan disamping itu masih terdapat skor rendah yaitu 2,28 dimana keputusan tentang jumlah produk juga

masih tidak baik, sehingga keputusan konsumen didalam memilih untuk membeli Pipa PVC masih kurang.

Uji Instrumen

Dalam pengujian instrumen penulis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, dimana suatu data dikatakan valid atau reliable jika nilai $r_{hit} > r_{tab}$, berikut hasil pengujianya:

Tabel 3. Uji Instrumen

	Kualitas Produk (X1)			Harga (X2)			Keputusan Pembelian (Y)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0,685	0,198	Valid	0,925	0,198	Valid	0,72	0,198	Valid	
2	0,771	0,198	Valid	0,908	0,198	Valid	0,789	0,198	Valid	
3	0,816	0,198	Valid	0,885	0,198	Valid	0,821	0,198	Valid	
4	0,747	0,198	Valid	0,87	0,198	Valid	0,843	0,198	Valid	
5	0,829	0,198	Valid	0,879	0,198	Valid	0,823	0,198	Valid	
6	0,709	0,198	Valid	0,827	0,198	Valid	0,838	0,198	Valid	
7	0,791	0,198	Valid	0,798	0,198	Valid	0,808	0,198	Valid	
8	0,737	0,198	Valid	0,789	0,198	Valid	0,627	0,198	Valid	
9	0,763	0,198	Valid	0,95	0,6	Reliable	0,748	0,198	Valid	
10	0,757	0,198	Valid				0,547	0,198	Valid	
11	0,818	0,198	Valid				0,917	0,6	Reliable	
12	0,691	0,198	Valid							
Rca	0,933	0,6	Reliable							

Sumber: Data primer diolah SPSS
Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas dan Multikolinieritas)

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas			Uji Multikolinieritas			
		Unstandardi		Tolerance	VIF	
N		99	Variabel	Kualitas	0,399	2,504
Normal	Mean	,00000	Independen	Harga	0,399	2,504
Parameters	Std.	3,7292479				
Most	Absolute	0,097				
Extreme	Positive	0,097				
Differences	Negative	-0,081				
Test Statistic		0,097				
Exact Sig. (2-tailed)		0,287				
Point Probability		,000				

Berdasarkan tabel tersebut maka diketahui untuk uji normalitas dimana diperoleh nilai Sig yaitu 0,287 > 0,05 sehingga data berdistribusi Normal, untuk nilai Multikolinieritas diperoleh nilai Vif < 10,0 dan nilai tolerance > 0,1 maka data bebas terjadi multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 5. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	
	B	Std. Error
(Constant)	2,123	1,133
1 Kualitas Produk	0,489	0,057
Harga	0,419	0,068

Sumber: Data primer diolah SPSS
Dari hasil tersebut maka diperoleh persamaan yaitu:

$y = 2,123 + 0,489X_1 + 0,419X_2 + e$, diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 2,123 dimana tanpa ada variabel kualitas produk dan harga maka keputusan tetap terbentuk 2,123. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan tetap membeli produk Pipa PVC sekalipun kualitas produk dan harga yang ditawarkan kurang terjangkau, karena pada kenyataannya konsumen membutuhkan Pipa tersebut. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan dimana nilai koefisien yaitu 0,489 hal ini menandakan bahwa apabila kualitas produk meningkat satu satuan maka keputusan juga akan meningkat dengan asumsi harga yang ditawarkan tetap. Disamping itu harga juga memiliki pengaruh yang positif dimana nilai koefisien yaitu 0,419 dimana jika harga yang ditawarkan meningkat maka keputusan juga akan meningkat dengan asumsi kualitas produknya tetap.

Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 6. Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square (R ²)
Keputusan Pembelian	0,914 ^a	,835

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel tersebut maka diketahui nilai R yaitu 0,914 hal ini menandakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki hubungan yang sangat kuat karena 0,914 berada diantara 0,800-1,00. Sedangkan dari nilai R Square diperoleh hasil 0,835 hal ini menandakan bahwa kualitas produk dan harga memiliki kontribusi sebesar 83,5% terhadap keputusan sedangkan sisanya 16,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,123	1,133		1,873	0,064
1 Kualitas Pelayanan	0,489	0,057	0,566	8,630	,000
Harga	0,419	0,068	0,402	6,124	,000

Sumber: Data primer diolah SPSS

1. Pengaruh Kualitas Produk (x1) terhadap Keputusan Pembelian (y)

Hasil uji parsial (uji t) untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai thitung > ttabel (8,630 > 1,985) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Dengan demikian, H0 : $\rho_1 = 0$ ditolak dan H1 : $\rho_1 \neq 0$ diterima yang menyatakan ‘terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara parsial pada PT LJM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gain, Hardinata, dan Sienatra (2017), Darajat, Kurniati, dan Krisdianto (2021), serta Septiani dan Prambudi (2021).

2. Pengaruh harga (x2) terhadap keputusan pembelian (y)

Hasil uji parsial (uji t) untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian diketahui nilai nilai thitung > ttabel (6,124 > 1,985) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Dengan demikian, H0 : $\rho_2 = 0$ ditolak dan H1 : $\rho_2 \neq 0$ diterima yang menyatakan ‘terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial pada PT LJM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gain, Hardinata, dan Sienatra (2017), Darajat, Kurniati, dan Krisdianto (2021), serta Septiani dan Prambudi (2021).

Uji Hipotesis (Uji F)

Tabel 8. Uji Hipotesis (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6893,17	2	3446,58	242,768	,000 ^b
Residual	1362,91	96	14,197		
Total	8256,08	98			

Sumber: Data primer diolah SPSS

Diketahui koefisien Fhitung > Ftabel (242,768 > 3,090) dengan tingkat signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,050). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, ‘terdapat pengaruh simultan yang signifikan antara Kualitas Produk

dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial pada PT LJM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gain, Hardinata, dan Sienatra (2017), Darajat, Kurniati, dan Krisdianto (2021), serta Septiani dan Prambudi (2021).

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah di jalankan maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan baik secara parsial ataupun simultan. Hal ini dilihat dari hasil uji hipotesis baik secara parsial ataupun simultan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terjadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3).
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98-107.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(2), 143-154.
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194-203.
- Arianto, Nurmin. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 3.2 (2020): 12-22.
- Basu Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta
- Bilson, Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America : Pearson
- Kotler, Philip, dkk. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 2th Edition. Pearson Education Limited. United Kingdom
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Suharno. 2010. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SONG FA BAK KUT TEH CABANG BINTARO TANGERANG SELATAN

^{1*}Jasmani, ²H. Hastono, ³Mahnun Mas'Adi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01770@unpam.ac.id](mailto:dosen01770@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro Tangerang Selatan.

Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 46,6%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($9,240 > 1,984$). Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 39,0%, uji hipotesis diperoleh t hitung $>$ t tabel atau ($7,914 > 1,984$). Kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 52,0%, uji hipotesis diperoleh F hitung $>$ F tabel atau ($52,477 > 2,700$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality and promotion on purchasing decisions at Song Fa Bak Kut Teh Branch Bintaro South Tangerang.

The method used is explanatory research with analytical techniques using statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing.

The results of this study that the quality of service has a significant effect on purchasing decisions by 46.6%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($9.240 > 1.984$). Promotion has a significant effect on purchasing decisions by 39.0%, hypothesis testing is obtained t count $>$ t table or ($7,914 > 1,984$). Service quality and promotion simultaneously have a significant effect on purchasing decisions by 52.0%, hypothesis testing is obtained F count $>$ F table or ($52.477 > 2,700$).

Keywords: Service Quality, Promotion, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu dari beberapa negara berkembang yang sedang membangun tatanan perekonomiannya, dimana penggerak perekonomian Indonesia selain dari agraris dan manufaktur, ada sektor lain yang ikut meramaikan roda perekonomian Indonesia yaitu sektor tersebut adalah restoran. Awalnya restoran di Indonesia dikuasai oleh beberapa pemain ternama yang sudah lama berkecimpung dalam usaha ini dan sebagian besar adalah *fast food* dan *junk food*, seperti: McDonald's, KFC, A & W, Toko Oen, Bunga Rampai adalah beberapa nama yang telah menguasai

jagad eceran Indonesia. Dan kini Indonesia sudah berkembang memiliki beberapa restoran ternama, ada yang berasal dari Korea, Jepang, China, dan juga Singapura.

Song Fa Bak Kut Teh merupakan restoran yang berasal dari Singapura yang sudah beroperasi di beberapa negara dan salah satunya ada di Indonesia bahkan di beberapa kota di Indonesia. Salah satu menu andalan dari Song Fa Bak Kut Teh adalah Pork Ribs Soup yang disajikan dengan sup beraroma rempah, bawang putih dan lada. Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro sebagai bagian dari pelaku industri kuliner / restoran harus tetap berpedoman pada standar kualitas yang tinggi sebagai bagian dari upaya mencapai

tujuan perusahaan.

Bak Kut Teh adalah sup daging babi yang bertulang (biasanya daging iga) dimasak dengan rempah-rempah dan bahan tambahan. Rempah yang digunakan antara lain kayu manis, lada, asam kandis, cengkeh, dang gui, ang co dan berbagai obat-obat Tionghoa. Menurut sejarah dari salah satu versi, bak kut teh diciptakan awal abad ke 20. Makanan ini merupakan makanan kuli pelabuhan. Daging yang dipakai adalah daging bertulang yang merupakan sisa penjualan daging. Sup daging ini dimasak dengan berbagai rempah dan obat-obatan sebagai tonik dengan harga yang terjangkau oleh para kuli kasar itu. Untuk menyempurnakan makan, terdapat beberapa pilihan menu lainnya yang sangat beragam. Salah satunya adalah Braised Pork Belly (*hong shao rou*) atau "*red cooked pork*" adalah hidangan samcan babi yang empuk, lembut dan rasa manis yang sangat seimbang. Tanpa harus bersusah payah menggigit, samcan akan langsung meluncur ke dalam perut.

Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro sejak awal berdiri memiliki tekad dalam memaksimalkan pelayanan dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualannya serta mampu menarik konsumen untuk datang ke restoran siap saji ini. Terkait dengan hasil penjualan di Song Fa Bak Kut Teh Cabang *Bintaro* menunjukkan hasil penjualan yang kurang optimal dan cenderung menurun.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu aspek internal perusahaan yang sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Aspek inilah yang penulis duga juga menjadi penyebab dari menurunnya penjualan maupun berkurangnya jumlah pembeli di Song Fa Bak Kut Teh Cabang *Bintaro*. Pihak manajemen seharusnya mampu memberikan pelayanan yang lebih baik mengingat pelayanan langsung dapat dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka

terima dan akan tersimpan dalam benak mereka. Konsumen akan beralih ke restoran lain yang lebih mampu memberikan apa yang konsumen perlukan termasuk pelayanan yang baik.

Sangat penting perusahaan mampu menciptakan kenyamanan konsumen dalam berbelanja sehingga mengurangi jumlah *complaint* keluhan konsumen mengenai pemberian informasi yang kurang akurat, penampilan karyawan yang kurang tepat, sarana prasarana, produk yang cacat serta tingkat kecepatan pelayanan semakin meningkat. Hal ini sangat kontradiktif antara pelayanan yang diterima konsumen dengan harapan konsumen.

Song Fa Bak Kut Teh Cabang *Bintaro* sebagai restoran yang menyediakan berbagai jenis produk makanan dituntut memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada konsumen mengingat kualitas pelayanan dipandang sebagai tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. Hal ini berarti bahwa layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (layanan) sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen. Hal ini selaras dengan pendapat Lupiyohadi (2016:199) menegaskan bahwa "Kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap keputusan pembelian, yaitu pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap keputusan pembelian daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen". Dengan demikian kualitas pelayanan sudah menjadi keharusan bagi pelaku usaha agar memiliki pegawai/karyawan yang mampu mengimplementasikan tujuan perusahaan dengan memberikan layanan yang terbaik bagi konsumennya.

Kemudian kemampuan untuk memberikan layanan yang cepat dan memuaskan namun yang terjadi sering konsumen mengantri dikasir yang

waktunya lama. Disamping itu juga jaminan bahwa petugas alfamart seharusnya memiliki cukup kemampuan dan sopan dalam melayanai namun sering petugas berperilaku judes maupun cuek. Petugas juga seharusnya memiliki kemampuan untuk membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan kosumen termasuk cara dalam menangani komplain, namun banyak penanganan komplain yang kurang memberikan solusi bagi konsumen.

Promosi sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka memperkenalkan produk sehingga konsumen tertarik melakukan pembelian. Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro sampai saat ini kurang dalam hal mempromosikan suatu produknya, promosi yang dilakukan hanya mengandalkan promo event untuk mengenalkan suatu produknya, sehingga belum memperlihatkan ciri khas pedesaan karena adanya gazebo-gazebo di Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro yang menambah suasana alam pedesaan semakin nyata dan berbeda dari cafe and resto lainnya. Dengan banyaknya potensi yang dimiliki oleh Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro, seharusnya mampu untuk merancang media promosi yang membuat beda dari pesaingnya, yaitu dengan menonjolkan ciri khas pedesaan dan menambah inovasi baru dengan menambah resep makan di salah satu media promosi seperti brosur, sehingga terlihat berbeda dari lainnya.

Keberhasilan konsep pemasaran suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memasuki era kompetisi. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan suatu produk yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, *advertising, sales promotion, personal selling, public relation, direct marketing* agar calon konsumen lebih mengenal, memahami, serta simpati

terhadap produk yang ditawarkan. Promosi dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk agar dapat membujuk calon pembeli. Oleh sebab itu manajer pemasaran harus memilih bentuk promosi yang tepat dan terpadu agar menghasilkan efek domino sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Adapun promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan masih sangat kurang. Strategi pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan beberapa konsumen dapat dikatakan kurang berhasil karena konsumen yang percaya terhadap produk-produk yang ditawarkan dan belum sepenuhnya di terima oleh konsumen dan hal ini mempengaruhi jumlah konsumen.

Berdasarkan latar belakang seperti yang dipaparkan pada latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Song Fa Bak Kut Teh Cabang Bintaro Tangerang Selatan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2019) menyatakan bahwa "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Terdapat 5 (lima) indikator kualitas pelayanan antara lain: *Tangible* (Bukti langsung), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (Responsif), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati).

2. Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2019) berpendapat "Promosi adalah ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya". Adapun indikator

promosi antara lain: *Advertising* (periklanan), *Personal selling* (penjualan pribadi), *Sales Promotion* (promosi penjualan), *Public Relations* (publisitas), *Direct Marketing* (pemasaran langsung).

3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2019) berpendapat “perilaku konsumen merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen. Kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”. Adapun indikator keputusan pembelian meliputi sebagai berikut: Tujuan dalam membeli produk, Proses perolehan informasi, Kemantapan pada produk, Keputusan Pembelian, Perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 26.7425 responden Song Fa

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan(X1)	100	31	48	37.73	3.926
Promosi (X2)	100	31	44	37.73	3.570
Keputusan Pembelian (Y)	100	32	46	38.65	3.483
Valid N (listwise)	100				

Kualitas pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 48 dengan *mean score* sebesar 37,73 dengan standar deviasi 3,926.

Promosi diperoleh *varians* minimum sebesar 31 dan *varians maximum* 44 dengan *mean score* sebesar 37,73 dengan standar deviasi 3,570.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 32 dan *varians maximum* 46 dengan *mean score* sebesar 38,65 dengan standar deviasi 3,483.

Bak Kut Teh Cabang Bintaro Tangerang Selatan.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum, *mean score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

2. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.247	2.741		4.103	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.425	.083	.479	5.120	.000
Promosi (X2)	.302	.091	.309	3.306	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 11,247 + 0,425X1 + 0,302X2$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 11,247 diartikan jika kualitas pelayanan dan promosi tidak ada atau konstan, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 11,247 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,425, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,425 maka keputusan pembelian juga akan mengalami

peningkatan sebesar 0,425 point.

- 3) Koefisien regresi promosi sebesar 0,302, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan promosi sebesar 0,302 maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,302 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.
Correlations^b

		Kualitas Pelayanan (X1)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,682 artinya kualitas pelayanan memiliki

hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.
Correlations^b

		Promosi (X2)	Keputusan Pembelian (Y)
Promosi (X2)	Pearson Correlation	1	.624**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=100

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,624 artinya promosi memiliki hubungan

yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.510	2.438

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,721 artinya kualitas pelayanan dan promosi secara simultan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

c. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.466	.460	2.559

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,466 artinya kualitas pelayanan

memiliki kontribusi pengaruh sebesar 46,6% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.390	.384	2.734

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,390 artinya promosi memiliki

kontribusi pengaruh sebesar 39,0% terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.510	2.438

a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,520 artinya kualitas pelayanan dan promosi secara simultan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 52,0% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 48,0% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis parsial mana yang diterima. Hipotesis pertama: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	15.811	2.485		6.363	.000
Kualitas Pelayanan (X1)	.605	.066	.682	9.240	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,240 > 1,984), hal ini juga diperkuat dengan sig 0,000 < 0,05, dengan demikian

hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	15.667	2.917		5.371	.000
Promosi (X2)	.609	.077	.624	7.914	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,914 > 1,984), hal ini juga diperkuat dengan sig 0,000 < 0,05, dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui hipotesis simultan yang mana yang diterima.

Hipotesis ketiga Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	624.019	2	312.009	52.477	.000 ^b
	Residual	576.731	97	5.946		
	Total	1200.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,477 > 2,700), hal ini juga diperkuat dengan sig 0,000 < 0,05, dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan

pembelian diterima.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,682 atau memiliki hubungan yang

kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,6%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,240 > 1,984). Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diterima.

2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan korelasi sebesar 0,624 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,0%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,914 > 1,984). Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 11,247 + 0,425X_1 + 0,302X_2$, nilai korelasi sebesar 0,721 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 52,0% sedangkan sisanya sebesar 48,0% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,477 > 2,700). Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

a. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 46,6%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,240 > 1,984).

b. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 39,0%. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,914 > 1,984).

c. Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi pengaruh sebesar 52,0% sedangkan sisanya sebesar 48,0% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (52,477 > 2,700).

2. Saran

a. Perusahaan harus melengkapi fasilitas yang digunakan baik terkait sarana pelayanan maupun petunjuk dalam rak dalam toko atau susunan barang sehingga konsumen dengan cepat mendapatkan barang yang diinginkan.

b. Perusahaan harus mampu memanfaatkan media yang tepat guna memberikan informasi kepada konsumen sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.

c. Perusahaan harus mampu memberikan kesan yang baik sehingga karyawan berniat kembali membeli karena memiliki pengalaman yang menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Edi Sutrisno (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

- Griffin R.W., & Ronald, J.E. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja
- Handoko (2016) *Manajemen Personalia dan*
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Keller dan Amstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Kevin Keller dan Amstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *"Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online"*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Kotler (2016) *"Manajemen Pemasaran"*. Edisi Keempat belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyadi, Rambat (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa* edisi 2 , Jakarta : Salemba Empat.
- Mani, J. (2017). *Pengaruh Persepsi Merek Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFPE.
- Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Bisma Narendra Cabang Bintaro Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri*, 1(2), 187-206.
- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). *Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang*. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258.
- Santoso, Singgih (2015). *"Menguasai Statistik Multivariat"*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sinamo, J. (2011). *Delapan Etos Pelayanan Profesional*. Jakarta: Institut
- Sudjana (2014) *"Metode Statistika"*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *"Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D"*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *"Metode Riset Pemasaran"*. Bandung: Alfabeta.



PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, KOMITMEN ORGANISASI DAN INDEPENDENSI TERHADAP KUALITAS AUDIT

^{1*}Betania Aritonang, ²Hisar Pangaribuan

Universitas Advent Indonesia, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

betaniaaritonang26@gmail.com, pangabhsr@gmail.com

Abstrak

Laporan keuangan ialah hasil akhir dari proses pencatatan akuntansi pada periode tertentu guna mengetahui pendapatan usaha, posisi keuangan, serta menjadi acuan dalam memilih keputusan bagi pihak yang bersangkutan (Kusumawardani & Riduwan, 2017). Sudah menjadi keharusan bagi para auditor untuk memberikan jaminan atas laporan yang disajikan melalui opini atau pernyataan dalam laporan auditor, melalui proses inilah terbentuk adanya kualitas audit. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional, komitmen organisasi, dan independensi terhadap kualitas audit pada KAP di wilayah Jakarta. Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan bantuan kuesioner yang diukur dengan *skala likert*. Peneliti juga menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 25 untuk menguji analisis masing-masing variabel dan menjawab semua hipotesis antar variabel. Penelitian ini menghasilkan bahwa kecerdasan emosional dan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit. Sementara itu, independensi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kualitas audit.

Kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Komitmen Organisasi, Independensi, Kualitas Audit

Abstract

Financial reports are the final result of the accounting recording process for a certain period in order to find out operating income, financial position, and become a reference in making decisions for the parties concerned. (Kusumawardani & Riduwan, 2017). It is imperative for auditors to provide assurance on reports presented through opinions or statements in the auditor's report, through this process the existence of audit quality is formed. The purpose of this study was to determine the effect of emotional intelligence, organizational commitment, and independence on audit quality at KAP in the Jakarta area. In collecting data the researchers used the help of a questionnaire which was measured by a Likert scale. The researcher also used multiple linear regression with SPSS 25 to test the analysis of each variable and answer all hypotheses between variables. This study results that emotional intelligence and organizational commitment have a positive and significant effect on audit quality. Meanwhile, independence has a negative and insignificant effect on audit quality.

Keyword: Emotional Intelligence, Organization Commitment, Independence, Audit Quality

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya tingkat perekonomian di dunia saat ini, tentu menjadi pemicu terjadinya persaingan antara pelaksana bisnis. Akibatnya, tidak sedikit perusahaan berambisi untuk menyajikan laporan keuangan yang informatif serta akurat, sehingga mampu meningkatkan kualitas audit perusahaan. Laporan keuangan ialah puncak hasil dari proses pencatatan akuntansi pada periode tertentu guna mengetahui pendapatan usaha, posisi keuangan, serta menjadi acuan dalam memilih keputusan bagi

pihak yang bersangkutan. (Kusumawardani & Riduwan, 2017). Laporan keuangan inilah yang membuktikan citra baik perusahaan dan menjadi daya tarik bagi para investor. *Financial Accounting Standards Boards* (FASB) menyatakan bahwa, dalam laporan keuangan harus tercantum dua karakteristik utama yaitu dapat diandalkan (*reliable*) dan relevan (*relevance*). Oleh karena itu, peran akuntan publik sangat diperlukan untuk meyakinkan dan memastikan bahwa dalam laporan keuangan tersebut sudah

sesuai dengan kedua karakteristik FASB melalui proses pemeriksaan atau pengauditan. Auditing merupakan teknik sistematis dalam mendapatkan bukti secara faktual tentang pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan ekonomi demi memastikan tidak terdapat bias antara pernyataan tersebut dengan tolok ukur yang ada (Khairat, 2017).

Akuntan publik adalah profesi yang mencakup pada dasar kepercayaan masyarakat, perannya sebagai pihak ketiga sangat dibutuhkan oleh pemakai informasi. Dan sudah menjadi keharusan bagi mereka untuk memberikan jaminan atas laporan yang diterbitkan oleh manajemen, dalam laporan auditor melalui opini atau pernyataan. Laporan inilah yang menjadi kepentingan dalam memilih keputusan dari pihak internal ataupun pihak eksternal. Oleh sebab itu, akuntan publik wajib membuktikan bahwa hasil audit yang telah disajikan dan dianggap berkualitas memang benar-benar berkualitas agar hasil laporan audit tersebut berkualitas pula (Aziz, 2018). Jika hasil sebaliknya terjadi yaitu, penurunan terhadap kualitas audit maka akan berdampak juga pada turunnya kepercayaan publik. Dengan adanya kantor akuntan publik, pelayanan jasa akuntan dan informasi terpercaya yang dibutuhkan oleh perusahaan atau investor akan dapat terpenuhi.

Kantor Akuntan Publik ialah badan usaha yang telah memiliki lisensi oleh menteri keuangan, serta memiliki otoritas dalam pengawasan terhadap para auditor yang bertugas demi menyajikan jasa audit yang dapat dipercaya dan berkualitas. Setiap KAP berusaha memiliki auditor-auditor profesional melalui uji ekstensif untuk mengenal kepribadian dan intelektualnya. Kepercayaan dan komitmen adalah konsekuensi dari loyalitas. Karena pada faktanya, profesi akuntan berakhir pada loyalitas (Syamsyuri, 2020). Seorang akuntan publik dituntut berperilaku profesional, agar hasil audit laporan keuangan dapat diandalkan.

Tidak sedikit KAP yang menyediakan berbagai auditor profesional. Selain untuk kepentingan reputasi kantor, penting bagi KAP untuk menjaga kredibilitas dan kualitas audit yang disajikan meyakinkan.

Salah satu kasus di Indonesia yang membuktikan bahwa betapa pentingnya menjaga kualitas audit yaitu, kasus Kantor akuntan publik (KAP) Purwanto, Suherman & Surja atau lebih dikenal dengan Ernst & Young's (EY). Pada tanggal 9 Februari 2017, sepakat mengumumkan EY tersebut wajib membayar denda sekitar Rp. 13,3 miliar rupiah atau sebesar US\$ 1 juta kepada administrator AS, dikarenakan telah melakukan kesalahan dalam mengaudit laporan keuangan perusahaan telekomunikasi (ISAT) yang merupakan kliennya. Ditemukannya kasus ini ketika adanya penganalisisan terhadap hasil audit kantor akuntan di Indonesia oleh KAP EY AS. Hasil yang ditemukan yaitu, terdapat data yang tidak akurat pada laporan tower selular ISAT yang banyaknya 4 ribu unit lebih di tahun 2011. Tetapi, opini yang diberikan ialah status wajar tanpa pengecualian, ini menunjukkan bahwa opini yang diberikan tidak sesuai dengan fakta. Selain memberikan hukuman denda US\$ 1 juta, Badan Pengawas Perusahaan Akuntan Publik Amerika Serikat (PCAOB) juga memberikan sanksi kepada James Randall Leali dengan membayar sebanyak US\$ 10.000 serta tidak diperkenankan praktik kerja selama 5 tahun. Lalu kepada Roy Iman Wirahardja, didenda sebanyak US\$ 20.000 serta tidak diperkenankan praktik kerja selama 1 tahun lamanya. Dikarenakan mereka merupakan kedua auditor yang terlibat langsung atas kejadian ini (Abdul Malik, 2017).

Dari kasus tersebut menunjukkan kelalaian maupun kecurangan yang telah diperbuat oleh auditor mampu menurunkan kualitas audit. Tak hanya berdampak pada KAP yang ditempatinya, tetapi berdampak pula terhadap auditor itu sendiri. Kasus di atas jelas menggambarkan auditor yang masih belum memenuhi karakteristik profesional

dalam mengendalikan emosinya. Jika auditor mempunyai kecerdasan emosional yang baik, pasti ia akan berpikir secara rasional pada perusahaan serta KAP yang dinaunginya, teori ini didukung pula oleh hasil penelitian dari (Syamsyuri, 2020). Seorang auditor tentu berpacu pada standar pemeriksaan dan kode etik profesi ataupun organisasinya, kesalahan dalam pemeriksaan maupun kode etik mampu memberi dampak pada kualitas audit. Oleh karenanya, auditor yang profesional wajib mempertahankan standar pemeriksaan dan kode etik tersebut demi menghasilkan audit yang berkualitas (Mardika & Suartana, 2019). Kasus tersebut juga mencerminkan auditor yang kurang independen, sedangkan seharusnya laporan keuangan wajib diaudit secara independen agar data tersebut sanggup digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang lengkap, akurat, serta tidak subjektif guna mendapatkan kualitas audit (Kusumawardani & Riduwan, 2017). Sikap auditor yang memiliki independensi tentu juga mampu mengaplikasikan kode etik profesi akuntan publik, yang berpengaruh pada kualitas audit (Pangaribuan et al., 2020).

Banyaknya kasus yang terjadi di Indonesia mampu menjadi implikasi kepercayaan publik terhadap kinerja akuntan publik. Namun pada faktanya, hasil audit yang berkualitaslah yang harus diperhatikan karena sangat penting bagi auditor. Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apa saja yang mampu memberikan dampak terhadap kualitas audit. Beragamnya hasil penelitian mengenai kualitas audit juga, mendorong peneliti untuk menyelidiki dan menganalisis lebih dalam akan variabel-variabel yang bersangkutan. Diantaranya hasil penelitian dari (D. Kumala; D. Diskhamarzeweny, 2021) yang mendapatkan hasil yakni kualitas audit tidak dipengaruhi oleh kecerdasan emosional. Dapat dikatakan hasil yang didapat tidak sesuai atau tidak konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya. Maka,

berdasarkan pemaparan di atas peneliti menarik judul “Pengaruh Kecerdasan Emosional, Komitmen Organisasi, dan Independensi terhadap Kualitas Audit”. KAP yang berada di wilayah Jakarta merupakan sumber dari penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Kualitas Audit

Sudah menjadi kewajiban bagi seorang akuntan publik untuk mampu mendeteksi dan melaporkan salah saji terhadap hasil pengauditannya agar berkualitas, tentunya sebagai jaminan yang dimana kualitas tersebut hendak digunakan guna menyamakan keadaan yang sesungguhnya dengan yang sepatutnya. Standar Profesional Akuntan Publik atau disebut dengan SPAP menerangkan bahwa kualitas audit adalah laporan keuangan yang telah diaudit dan dapat disebut berkualitas jika dilakukan secara profesional, dirancang sesuai dengan kriteria akuntansi yang berlaku universal, yaitu sesuai standar auditing serta standar pengelolaan mutu. Pengertian ini juga sejalan dengan Febrianto dan Widiastuty dalam (Ade Nahdiatul Hasanah, 2018) yang menyatakan bahwa, kualitas audit ialah kemungkinan auditor untuk tidak menyajikan laporan keuangan diauditnya dengan opini wajar tanpa pengecualian berisi kekeliruan material. Kualitas audit diukur dari akurasi data yang disajikan oleh auditor, dan dinyatakan bahwa kualitas audit dinilai dari kesanggupan mengurangi penyimpangan/bias, serta mampu melakukan peningkatan keaslian pada bukti akuntansi.

Kecerdasan Emosional dan Kualitas Audit

Kecerdasan emosional adalah hal yang wajib dimiliki seorang auditor dalam meningkatkan juga memastikan kemampuannya untuk menekuni keterampilan dalam mengatur diri, kesadaran diri, empati, motivasi, dan keterampilan membangun relasi dengan

orang lain. Pengendalian emosi merupakan hasil pembelajaran yang didasari oleh kecerdasan emosional sehingga menghasilkan kinerja yang efisien. Menurut Goleman (2015) dalam Saputra (2021) kecerdasan emosional merupakan kesanggupan untuk konsisten dan gigih bertahan saat mengalami masalah yang membuat frustrasi, mengatur sensitivitas (sedih, gembira, marah, dll) serta menjaga beban pikiran agar tidak mengganggu kemampuan dalam berpikir.

Seseorang yang tidak memiliki kecerdasan emosional tidak akan sanggup mengaplikasikan kemampuan kognitifnya sesuai dengan kemampuan yang maksimum. Pengendalian emosi yang benar, mampu meningkatkan pola berpikir auditor dalam mengerjakan audit sehingga hasil audit yang dilakukan pun berkualitas. (Octaviany et al., 2020). Perihal tersebut selaras dengan penelitian (Hehanussa, 2018) dan (Syamsuriana, 2019) yang menerangkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas audit. Sedangkan hasil yang berlainan terdapat pada penelitian (Harjanti, 2017) yang menyatakan untuk mendapatkan hasil kualitas audit yang terbaik maka, auditor harus mempunyai orientasi etika sehingga penelitian tersebut mendapatkan bahwa kualitas audit tidak dipengaruhi oleh kecerdasan emosional secara signifikan.

Melalui uraian yang dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan hipotesis yang dapat diambil ini adalah;

H1: Kecerdasan Emosional berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas audit.

Komitmen Organisasi dan Kualitas Audit

Menurut Arfan Lubis (2011) dalam (Rossita & Sukartha, 2017) definisi dari komitmen organisasi adalah suatu tingkatan seberapa jauh seseorang berpihak terhadap organisasinya dan mempunyai tujuan, misi, pandangan dan nilai-nilai yang sama, serta memiliki niat mempertahankan keanggotaan dalam berorganisasi. Komitmen organisasi juga

dapat diartikan secara umum, sebagai kewajiban ataupun bentuk pengabdian yang mengikat seorang terhadap suatu perbuatan tertentu dalam organisasi. Komitmen Organisasi terdiri dari tiga sikap diantaranya adalah, rasa keikutsertaan dengan tugas organisasi, rasa mengenali dengan tujuan organisasi, serta rasa loyalitas kepada organisasi (Heriawan & Gunawan, 2010). Sikap personal yang dapat mempertahankan keanggotannya terlihat dari kerja kerasnya. Semakin kuat pemahaman serta keterlibatan individu terhadap organisasi dalam berkomitmen, maka diyakini bahwa auditor tersebut mampu menghasilkan kualitas audit yang lebih baik pula (Arfianti, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian (Hehanussa, 2018) yang membuktikan bahwa komitmen organisasi berpengaruh terhadap kualitas audit secara positif dan signifikan. Penelitian (Rossita & Sukartha, 2017), menyatakan bahwa komitmen organisasi dapat berpengaruh terhadap kualitas audit secara positif. Juga hasil yang sama telah diteliti oleh (Maarif et al., 2017) menunjukkan komitmen organisasi dapat mempengaruhi kualitas audit secara signifikan.

Melalui uraian yang dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan hipotesis yang dapat diambil ini adalah;

H2: Komitmen Organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas audit.

Independensi dan Kualitas Audit

Seorang auditor harus memiliki sikap independen, yang artinya sanggup menghindari hubungan-hubungan yang dapat mengganggu psikologis dan kinerja objektif auditor dalam mengerjakan audit. Tiap auditor wajib berperilaku tegas, adil dan dapat dipercaya, tanpa dipengaruhi ataupun keinginan pihak lain sebagai keperluan pribadi. (Hasanah et al., 2020). Menurut (Gyer et al., 2018) Independensi adalah basis dari profesi auditor dimana ia akan berperilaku objektif dan netral terhadap entitas. Dalam standar umum auditing ayat kedua (SPAP IAI, 2011) juga

telah menjelaskan seorang auditor harus mempertahankan independensinya dan tidak berpihak bagi siapapun. (Kusumawardani & Riduwan, 2017) menyatakan, berhasilnya suatu audit terlihat dari hasil pemeriksaan audit yang jujur dan faktual, hal tersebut dapat terjadi dari sikap independensi yang tinggi dari auditor. Auditor yang independen mampu menghasilkan pengauditan berkualitas yang memadai. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian (Mulyani & Munthe, 2019) yang menerangkan bahwa sikap independen terhadap kualitas audit tidak berpengaruh. Penelitian oleh (Mutmainah et al., 2020) juga mendapatkan hasil bahwa independensi memberikan dampak negatif dan tidak signifikan terhadap kualitas audit.

Sedangkan opini peneliti beranggapan bahwa, sangat penting bagi seorang auditor memiliki kejujuran sebagai pertimbangan fakta yang objektif demi menghasilkan audit yang tidak terpengaruh oleh apapun. Teori ini juga dikuatkan oleh (Renaldi & Mawardi, 2021) yang membuktikan bahwa independensi dapat mempengaruhi kualitas audit secara signifikan. Dan hasil independensi memberikan pengaruh positif secara signifikan terhadap kualitas audit telah dibuktikan juga pada penelitian (Bangun et al., 2020).

Melalui uraian yang dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan hipotesis yang dapat diambil ini adalah;

H3: Independensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dimana jenis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Data yang digunakan oleh

peneliti ialah data primer dimana data tersebut tidak melalui perantara melainkan bersumber dari pihak pertama (Saputra et al., 2021). Data tersebut dikumpulkan dengan bantuan kuesioner dan e-kuesioner yang disebar pada tiap Kantor Akuntan Publik yang ditujukan. Setiap Kantor Akuntan Publik yang ditunjuk menerima kuesioner dan e-kuesioner untuk mengumpulkan data. Dan sebagai responden diantaranya, auditor dari 1) KAP Brahtara, Arifin, Mumajad & Sayuti; 2) KAP Amachi Arifin, Mardani & Muliadi 3) KAP Richard Risambessy & Rekan; 4) KAP Doli, Bambang, Sulistiyanto, Dadang & Ali; 5) KAP Agus, Indra, Jeri & Rekan. Penelitian ini menggunakan seluruh responden yang telah menjawab kuesioner sebanyak 50 orang. Peneliti menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 25 untuk menguji analisis masing-masing variabel dan menjawab semua hipotesis antar variabel. Model persamaan regresi penelitian ini:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$$

Sebagai Keterangan:

- Y = Hasil Kualitas Audit
- a = Konstanta
- β_1 - β_2 = koefisien regresi
- x1 = Kecerdasan Emosional
- x2 = Komitmen Organisas
- x3 = Independensi
- e = error of estimation

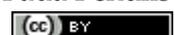
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda ditujukan untuk mengetahui dampak dari kecerdasan emosional, komitmen organisasi, dan independensi terhadap kualitas audit pada Kantor Akuntan Publik di Jakarta.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	16.782	4,255		3,994	0,000
Kecerdasan Emosional	0,395	0,173	0,320	2,278	0,027
Komitmen Organisasi	0,314	0,141	0,302	2,223	0,031
Independensi	-0,421	0,223	-0,272	-1,885	0,066



Sumber: Output spss 25 version, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat ditemukan persamaan regresi antara variabel dependen dimana kecerdasan emosional adalah x_1 , komitmen organisasi adalah x_2 , dan Independensi adalah x_3 maka dapat dibentuk persamaan seperti di bawah ini:

$$Y = 16.782 + 0.314X_1 + 0.314X_2 - 0.421X_3 + e.$$

Dalam tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai model konstantanya bernilai 16,782 yang berarti jikalau variabel kecerdasan emosional (X_1), komitmen organisasi (X_2), dan Independensi (X_3) dikatakan konstan dengan jumlah 0, sehingga kualitas audit (Y) bernilai 16,782 kearah positif. Nilai koefisien (β_1) pada variabel kecerdasan emosional bernilai 0,395 dengan arah koefisien regresi yang bernilai positif. Dengan ini dapat dikatakan bahwa, ketika nilai kecerdasan emosional meningkat sebesar satu satuan maka kualitas audit (Y) akan meningkat pula bernilai 0,395 dengan asumsi variabel lain konstan. Berikutnya pada variabel

komitmen organisasi, dimana nilai koefisien (β_2) bernilai 0,314 kearah positif. Hal ini menunjukkan bahwa ketika nilai komitmen organisasi meingkat sebesar satu satuan maka kualitas audit (Y) akan meningkat bernilai 0,314 dengan asumsi variabel lain konstan. Berikutnya pada variabel Independensi, memiliki nilai koefisien (β_3) kearah negatif yaitu dengan nilai bernilai -0,421. Yang mengartikan bahwa setiap kenaikan independensi sebesar satu satuan maka kualitas audit (Y) akan menurun bernilai -0,421 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikutnya, pengujian koefisien determinan atau r^2 dimana pengujian ini bertujuan untuk mengalisis sejauh manakah kekuatan model dalam mengartikan variasi variabel dependen. Pengujian ini menetapkan uji adjusted r^2 agar tidak terjadinya penyimpangan pada variabel x yang lebih dari dua.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,442	0,196	0,143	3,764

Sumber: Output spss 25 version, 2022

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R^2 ialah sebesar 0,196, ini berarti bahwa sebesar 19,6% variasi kualitas audit dipengaruhi oleh kecerdasan emosional, komitmen organisasi, dan independensi sementara itu sisanya 80,4% tidak dimasukkan dalam model penelitian karena dipengaruhi oleh interaksi-interaksi lainnya.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model (uji F) dilakukan guna membuktikan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak diuji atau tidak. Serta menguji apakah benar semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 3. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	158,692	3	52,897	3,733	.017 ^b
Residual	651,788	46	14,169		
Total	810,480	49			

Sumber: Output spss 25 version, 2022

Berdasarkan tabel 3, hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa hasil uji nilai signifikan F sebesar 0,017 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($F < \alpha$) hal ini membuktikan benar adanya

kelayakan dalam menganalisis penelitian ini. Tentu dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen.

Hasil Uji Statistik t

Level of significant (α) yang digunakan pada uji t ini ialah 0,05. Ini menunjukkan ketika tingkat signifikansi t_{hitung} lebih kecil 0,05 maka variabel

independen tersebut secara masing-masing dapat mempengaruhi variabel dependen, atau dapat dikatakan hipotesis diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik (Uji t)

Varibel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.782	4,255		3,994	0,000
Kecerdasan Emosional	0,395	0,173	0,320	2,278	0,027
Komitmen Organisasi	0,314	0,141	0,302	2,223	0,031
Independensi	-0,421	0,223	-0,272	-1,885	0,066

Sumber: Output spss 25 version, 2022

Hasil uji statistik t pada tabel 4 dapat dijabarkan sebagai berikut. 1) Variabel kecerdasan emosional sebagai X1 mendapatkan nilai t_{hitung} 2,278 > t_{tabel} 2,012 (lihat tabel statiska) dengan signifikansi t bernilai 0,027 lebih kecil dari 0,05. Membuktikan bahwa hipotesis ke-1 diterima yaitu kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit; 2) Variabel komitmen organisasi sebagai X2 mendapatkan nilai t_{hitung} 2,223 > t_{tabel} 2,012 dengan signifikansi t bernilai 0,031 lebih kecil dari 0,05. Membuktikan bahwa hipotesis ke-2 diterima yaitu komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit; 3) Variabel Independensi sebagai X3 mendapatkan nilai t_{hitung} -1,885 < t_{tabel} 2,012 dengan signifikansi t bernilai 0,066 lebih besar dari 0,05. Membuktikan bahwa hipotesis ke-3 ditolak, artinya pengaruh independensi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kualitas audit.

Penelitian ini menghasilkan bukti bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh terhadap kualitas audit secara positif signifikan (H_1 diterima). Hal ini sejalan dengan (Hehanussa, 2018) dan (Syamsuriana, 2019) dengan hasil penelitian mereka yang menyatakan kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit, sehingga dapat memberi makna bahwa semakin baik auditor mengendalikan emosinya maka, semakin baik pula kualitas audit yang dihasilkan karena pola berpikir meningkat. Ketika pola berpikir

auditor meningkat maka auditor cenderung memotivasi dirinya untuk mencapai prestasi dan kinerja yang terbaik sehingga tanpa disadari auditor mampu meningkatkan kemampuannya dalam mengambil keputusan.

Komitmen organisasi memiliki pengaruh terhadap kualitas audit secara positif signifikan (H_2 diterima). Hasil penemuan ini selaras dengan hasil penelitian (Hehanussa, 2018) yang menyatakan bahwa komitmen organisasi berdampak terhadap kualitas audit secara positif dan signifikan. Ini membuktikan bahwa ketika auditor menjunjung tinggi komitmennya dalam berorganisasi maka, semakin baik pula kualitas audit yang diberikan. Ketika auditor bekerja dan setia terhadap organisasinya maka ia tentu akan menjalankan pekerjaannya dengan sebaik mungkin demi melayani kebutuhan masyarakat dan menghasilkan jasa yaitu kualitas audit. Penelitian lainnya oleh (Arfianti, 2017) juga mendapatkan hasil serupa yaitu komitmen organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap kualitas audit.

Independensi memiliki pengaruh terhadap kualitas audit secara negatif tidak signifikan (H_3 tidak diterima). Hasil penelitian ini serupa dengan (Mutmainah et al., 2020) yang menyatakan bahwa independensi berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Hal ini memberi makna bahwa naik atau turunnya independensi tidak memberi dampak signifikan terhadap kualitas audit. Seperti penelitian (Gyer et al., 2018) yang menyatakan bahwa

independensi adalah basis dari profesi auditor. Sebagai seorang akuntan public tentunya harus menjadi kepercayaan masyarakat dalam menghasilkan laporannya. Sebaliknya, laporan ini menghasilkan bahwa independensi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap kualitas audit. Hal ini cenderung terjadi dikarenakan banyaknya kasus-kasus dan skandal yang telah terjadi sebelumnya mengenai kecurangan auditor dalam menghasilkan laporannya. Sehingga dengan adanya kasus tersebut kesadaran auditor dalam berhati-hati semakin meningkat. Selain itu, munculnya peraturan - peraturan yang baru yang dibuat lebih tegas dan ketat mengakibatkan auditor lebih terbatas dengan peraturan tersebut dan merasa profesinya terancam karena konsekuensi yang harus ditanggungnya jika melanggar peraturan tersebut.

KESIMPULAN & SARAN

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari kecerdasan emosional, komitmen organisasi, dan independensi terhadap kualitas audit. Dan keseluruhan data yang dapat dikumpulkan sebanyak 50 responden yang merupakan auditor di KAP wilayah Jakarta. Dalam penelitian ini, berlandaskan hasil analisis data yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan, bahwa kecerdasan emosional, komitmen organisasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit sedangkan independensi memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kualitas audit.

Keterbatasan penelitian ini hanya mengambil sampel 50 responden yang dirasa kurang memberikan hasil yang ingin didapat. Dalam mengumpulkan data hanya menggunakan kuesioner sehingga bisa saja ada peluang bagi responden menjawab pertanyaan tidak sesuai dengan fakta.

Diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk memperluas responden dalam mengumpulkan data dan

memperbanyak penelitian mengenai faktor psikologis, dan faktor pribadi dan faktor lain yang masih berhubungan dengan lingkup diri terhadap kualitas audit. Alangkah baiknya jika difokuskan pada faktor psikologis sebelum dan sesudah adanya sistem WFH, yang bisa saja mempengaruhi psikologis auditor yang tanpa disadari mempengaruhi kualitas audit yang dikerjakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik. (2017). *Mitra Ernst & Young Indonesia Didenda Rp 13 Miliar di AS*. Bisnis.Tempo.Com. <https://bisnis.tempo.co/read/845604/mitra-ernst-young-indonesia-didenda-rp-13-miliar-di-as>
- Ade Nahdiatul Hasanah, M. S. P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Audit Tenur terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi*, Vol 5 No. 1 Januari 2018, 5(1), 11-21.
- Arfianti, R. I. (2017). Pengaruh Komitmen Profesi Akuntan dan Komitmen Organisasi Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 18-31. <http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JA/article/view/384>
- Aziz, A. (2018). Pengaruh Akuntabilitas, Kompetensi Dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 1(1), 44-58.
- Bangun, G., Ramadhanti, W., Bawono, I. R., Akuntansi, P. M., & Soedirman, U. J. (2020). *Pengaruh independensi terhadap kualitas audit dengan motivasi auditor sebagai variabel moderasi*. 22, 53-68.
- D. Kumala; D. Diskhamarzaweny. (2021). Pengaruh Etika Profesi, Kecerdasan Emosional, Due Professional Care dan Pengalaman Kerja Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik Di Pekanbaru). *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(2),193-204. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>

- Gyer, S. D., Delamat, H., & Ubaidillah, U. (2018). Pengaruh Independensi Auditor, Pengalaman Kerja Auditor, Kompleksitas Audit, Time Budgetpressure, dan Due Professionalcare terhadap Kualitas Audit (Studi Kasus Pada Kantor Akuntan Publik di Palembang). *AKUNTABILITAS*, 12(1), 29-40. <https://doi.org/10.29259/JA.V12I1.9306>
- Harjanti, R. (2017). *Pengaruh Spiritual Quotient, Emotional Quotient, dan Adversity Quotient Terhadap Kualitas Audit (KAP di Jakarta)*.
- Hasanah, Amin, & Junaidi. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Moral Reasoning Terhadap Kualitas Audit. *E-Jra*, 9(1), 1-12.
- Hehanussa, S. J. (2018). Analisis Komitmen Profesi Auditor, Etika Auditor dan Kecerdasan Emosional Auditor Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ekonomi Peluang*, 12(1), 1-28.
- Heriawan, R., & Gunawan, B. (2010). Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Komitmen Profesionalterhadap Kepuasan Kerja Akuntan Publik:role Stress Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 11(1), 42-52.
- Institut Akuntan Publik Indonesia. (2011). *Standar Profesi Akuntan Publik Institut Akuntan Publik Indonesia. 2011. Edisi 31 Maret 2011*. Salemba Empat.
- Khairat, H. (2017). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Spritual dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Auditor. *JOM Fekon*, 4(1), 323-337. <https://media.neliti.com/media/publications/134564-ID-pengaruh-kecerdasan-emosional-kecerdasan.pdf>
- Kusumawardani, D., & Riduwan, A. (2017). Pengaruh Independensi, Audit Fee Dan Objektivitas Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(1), 388-402.
- Maarif, R., Nadirsyah, & Basri, H. (2017). Pengaruh Kompetensi Teknis, Pendidikan dan Pelatihan Berkelanjutan, Komitmen Organisasi, dan Pengalaman Kerja Terhadap Kualitas Hasil Pemeriksaan pada Aparat Pengawas Internal Pemerintah Inspektorat Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Megister Akuntansi*, 6(2), 75-85.
- Mardika, I. B. A., & Suartana, I. W. (2019). Pengaruh Independensi, Pengalaman Kerja, Komitmen Organisasi, dan Motivasi Auditor Pada Kualitas Audit. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 2211. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i03.p21>
- Mulyani, S. D., & Munthe, J. O. (2019). Pengaruh Skeptisme Profesional, Pengalaman Kerja, Audit Fee Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Pada Kap Di Dki Jakarta. In *Jurnal Akuntansi Trisakti* (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.25105/jat.v5i2.5229>
- Octaviany, A., Mas'ud, M., & Nasruddin, F. (2020). Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Karakteristik Personal Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik Di Makassar. *Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Karakteristik Personal Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik Di Makassar*, 1, 144-154.
- Pangaribuan, H., Sihombing, J., & Dutrianda, I. P. D. N. (2020). Studi Terkait Dengan Standar Pengendalian Mutu Dan Kualitas Audit. *Jurnal Ekonomis*, 13(4a). <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2418>
- Renaldi, R., & Mawardi, R. (2021). Kompetensi Auditor, Independensi, Skeptisme Profesional dan Kualitas Audit. *Akuntabilitas*, 14(2), 153-168. <https://doi.org/10.15408/akt.v14i2.22028>
- Rossita, N., & Sukartha, I. (2017). Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi, Skeptisme Profesional dan Motivasi

- Pada Kualitas Audit. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(3), 2539–2565.
- Saputra, M. D., Hartaty, S., Amri, D., Akuntansi, J., & Sriwijaya, P. N. (2021). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Spiritual, dan Etika Profesi Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada 3 Kantor Akuntan Publik Jakarta Selatan dan Depok). *Akuntanika*, 7(1), 28–39. <http://www.journal.poltekanika.ac.id/index.php/akt/article/view/230>
- Siti, M., Iwan, B., Suryani, S. L., Siti, H., & Mustika, W. (2020). Pengaruh Profesionalisme, Kompetensi, Independensi, dan Akuntabilitas Terhadap Kualitas Audit. S. *Mutmainah, I. Budiyono, S. Suryani et Al.*, 3, 5–24.
- Syamsuriana, N. (2019). Dampak Perilaku Altruisme, Moral Reasoning dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kualitas Audit. *ATESTASI: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/atestasi.v2i2.275>
- Syamsyuri. (2020). Pengaruh Tekanan dan Kecerdasan Emosional terhadap Kualitas Audit pada Kantor Akuntan Publik di Provinsi Banten. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(2), 231–240. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i2.199>

PANDUAN SINGKAT BAGI PENULIS JURNAL PERKUSI Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia

Panduan penulisan ini dimaksudkan untuk menyeragamkan bentuk penulisan karya ilmiah yang dikirim penulis ke redaksi Jurnal PERKUSI Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia dengan panduan penulisan sebagai berikut :

1. Naskah ditulis dalam Bahasa Indonesia dengan Abstrak Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dalam bentuk Font Book Antiqua 10" dengan ukuran 1 Spasi dengan intisari tidak lebih dari 250 kata disertai 3 atau 4 kata kunci (keyword).
Naskah berupa Softcopy program MS maksimal 20 Halaman termasuk tabel dan gambar, spasi 1.
2. Sistematika penulisan disusun dengan urutan sebagai berikut :
 - a) Judul, nama dan alamat email penulis/peneliti tunggal.
 - b) Abstrak dan intisari, keyword dan kata kunci.
 - c) Batang Tubuh :
 - 1). Pendahuluan, termasuk didalamnya intisari permasalahan
 - 2). Metode Penelitian
 - 3). Hasil dan Pembahasan
 - 4). Kesimpulan dan Saran
 - 5) Daftar Pustaka atau Referensi
 - 6) Seluruh isi tersebut di buat dengan 2 kolom
3. Judul ditulis dalam bentuk font Book Antiqua 12" dengan huruf besar dicetak tebal dan ditempatkan ditengah halaman,, serta tidak lebih dari 18 kata.
4. Tulisan karya ilmiah dalam bentuk font Book Antiqua 11" dengan ukuran spasi 1,0 spasi dalam bentuk kolom.
5. Gambar diberi nomor dan keterangan, sedangkan tabel diberi nomor dan keterangan di atasnya.
6. Penulisan persamaan matematika yang terdapat pada halaman naskah hendaknya menggunakan *equation editor*.
7. Daftar pustaka hanya memuat literature yang dirujuk dalam keterangan dan dicantumkan pada bagian akhir naskah dengan menggunakan *APA Style*.
8. Margin atas dan bawah 2,5cm, kiri 3cm, kanan 2cm, dan ukuran kertas A4.
9. Sesuaikan Template, Copy Paste gambar atau tabel baiknya satu – satu.
10. Email Redaksi : perkusi_mnj@unpam.ac.id

Jurnal
PERKUSI
PEMASARAN, KEUANGAN & SUMBER DAYA MANUSIA

UNIVERSITAS PAMULANG

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15417 - Telp: (021) 7412566,
email: perkusi_mnj@unpam.ac.id

ISSN 2797-3786

