PROSIDING SEMINAR NASIONAL 2019
STIE AUB SURAKARTA

” Riset Manajemen Dan Model *Marketing* Kontemporer Menuju *Sustainable Competitive Advantage*”

Surakarta, 02 FEBRUARI 2019
Organized Jointly by

Penyelenggara :
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta

AUB PRESS
Surakarta
2019

ISBN 978-602-73337-7-2

PROSIDING
SEMINAR DAN CALL FOR PAPER
"Riset Manajemen Dan Model *Marketing* Kontemporer Menuju *Sustainable Competitive Advantage* "

Steering Committee:
Dr. Agus Utomo
Joko Sekti Riyadi, SE, MM, M.Pd

Organizing Committee:
Septiana Novita Dewi, SE, MM, M.Si, M.Kom
Untung Suhartono, SE, MM

Reviewer:
Dr. Aminul Amin, SE, MM,CPA
Dr. Nurwening SE, M.Si
Dr. Syahran, SE, M.Si
Dr. Ekayana Sangkasari Paranita, SE, MM
Dr. Etty Indriani, MM, M.Si
Dr. Achnad Choerudin, SE, SE, MM
Dr. I Gusti Putu Diva Awatara, M.Si

Editor :
Dr. Achmad Choerudin ST., SE., MM

Disain Sampul dan Tata Letak:
M. Khoiruman

Penerbit:
AUB Press

Redaksi:
Jalan Mr. Sartono No. 97 Surakarta 57135
Telp. (0271) 857919, Fax (0271) 857919
Email :admin@magister-stieaub.ac.id

Distributor Tunggal:
Probank
Jalan Mr. Sartono No. 46 Surakarta 57135
Telp. (0271) 854803, Fax (0271) 853084
Email :aub.soni2@yahoo.com

Cetakan 1 : Februari 2019

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Organisasi, perusahaan dan bisnis perlu terus bergerak cepat dan lincah mengikuti arah perubahan lingkungan ekonomi, bisnis, technology, ilmu pengetahuan dalam era revolusi industri generasi keempat (Industry 4.0). Dunia kerja di era revolusi industri 4.0 merupakan integrasi pemanfaatan internet di segala lini produksi di dunia industri yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi. Karakteristik di era revolusi industri tersebut meliputi; digitalisasi, *optimation* dan *cutomization* produksi, otomasi dan adaptasi, interaksi antara manusia dengan mesin, *value added services and business*, *automatic data exchange and communication*, serta penggunaan teknologi informasi.

Untuk mencapai keunggulan kompetitif, organisasi bisnis harus terus-menerus fokus pada identifikasi diferensiasi strategi produk, membangun atau membentuk kembali kompetensi inti, menghasilkan keunikan teknologi, dan menghasilkan inovasi untuk menghasilkan kekayaan intelektual. Upaya ini dilakukan untuk membuat organisasi bisnis sukses di pasar yang sangat kompetitif.

Organisasi bisnis dituntut tidak hanya mampu untuk melakukan penjualan produk barang atau jasanya saja, tetapi juga dituntut memiliki nilai lebih dari pesaing. Jika menginginkan meningkat pada persaingan bisnis, maka organisasi harus memiliki nilai tambah atas produk atau jasa. Nilai tambah ini tidak hanya diukur dengan moneter misalnya harga lebih murah, tetapi juga kualitas, pelayanan, dukungan, dan lain-lain, sesuai dengan prinsip dasar pemasaran yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*).

Organisasi bisnis ingin berhasil untuk mencapai tujuannya maka sudah seharusnya memiliki suatu konsep pemasaran yang matang. Dengan konsep pemasaran yang matang, maka secara finansial akan dengan mudah untuk mendapatkannya keuntungan serta modal kerja yang lebih besar. Konsep pemasaran yang dimaksud adalah 1) strategi pemasaran dibangun di atas filosofi bahwa pelanggan adalah titik sentral pengembangan strategi, 2) pengelolaan sumber daya yang efisien untuk pengembangan perusahaan jangka panjang, 3) Pengorganisasian pemasaran merupakan manajemen terpadu.

Implementasi dari konsep pemasaran ini adalah orientasi pasar, yang bertujuan untuk menciptakan *superior value* bagi pembeli dan *superior performance* untuk organisasi bisnis. Lingkungan bisnis yang berubah menuntut perusahaan semakin berorientasi pada pasar (*market orientation*). Organisasi bisnis yang berorientasi pasar akan menempatkan pelanggan sebagai raja. Organisasi bisnis yang mengerti keinginan konsumen sekaligus mampu memuaskan konsumen bakal memenangkan persaingan. Semakin kompetitif suatu industri, kemampuan orientasi pasar perusahaan akan semakin penting.

Dasar dari kesuksesan jangka panjang bisnis suatu perusahaan adalah *sustainable competitive advantage* yang terjadi ketika sebuah bisnis mampu memberikan sebuah nilai yang superior kepada pelanggannya secara konsisten. Untuk mencapai *sustainable competitive advantage* adalah dengan mempertahankan kinerja pemasaran yang berkelanjutan.

SAMBUTAN

Puji dan syukur senantiasa kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia, rahmat dan segala anugerah serta kekuatan sehingga kita senantiasa diberikan semangat untuk memperbaiki diri guna mewujudkan pengabdian sebagai civitas akademika. Civitas akademika yang memiliki kepedulian sosial atas berbagai permasalahan bangsa sesuai dengan kemampuan kita masing-masing.

Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan memperingati 50 Tahun STIE AUB Surakarta yang diadakan di kota Surakarta. Adapun agenda kegiatan pada Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 yaitu seminar untuk memberikan implementasi praktis riset manajemen dan model *marketing* kontemporer menuju *sustainable competitive advantage* serta mengkaji berbagai hasil penelitian dalam bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen investasi dan portofolio, manajemen usaha mikro kecil dan menengah, akuntansi manajemen, akuntansi keperilakuan, hukum dan etika bisnis, ekonomika pembangunan, akuntansi keuangan daerah, akuntansi syariah, akuntansi untuk entitas mikro kecil dan menengah, perpajakan serta hasil pengabdian masyarakat dengan tema *economic empowerment*.

Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 tahun ini merupakan yang kedua dengan host adalah STIE AUB Surakarta, dibantu para co-host (Universitas Lancang Kuning Pekanbaru, STIE Semarang, STIE Widya Manggala, STMIK AUB Surakarta dan STIE Putra Bangsa Kebumen. Tema Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 kali ini adalah **RISET MANAJEMEN DAN MODEL *MARKETING* KONTEMPORER MENUJU *SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE***

Dengan kerja keras seluruh Panitia Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 maka prosiding ini dapat diselesaikan sesuai dengan rencana. Prosiding ini berisi kumpulan artikel ilmiah yang dikirimkan oleh para peneliti dan pelaksana pengabdian kepada masyarakat untuk selanjutnya akan dipresentasikan dalam Seminar Nasional dan Call for Paper 2019. Panitia mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penyelenggaan Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 ini sehingga dapat bermanfaat untuk kita semua.

Kami berharap semoga kegiatan Seminar Nasional dan Call for Paper 2019 ini dapat menunjang dan menambah kemampuan kita dalam era revolusi industri generasi keempat (Industry 4.0). Kami mohon maaf jika masih terdapat kekurangan panitia dalam menyelenggarakan Seminar Nasional dan Call for Paper 2019.

Salam,

Dr. Achmad Choerudin S.T., S.E., M.M.
Ketua Panitia Seminar Nasional 2019
Dosen Program Studi Magister Manajemen STIE AUB Surakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
KATA PENGANTAR iii
SAMBUTAN iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR CALL FOR PAPER

Peran Pelatihan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru
(Studi Kasus Pada SMP Negeri 1 Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri)
Alim Krisna Bikaroma 1

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2017
(Pada Perusahaan Manufaktur, Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi)
Adelina Dwiyani 12

Strategi Membangun Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal dan Berdaya Saing : Studi Empiris Desa Wisata Wirun, Sukoharjo
Achmad Choerudin 22

Dampak Usia Kerja, Pengalaman Kerja, Motivasi Kerja dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan CV. Makmur Jaya Abadi
Edi Santoso 33

Penyuluhan Pembentukan Pra Koperasi dan Pelatihan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga di Desa Pare, Dusun Telogorejo Selogiri, Wonogiri
Endah Nawangsasi 41

Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Surakarta
Fredy Danutirta 48

Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah Kabupaten/Kota Wilayah Eks-Karisidenan Surakarta
Aprianiska Rima Setyarini 58

Analisis Destinasi Baru Berbasis Water Play di Kabupaten Sragen
I Gusti Putu Diva Awatara, Anwar Hamdani 66

Peran Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Mojosongo Surakarta
Intan Meikasari 76

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta
Khoirunnisa' Citraningrum 90

Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan
Oktavia Permata Sari, Ferryal Abadi 100

Strategi meningkatkan Kinerja pegawai dengan Memperhatikan Aspek Kompesasi, Gaya Kepemimpinan, dan Disiplin Kerja Terhadap Pegawai di PT Mpoin Cabang Solo
Rahmad Adhi Saputro 114

Strategi Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Fashion ""ELIZABETH" dengan Memperhatikan Aspek Media Sosial Online, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen di Kota Solo
Rina Wati Febri Habsari 127

Purchasing Decision Efforts At Yoedha Reklame Kalilarangan Surakarta Reviewed From The Aspect Of Marketing Mix
Sinta Patma Dwijayanti 137

Analisis Debt Equity Ratio dan Current Ratio terhadap Return Saham Dengan Variabel Intervening Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Batubara yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode (2010-2016)
Djoko Hanantijo1 Eva Putri Rizkyah 148

Analisis Kekuatan Motivasi, Kepemimpinan dan Kompensasi dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan
(Studi Kasus Pada PT. Konimex Surakarta)
Mas Aji Agung Bimantoro 163

Peran Lingkungan Kerja Disiplin Kerja Serta Motivasi Kerja dalam Memaksimalkan Perilaku Kinerja Karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri
Thomas Hendra P 174

Have Green Product, Green Price and Consumer Lifestyle On A Buying Decision Philips Led Lamp In Surakarta
Ahmad Sanuri 184

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online
(Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Surakarta)
Dyah Sriwindari 194

Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Tata Ruang Kantor dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta
Lusi Alvita Widyaningsih 205

Pengaruh Faktor Keperilakuan Organisasi Terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah
(Studi Empiris pada Organisasi Perangkat Daerah di Surakarta)
Atika Choirunnashoha 216

Strategi Membentuk Perilaku Nasabah Untuk Loyal dengan Memperhatikan Aspek Kepuasan dan Kepercayaan
(Studi Kasus Nasabah BPR di Solo Raya)
Siti Fatonah 226

Pengaruh Tax-Amnesty, Penerapan E-Filing dan Sanksi Pajak Terhadap Kesadaran dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi
(Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta)
Sofiya 232

Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap Literasi Keuangan Masyarakat Kota Bengkulu
Dewi Rahmayanti 241

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Perusahaan Manufaktur Untuk Melakukan Transfer Pricing
(Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017)
Linda Veronika Kewes Pratiwi 264

THE ROLE OF TRAINING, MOTIVATION AND WORK DISCIPLINE ON TEACHER PERFORMANE

(A Case Study At SMP N 1 Nguntoronnadi Wonogiri District)

PERAN PELATIHAN, MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA GURU

(Studi Kasus Pada SMP Negeri 1 Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri)

Alim Krisna Bikaroma

Afiliasi Manajemen Email : alimkriana005@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of training, motivation and work discipline on teacher performance at SMPN 1 Nguntoronadi, Wonogiri. The population in this study consisted of all teachers in SMPN 1 Nguntoronadi, amounting to 35 people. The sampling technique uses the census method with the entire population being used as respondents. The analysis method in this study consisted of instrument test, classic assumption test, multiple linear analysis, t test, f test and coefficient of determination (R2). Based on the results of multiple linear analysis shows that training, motivation and work discipline both jointly and individually have a positive effect on teacher performance at SMPN 1 Nguntoronadi, Wonogiri. Based on the results of the t-test the variable training and work discipline has no significant effect on teacher performance in SMPN 1 Nguntoronadi while motivation has a significant effect, while based on the f test the training, motivation and work discipline variables are jointly significantly influenced by teacher performance in SMPN 1 Nguntoronadi. Based on the results of the test of the coefficient of determination (R2) obtained the value of Adjusted R Square of 0.388. This shows that the variable teacher performance is influenced by variable training, motivation and work discipline of 38.8% while the rest is influenced by other variables.

Abstrak

. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pelatihan, moivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi, Wonogiri.Populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi yang berjumlah 35 orang.Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus dengan seluruh populasi dijadikan responden.Metode analisis dalam penelitian ini terdiri atas uji instrument, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2).Berdasarkan hasil analisis linier berganda menunjukan bahwa pelatihan, motivasi dan disiplin kerja baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi, Wonogiri.Berdasarkan hasil uji t variable pelatihan dan disiplin kerja memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi sedangkan motivasi memiliki pengaruh yang signifikan, bedasarkan uji f variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja secara besama-sama berpengauh secara signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi.Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,388. Ini menunjukan bahwa variable kinerja guru dipengaruhi oleh variable pelatihan, motivasi dan disiplin kerja sebesar 38,8 % sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variable lain.

Kata Kunci : Pelatihan, Motivasi, Disiplin Kerja dan Kinerja guru

PENDAHULUAN

Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan upaya terpadu untuk mengembangkan potensi jasmani dan rohani yang dimiliki, dengan demikian setiap manusia mampu membawa diri dengan segala perubahan zaman yang ada. Sejalan

dengan tantangan kehidupan global, pendidikan merupakan hal yang sangat penting karena pendidikan merupakan salah satu penentu kualitas dari sumber daya manusia. Dimana dewasa ini keunggulan suatu bangsa bukan lagi ditandai dengan melimpahnya kekayaan alam, melainkan melalui kualitas sumber daya manusia.

Dalam dunia pendidikan guru merupakan komponen yang paling menentukan dalam sistem pendidikan secara keseluruhan, karena guru memegang peran utama dalam pembangunan pendidikan, khususnya yang diselenggarakan secara formal di sekolah,guru juga sangat menentukan keberhasilan peserta didik, terutama dalam kaitanya dengan proses belajar mengajar. Tugas seorang guru erat kaitannya dengan peningkatan mutu sumber daya manusia melalui sektor pendidikan,oleh karena itu sangat penting mengupayakan peningkatan mutu seorang guru untuk menjadi tenaga yang profesional di dunia pendidikan sehingga sistem pendidikan tersebut mampu menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas.

Guru merupakan sebuah profesi yang profesional dimana ia dituntut untuk semaksimal mungkin dalam menjalankan tugasnya. Sebagai seoranng yang professional maka diharapkan agar guru dapat selalu meningkatkan kinerjannya.Menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2009:9) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dalam kesehariannya kinerja seorang pegawai dapat dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain pelatihan,motivasi,dan disiplin kerja.

Pelatihan menurut Rivai dan Sagala (2011 : 212) adalah proses secara sistematis yang mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan pekerjaan saat ini. Bagi guru pelatihan akan memberikan kemudahaan dalam mengerjakan tugasnya, pelatihan juga akan membantu guru dalam mengembangkan kemampuannya ke arah yang lebih baik dalam menyelesaikan suatu pekerjaan.

Motivasi juga bisa menjadi faktor baik dan buruknya kinerja seorang pegawai, menurut Syamsudin (2010 : 281) mengemukakan bahwa motivasi adalah proses mempengaruhi atau mendorong dari luar terhadap seseorang atau kelompok kerja agar mereka mau melaksanakan sesuatu yang telah ditetapkan. Pemberian motivasi yang tepat akan mendorong pegawai merubah perilakunya untuk tumbuh dan berkembang mencapai keberhasilannya dalam bekerja, oleh karena itu motivasi terhadap guru perlu dikondisikan sedemikian rupa secara baik sehingga mampu menunjang terhadap kelancaran dan peningkatan mutu pendidikan.

Selain pelatihan dan motivasi, disiplin kerja juga merupakan faktor yang sangat penting bagi tercapainya kinerja pegawai yang maksimal, menurut Rivai (2011 : 825) disiplin kerja adalah suatu alat yang dipergunakan para manager untuk untuk berkomunikasi dengan para karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesedian seseorang dalam memenuhi segala peraturan perusahaan. Hal ini menjadi penting karena tanpa adanya kesadaran guru untuk mau berdisiplin dan bekerja keras maka proses pembelajaran lewat pendidikan di sekolah tidak akan berhasil.

Penelitian terlebih dahulu mengenai pengaruh pelatihan, motivasi, dan disiplin terhadap kinerja sudah banyak dilakukan sebelumnya di antaranya menurut

Dede Jajang Suyaman, dan Asep Mohamad Aripin (2018) yang meneliti pengaruh pelatihan dan motivasi terhadap kinerja pegawai pengelola keuangan pada sekretariat daerah kabupaten Sumedang menyimpulkan bahwa pelatihan dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja para pegawai, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi Saputra Pakpahan, Siswidiyanto, dan Sukanto (2014) dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap kinerja pegawai menyimpulkan bahwa variable pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Penelitian tentang hubungan motivasi terhadap kinerja yang dilakukan oleh Munparidi (2012) menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai, dengan demikian penelitian ini juga berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Jajang Suyaman, dan Asep Mohamad Aripin (2018) yang menyatakan motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.

Penelitian lain yaitu mengenai kedisiplinan kerja yang dilakukan Hiskia Jonest Runtuwunu, Joyce Lapian dan Lucky Dotulong mengemukakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel disiplin kerja terhadap kinerja pegawai sedangkan penelitian Agung Setiawan (2013) memiliki hasil bahwa disiplin kerja tidak berpengaruh signifikan pada kinerja pegawai.

SMP Negeri 1 Nguntoronadi adalah salah satu dari dua SMP Negeri yang ada di kecamatan Nguntoronadi, Wonogiri. Letaknya yang strategis dan mudah dijangkau membuat SMP Negeri 1 Nguntoronadi menjadi lebih di minati para siswa yang ingin belajar di jenjang sekolah menengah pertama khususnya di kecamatan Nguntoronadi.Memiliki jumlah siswa yang cukup banyak yaitu sekitar 390 anak dengan berbagai latar belakang membuat guru di tuntut untuk selalu memaksimalkan kinerjanya agar proses belajar mengajar dapat berjalan dengan efektif.

Berdasarkan penemuan dan literasi di atas penulis tertarik untuk menguji kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi melalui aspek pelatihan, motivasi dan diiplin kerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan jenis kuntitatif yang menekankan analisisnya menggunakan data berupa angka yang diolah menggunakan metode statistika. Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang diisi langsung oleh reponden, kemudian data yang telah diperoleh di analisis menggunakan metode analisis linier berganda dengan berbagai asumsi dan pengujian yang berlaku, sedangkan hasil penelitian akan di interprestasikan dan di implikasikan guna menjawab rumusan masalah .

Populai dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh guru yang bertugas di SMP Negeri 1 Nguntoronadi dengan jumlah 35 orang guru, sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan teknik sensus yaitu menggunakan seluruh populasi yang ada, dalam penelitian ini adalah seluruh guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi.

Tehnik Analisi Data dan Hasil

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
   a. Uji Validitas

Uji validitas dalam hal ini digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu instrument. Instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel.}$ Adapun hasil dari uji validitas yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1) Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan untuk Variabel Pelatihan (X_1)

Tabel 1

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Pelatihan

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,376	0,324	Valid
X1_2	0,593	0,324	Valid
X1_3	0,520	0,324	Valid
X1_4	0,331	0,324	Valid
X1_5	0,373	0,324	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

2) Hasil Uji Validitas Item Pertanyakan untuk Variabel Motivasi (X_2)

Tabel 2

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Motivasi

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,339	0,324	Valid
X1_2	0,456	0,324	Valid
X1_3	0,653	0,324	Valid
X1_4	0,421	0,324	Valid
X1_5	0,517	0,324	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

3) Hasil Uji Item Pertanyaan untuk Variabel Disiplin Kerja (X_3)

Tabel 3

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Disiplin Kerja

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,343	0,324	Valid
X1_2	0,326	0,324	Valid
X1_3	0,499	0,324	Valid
X1_4	0,386	0,324	Valid
X1_5	0,448	0,324	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

4) Hasil Uji Validasi Item Pertanyaan untuk Variabel Kinerja (Y)

Tabel 4

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Kinerja

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1_1	0,469	0,324	Valid
Y1_2	0,517	0,324	Valid
Y1_3	0,717	0,324	Valid
Y1_4	0,555	0,324	Valid
Y1_5	0,516	0,324	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari ke empat tabel di atas dapat di dilihat bahwa seluruh item pertanyaan di masing-masing variabel pelaihan, motivasi, disiplin kerja dan kinerja semuanya telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Pelatihan	0,680	Jika Cronbach's Alpha > 0,60 Intrumen dinyatakan reliabel	Reliabel
Motivasi	0,716		Reliabel
Disiplin Kerja	0,644		Reliabel
Kinerja	0,777		Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah. 2018

Berdasarkan hasil uji reliabibilas diatas maka dapat di simpulkan bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel hal ini dapat ditunjukan dengan melihat nilai alpha cronbach yang lebih besar dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode uji Kolomogorov-Smirnv (K-S). Suatu model regresi memiliki distribusi data normal apabila nilai Asymp. Sig (2 tailed) Lebih besar dari 0,05. Berikut hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini :

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,47340222
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,078
	Negative	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		,520
Asymp. Sig. (2-tailed)		,950

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas mununjukan bahwa semua variabel mempunyai distribusi data normal karena memiliki nilai signifikan yang lebi besar dari 0.05 yaitu sebesar 0,950.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain.

Tabel 7

Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations

			Pelatihan	Motivasi	Disiplin Kerja	Absut
Spearman's rho	Pelatihan	Correlation Coefficient	1,000	,370*	,415*	-,210
		Sig. (2-tailed)	.	,029	,013	,226
		N	35	35	35	35
	Motivasi	Correlation Coefficient	,370*	1,000	,459**	,284
		Sig. (2-tailed)	,029	.	,005	,098
		N	35	35	35	35
	Disiplin Kerja	Correlation Coefficient	,415*	,459**	1,000	,237
		Sig. (2-tailed)	,013	,005	.	,171
		N	35	35	35	35
	Absut	Correlation Coefficient	-,210	,284	,237	1,000
		Sig. (2-tailed)	,226	,098	,171	.
		N	35	35	35	35

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil Tabel diatas menunjukan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heterokedastisitas karena signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05. Sehingga apabila data diperbesar akan tidak akan menyebabkan kesalahan yang semakin besar pula.

c. Uji Multikolineritas

Uji ini dilakukan untuk untuk mengetahui korelasi antar variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 8

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,270	4,212		,301	,765		
	Pelatihan	,274	,182	,236	1,506	,142	,734	1,363
	Motivasi	,385	,167	,357	2,307	,028	,751	1,332
	Disiplin Kerja	,273	,173	,247	1,577	,125	,735	1,360

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa besarnya VIF masing-masing variabel berada di posisi lebih kecil dari 10 dan tingkat Tolerance yang tidak lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terjadi di antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 9
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,665[a]	,442	,388	1,543	1,440

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

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data primer diolah,2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW diperoleh nilai 1,440.Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson terletak diantara -2 dan +2 beraiti data tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Linier Berganda

Teknik analis linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri .adapun hasil analisisnya adalah sebagai berikut :

Tabel 10
Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,270	4,212		,301	,765		
	Pelatihan	,274	,182	,236	1,506	,142	,734	1,363
	Motivasi	,385	,167	,357	2,307	,028	,751	1,332
	Disiplin Kerja	,273	,173	,247	1,577	,125	,735	1,360

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data primer diolah ,2018

Dari data pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 1{,}274 + 0{,}270\ X_1 + 0{,}385\ X_2 + 0{,}273\ X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Konstanta sebesar 1,270 mempunyai arti bahwa apabila variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja tetap maka kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi Kabupaten Wonogiri berpengaruh positif
2) Nilai b_1 adalah 0,274 artinya variabel pelatihan berpengaruh positif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi. Hal ini berarti apabila variabel pelatihan ditingkatkan maka kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi akan semakin meningkat.
3) Nilai b_2 adalah 0,385 artinya variabel motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronad. Hal ini berarti apabila variabel motivasi ditingkatkan kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi juga akan meningkat.

4) Nilai b_3 adalah 0,273 artinya variabel disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi. Hal ini berarti apabila variabel disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi juga akan meningkat.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t dalam penelitian ini adlah sebagai berikut :

Tabel 11
Hasil Uji t

Model	T	Sig.	Keterangan	
			Pengaruh	Hipotesis
(Constant)	,301	,785	-	-
Pelatihan	1,506	,142	Tidak signifikan	H_1 (Tidak terbukti)
Motivasi	2,307	,028	Signifikan	H_2 (terbukti)
Disiplin kerja	1,577	,125	Tidak signifikan	H_3 (Tidak terbuki)

Sumber : Data primer diolah ,2018

1)

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama variabel pelatihan,motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi. Adapun hasil dari uji f pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58,475	3	19,492	8,186	,000[a]
	Residual	73,811	31	2,381		
	Total	132,286	34			

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

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari data tabel diatas diketahui nilai F sebesar 8,186 dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05 yang berati bahwa secara bersama-sama variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,665[a]	,442	,388	1,543	1,440

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

b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,388 atau 38,8 % hal ini menunjukan bahwa variabel kinerja guru dijelaskan oleh variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja sebesar 38,8% selebihnya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Guru Di SMP N 1 Nguntoronadi
   Dari hasil pengujian H_1 menunjukan bahwa variabel pelatihan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi kabupaten Wonogiri .Hasil ini menunjukan jika pelatihan ditingkat maka kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi tidak akan meningkat secara signifikan, oleh karena itu untuk memaksimalkan kinerja cukup mempertahankan cara pelatihan yang sudah ada. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Jajang Suyaman dan Asep Mohamad Aripin (2018) dan Munparidi (2012) akan tetapi sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Edi Saputra Pakpahan, Siswidiyanto dan Sukanto (2014).
2. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Guru di SMP N 1 Ngungtoronadi
   Hasil pengujian hipotesis 2 ini menunjukan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja guru di SMP N 1 Nguntoronadi artinya jika motivasi ditingkatkan kinerja guru juga akan meningkat. Hasil dari pnelitian ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dede Jajang Suyaman Asep Mohamad Aripin (2018)
3. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru di SMP N 1 Nguntoronadi
   Hasil pengujian hipotesis 2 ini menunjukan bahwa disiplin kerja berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi hal ini berarti jika disiplin kerja di tingkat kan tidak akan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja guru. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hiskia Runtuwunu, Joyce lapian dan Lucky Dotulong (2015) tetatpi sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agung Setiawan (2013).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukan bahawa variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja guru di SMP N 1 Nguntoronadi kabupaten Wonogiri.

2. Hasil Uji t
   Variabel pelatihan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi, variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja guru, kemudian variabel ketiga yaitu disiplin kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi kabupaten Wonogiri.
3. Hasil Uji F
   Dari hasil Uji F menunjukan variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi.
4. Nilai *Adjusted R Square*
   Nilai Adjusted R Square yang bernilai sebesar 0,388 atau sebesar 38,8% menunjukan bahwa variabel kinerja guru dipengaruhi oleh variabel pelatihan, motivasi dan disiplin kerja sebesar 38,8% sedangkan sebesar 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti contoh lingkungan kerja, gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan lain sebagainya.

Saran

1. Bagi Instansi
   Berdasarkan Uji t dalam penelitian ini Motivasi adalah Satu satunya variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi maka sebaiknya upaya peningkatan motivasi terhadap guru di SMP Negeri 1 Nguntoronadi ditingkatkan, upaya tersebut dapat dilakukan dengan cara :
   a. Melakukan pengawasan secara berkala
   b. Membuat kondisi kerja senyaman mungkin agar guru termotivasi dalam bekerja .
   c. Pemberian batas waktu dalam sebuah pekerjaan
   d. Membuat perencanaan kerja atau target yang hendak di capai.

Pemberian intruksi langsung dari pimpinan

DAFTAR PUSTAKA

A.A. Anwar Pabu Mangkunegara. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Rosda

Agung Setiawan. 2013. Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Kanjuruan Malang. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 No. 4.

Arikunto, Suhrsimi. 2002, Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek.Jakarta:PT> Rineka Cipta

Dede Jajang Suyaman, Asep Mohamad Aripin. 2018. Pengaruh Pelatihan Dan motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pengelola Keuangan pada Sekretariat Daerah Kabupaten Sumedang. Jurnal Kebangsaan, Vol.7 No. 12

Edi Saputra Pakpahan, Siswidiyanto, Sukanto. 2014. Pengaruh Pendidikan dan Peltatihan Terhadap Kinerja Pegawai. Jurnal Administrai Publik, Vol. 2 no.1 Halaman 116-121.

Ghozali, Imam. 2005, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : UNDIP, Semarang.

Hiskia Jonest Runtuwunu, Joyce Lapian, Lucky Dotulong. 2015. Pengaruh Disiplin, Penempatan dan lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang. Jurnal EMBA Vol. 3 No. 3 hal 81-89.

Munparidi. 2012. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan dan Lingkungan kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. Jurnal Orasi Bisnis Edisi Ke –VII, Mei 2012.

Rivai, Veithzal dan Sagala. 2011. Manjemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sugiyono. 2010, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syamssudin, Sadili. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung: Pustaka Setia.

"THE EFFECT OF PROFITABILITY, ASSET STRUCTURE, AND SALES GROWTH ON CAPITAL STRUCTURE IN INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2014-2017"
(In Manufacturing Companies, Industrial Sectors and Consumer Goods in the Pharmaceutical Sector)

"PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2014-2017"
(Pada Perusahaan Manufaktur, Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi)

Adelina Dwiyani,

S1 Manajemen STIE AUB SURAKARTA, e-mail: dwiyaniadelina02@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of profitability, asset structure and sales growth on the capital structure of manufacturing companies, industrial sectors and consumer goods in the pharmaceutical sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The period used in this study is 4 (four) years, starting from 2014-2017.

This study uses a quantitative approach. The population in this study is 10 pharmaceutical companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used was purposive sampling and obtained a sample of 8 companies. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The results showed that partially Profitability (ROA / Return On Assets) had a negative and significant effect on capital structure indicated by a significance value of 0,000. The asset structure variable partially has a negative and significant effect on the capital structure indicated by a significance value of 0.006. And the variable sales growth (Growth) has a negative and not significant effect on the capital structure indicated by a significance value of 0.519. Simultaneously the variable profitability, asset structure, and sales growth have a negative and significant effect on the capital structure indicated by the F value of 0,000. The ability of variable profitability, asset structure, and sales growth in explaining capital structure is 63.9% as indicated by the adjusted R square amount of 0.639 while the remaining 39.1% is influenced by other factors not included in the research model.

Keywords: ***Capital Structure, Profitability, Asset Structure, and Sales Growth***

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah 4 (empat) tahun, yaitu mulai dari tahun 2014-2017.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 10 perusahaan farmasi yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 8 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Profitabilitas (ROA/*Return On Assets*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel struktur aktiva secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Dan variabel pertumbuhan penjualan *(Growth)* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap struktur modal ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,519. Secara simultan variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal ditunjukkan dengan nilai F signifikansi sebesar 0,000. Kemampuan variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan dalam menjelaskan struktur modal 63,9% sebagaimana ditunjukkan dengan besarnya adjusted R square sebesar 0,639 sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian.

Kata kunci: ***Struktur Modal, Profitabilitas, Struktur Aktiva, dan Pertumbuhan Penjualan***

PENDAHULUAN

Di era perkembangan zaman saat ini, pertumbuhan ekonomi dan bisnis yang tinggi serta berkelanjutan merupakan kondisi utama atau suatu keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. Salah satunya sektor perusahaan adalah perusahaan farmasi atau perusahaan obat-obatan adalah perusahaan bisnis komersial yang fokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat, terutama dalam hal kesehatan. Mereka dapat membuat obat generik atau obat bermerek. Perusahaan farmasi merupakan usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring bertambahnya populasi masyarakat Indonesia membuat volume kebutuhan terhadap obat-obatan juga mengalami peningkatan.

Suatu perusahaan memiliki beberapa aspek penting dalam menjalankan usahanya, salah satunya adalah aspek keuangan. Pada aspek keuangan mencakup kegiatan pengambilan keputusan pendanaan yang diambil perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya dan memilih investasi yang tepat dengan menggunakan modal yang dimiliki perusahaan tersebut. Pemenuhan modal usaha dapat dilakukan dengan pendanaan internal maupun eksternal. Brigham dan Houston (2011: 153) menyatakan bahwa: “perusahaan yang sedang berkembang membutuhkan modal yang dapat berasal dari utang maupun ekuitas.” Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan utang (*debt financing*) perusahaan. Dengan demikian, utang adalah unsur dari struktur modal perusahaan.

Menurut Kusumaya (2011) dalam Masfufah (2016), struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan.

Tujuan manajemen struktur modal adalah mengkombinasikan sumber dana permanen yang digunakan oleh perusahaan untuk kebutuhan operasionalnya agar lebih maksimal nilai perusahaan.

Teori Trade-Off dalam Struktur Modal adalah Teori struktur modal Modigiliani-Miller dengan memasukkan biaya kebangkrutan dan biaya keagenan mengindikasikan adanya trade-off antara penghematan pajak dari hutang dengan

biaya kebangkrutan. Teori tersebut kemudian dikenal sebagai teori trade-off struktur modal, atau *static trade-off capital structure theory.*

Teori Pecking Order. Dalam pecking order theory ini tidak terdapat struktur modal yang optimal. Secara spesifik perusahaan mempunyai urut-urutan preferensi (hierarki) dalam penggunaan dana. Pecking order theory menjelaskan urut-urutan pendanaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal perusahaan menurut Brigham dan Houston (2011: 188), antara lain: "Profitabilitas, Struktur aktiva, dan Tingkat pertumbuhan."

Profitabilitas menurut (Barus dan Lelani: 2013) "Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri."

Struktur aktiva menurut Weston dan Brigham (2005: 175) "Struktur aktiva adalah perimbangan atau perbandingan antara aktiva tetap dan total aktiva." Struktur asset perusahaan memainkan peranan penting dalam menentukan pembiayaan perusahaan yang memiliki aktiva tetap jangka panjang yang tinggi, karena permintaan akan produk mereka tinggi, akan banyak menggunakan utang hipotik jangka panjang. Perusahaan yang sebagian aktivanya berupa piutang dan persediaan barangnya yang nilainya sangat tergantung pada kelanggengan tingkat profitabilitas tidak terlalu tergantung pada pembiayaan jangka pendek.

Tingkat pertumbuhan penjualan menurut (Home dan Machowicz: 2005) mengemukakan teori bahwa: "Tingkat pertumbuhan penjualan adalah hasil perbandingan antara selisih penjualan tahun berjalan dan penjualan di tahun sebelumnya." "Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam suatu industri. Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman untuk memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tingkat penjualannya tidak stabil" (Brigham dan Houston, 2011:39) dalam Edi, Muhammat (2015). Semakin stabil tingkat penjualan yang berarti keuntungannya pun semakin stabil, maka besar kemungkinan perusahaan mampu memenuhi kewajiban tetapnya. Perusahaan dapat membelanjai kegiatannya dengan proporsi hutang yang lebih besar.

Struktur modal merupakan kunci perbaikan produktivitas dan kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan profitabilitas yaitu dengan ROA/*Return On Assets*, struktur aktiva yaitu dengan *Assets Tangibility*, Pertumbuhan penjualan yaitu dengan *Growth*, dan struktur modal yaitu dengan DER/ *Debt to Equity Ratio.* Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil judul **"PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR AKTIVA, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2014-2017"**

(Pada Perusahaan Manufaktur, Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi).

Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian: Ferdina Watiningsih (2018), Anggelita Prichilia Tijow, Harijanto Sabijono, dan Victorina Z. Tirayoh (2018), dan Nadzirah, Fridayana Yudiaatmaja dan Wayan Cipta (2016) Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: a. Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017? b. Apakah ada pengaruh struktur aktiva terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017? c. Apakah ada pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017? d. Apakah ada pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017? Tujuan dari penelitian ini adalah: a. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. b. Untuk mengetahui pengaruh struktur aktiva terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. c. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. d. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal di perusahaan manufaktur, sektor industri dan barang konsumsi sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017.

METODE

Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada kantor Bursa Efek Indonesia, sedangkan obyek penelitian adalah Data Keuangan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2014-2017.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2011:80). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(BEI) periode tahun 2014-2017. Yang berjumlah 10 perusahaan. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan yang berdasarkan pertimbangan tertentu dimana syarat yang dibuat sebagai kriteria yang harus dipenuhi oleh sampel dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representative (Sugiyono,2009:60).

Sampel

Sampel penelitian yang diambil dari sampel yang berasal dari populasi. Sampel diambil dari populasi perusahaan manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling.* Kriteria penentuan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perusahaan yang dipilih menjadi sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur sektor industri dan barang konsumsi subsektor farmasi yang terdaftar di BEI.
b. Perusahaan yang memiliki saham aktif selama tahun 2014-2017.
c. Perusahaan yang mencantumkan laporan keuangannya secara lengkap dari tahun 2014-2017.
d. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian berturut-turut selama 4 tahun.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, maka diperoleh 8 perusahaan manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui penelitian kepustakaan *(library research)*, seperti jurnal-jurnal, buku, internet dan lain-lain yang berhubungan drngan aspek penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan mencatat data yang ada dalam situs www.idx.co.id yang relevan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda. Dan menggunakan *software* SPSS. Berikut adalah metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini:

Uji Rasio

Profitabilitas /ROA

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah *Return On Assets* (ROA).

Menurut Brigham dan Houston (2011) profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Profitabilitas menggambarkan tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan dalam periode tertentu. Profitabilitas dapat dinilai dengan berbagai cara, salah satunya adalah menggunakan rasio.

$$ROA/\ Return\ On\ Assets = \frac{Laba\ Bersih\ setelah\ pajak}{Total\ Aktiva}$$

Sumber: (Tijow, Anggelina P., Sabijono, Harijanto dan Tirayoh, Victorina Z., 2018)

Struktur Aktiva

Struktur Aktiva dalam perusahaan mempunyai pengaruh terhadap sumber-sumber pembiayaan. Menurut Bambang (2008: 298), perusahaan yang sebagian besar aktivanya berasal dari aktiva tetap akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dananya dengan utang. Perusahaan dengan jumlah aktiva tetap yang besar dapat menggunakan utang lebih banyak karena aktiva tetap dapat dijadikan jaminan yang baik atas pinjaman- pinjaman perusahaan.

$$\textit{Assets Tangibility} = \frac{Total\ Aktiva\ Tetap}{Total\ Aktiva}$$

Sumber: (Tijow, Anggelina P., Sabijono, Harijanto dan Tirayoh, Victorina Z., 2018)

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan potensi perusahaan untuk tumbuh dan berkembang dengan hasil penjualannya. *Growth* (pertumbuhan penjualan) diukur dengan *percentage growth in sales* yaitu membandingkan antara penjualan tahun yang bersangkutan dengan penjualan tahun sebelumnya. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang semakin tinggi maka semakin tinggi juga keinginan perusahaan tersebut untuk menahan laba dan menggunakan hutang untuk biaya ekspansi.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan } (\textit{Growth}) = \frac{\textit{Penjualan } (t) - \textit{Penjualan } (t\text{-}1)}{\textit{Penjualan } (t\text{-}1)} \backslash$$

Sumber: (dalam Edi, Muhammat, 2015)

Struktur Modal

Struktur modal secara garis besar terdiri dari kewajiban-kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan (*liability*) atau dapat disebut sebagai hutang perusahaan serta ekuitas atau modal sendiri (Karadeniz et al., 2009:594).

Menurut Lukas Setia Atmaja (2003) (dalam Ariani, Benita. 2011) menyatakan struktur modal adalah perbandingan antara modal sendiri dengan hutang (biasanya hutang jangka panjang) perusahaan. Struktur modal merupakan kombinasi antara pendanaan internal dengan hutang.

Rumus: $DER(\textit{Debt to Equity Ratio}) = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas}$

Sumber: (Watiningsih, Ferdina ,2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal manufaktur Sektor Industri dan Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI variabel tersebut adalah profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan. Selanjutnya

variabel terikat adalah struktur modal yang diukur dengan DER (*Debt to Equity Ratio*)

Berdasarkan Hasil pengujian statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai Profitabilitas yaitu berkisar antara -3,03 sampai dengan 25,32 dan nilai rata-rata sebesar 9,8278 dengan tingkat standar deviasi sebesar 7,17229.

Variabel Struktur Aktiva yaitu berkisar antara 0,11 sampai dengan 0,53 dan nilai rata-rata sebesar 0,2908 dengan tingkat standar deviasi sebesar 0,10023.

Variabel Pertumbuhan Penjualan yaitu berkisar antara -0,28 sampai dengan 0,20 dan nilai rata-rata sebesar 0,0574 dengan tingkat standar deviasi sebesar 0,08921.

Variabel Struktur Modal yaitu berkisar antara 0,07 sampai dengan 1,91 dan nilai rata-rata sebesar 0,5631 dengan tingkat standar deviasi sebesar 0,46357.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test diperoleh Nilai Asymp.sig.(2-tailed) sebesar 0,981 > 0,05 maka disimpulkan bahwa data distribusi normal (Ho diterima).

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil analisa diatas dapat disimpulkan bahwa 3 variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinieritas karena nilai tolerance > 0,10 dan VIF *(variance inflation factor)* <10 maka tidak terjadi multikolineritas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasakan hasil penelitian bahwa dari ketiga variabel tidak ada yang signifikan maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,697 Nilai ukur Durbin-Watson dengan angka signifikan level α= 5% dengan jumlah perusahaan 32 dan jangka waktu penelitian 4 tahun. Atau nilai n=32 dan k=4 maka di peroleh nilai dl sebesar 1,2437 dan du sebesar 1,6505. Maka dl= 4-dl= 2,7563 dan du=4-du=2,3495. Hasil perhitungan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson berada di antara du dan 4-du yaitu 1,6505 < 1,697 < 2,3495 maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala autokorelasi positif atau negatif dan keputusan diterima.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil olah data diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = 1,662 - 0,060X_1 - 1,667\ X_2 - 0,376\ X_3$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat di interprestasikan sebagai berikut:

a. α = 1,662. Berarti bahwa apabila variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan tetap, maka akan mempengaruhi peningkatan variabel struktur modal sebesar 166,2%.
b. β_1 = - 0,060. Berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel struktur modal, maka akan menurunkan profitabilitas sebesar 6%.
c. β_2 = - 1,667. Berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel struktur modal, maka akan menurunkan variabel struktur aktiva sebesar 166,7%.
d. β_3 = - 0,376. Berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel struktur modal, maka akan menurunkan pertumbuhan penjualan sebesar 37,6%.

b. **Hasil Uji t**

Berdasarkan Hasil perhitungan uji secara parsial analisis regresi diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (-0,060). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat Profitabilitas (ROA/*Return On Assets*) pengaruh negatif dan signifikan terhadap Struktur Modal.

Hasil perhitungan uji secara parsial analisis regresi diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (-1,667). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat Struktur aktiva (*Assets Tangibility)* pengaruh negatif dan signifikan terhadap Struktur Modal.

Hasil perhitungan uji secara parsial analisis regresi diperoleh nilai koefisien regresi sebesar (-0,376). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat variabel Pertumbuhan Penjualan *(Growth)* pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal.

c. Hasil uji F

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,000 artinya keempat variabel yaitu Profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap struktur modal karena nilai signifikansinya 0,000<0.05.

d. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,639 hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi struktur modal sebesar 63,9% dan sisanya sebesar 36,1% di pengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel struktur modal, sehingga hipotesis pertama ini diterima.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel struktur aktiva berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel struktur modal, sehingga hipotesis kedua ini di terima.
3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel struktur modal, sehingga hipotesis ketiga ini ditolak.
4. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, struktur aktiva, dan pertumbuhan penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap struktur modal (DER), sehingga hipotesis keempat ini diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Agus, Sartono. 2001, *Manajemen Keuangan Internasional*. Yogyakarta: BPFE.

Andreani Caroline Barus, Leliani. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Wira Ekonomi Mikrosil. (Volume 3 Nomor 02; 112)

Aprillia, Resti Dara A. 2015. *"Pengaruh Struktur Aktiva, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia".* Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Ariani, Benita. 2011. *"Pengaruh Growth, Firm Size, Likuiditas, Interest Coverage Ratio, Profitabilitas dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan LQ45 periode 2001-2010".* Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Atmaja, Lukas Setia, 2008. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Brigham dan Houston. 2001. "*Dasar-dasar Manajemen Keuangan" Buku 2 Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.

Brigham, E, F dan Weston, J,F. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesembilan, Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2011. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.

Edi, Muhammat. 2015. *"Pengaruh Struktur Aktiva, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012".* Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE-AUB) Surakarta.

Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2012. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20"*. Semarang : UNDIP.

James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.

Masfufah. 2016. *Analisis Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2014).* Skripsi. Universitas Hasanuddin Makasar.

Munawir. 2001. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.

Nadzirah, Fridayana Yudiaatmaja, dan Cipta, Wayan. 2016. *"Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal"*. E-journal Bisma Ukuran Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. Volume 4.

Putri, Meidera Elsa Dwi. 2012. "*Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)".* Jurnal Manajemen, Vol. 01. No.01.

Pratiwi, Ingkan Ayu. 2016. *"Pengaruh Earning Per Share (EPS), Debt Equity Ratio (DER), dan Return On Equity (ROE) Terhadap Nilai Perusahaan Jasa Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014".* Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa (STIE-AUB) Surakarta.

Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.

Sartono, R. Agus. 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.

Tijow, Anggelina P., Sabijono, Harijanto dan Tirayoh, Victorina Z. 2018. *"Pengaruh Struktur Aktiva dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia"*. Jurnal Riset Akuntansi Going Concern, 13 (3): 477-488.

Watiningsih, Ferdina. 2018. *"Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tangibility, dan Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal Pada Perbankan yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2016"*. Jurnal Sekuritas (Saham, Ekonomi, Keuangan, dan Investasi), Vol.1. No.4, 92-105.

Watung, A.K.S., Saerang, I.S., dan Tasik, H.H.D. 2016. *Pengaruh Rasio Likuiditas, Aktivitas, Profitabilitas, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia"*. Jurnal EMBA, Vol.4. No.2, 726-737.

Wikipedia. 2017. *Perusahaan farmasi*. Diambil dari: https://id.wikipedia.org/wiki/Perusahaan_farmasi. (31 Januari 2017)

STRATEGY OF BUILDING A VILLAGE-BASED TOURISM COMPETITIVE POWER AND LOCAL POTENTIAL: STUDY OF EMPIRICAL WIRUN TOURISM VILLAGE, SUKOHARJO

STRATEGI MEMBANGUN DESA WISATA BERBASIS POTENSI LOKAL DAN BERDAYA SAING: STUDI EMPIRIS DESA WISATA WIRUN, SUKOHARJO

Achmad Choerudin
Akademi Teknologi AUB Surakarta, Jawa Tengah
E-mail: achmadchoerudin77@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to provide an overview of the tourism potential of Wirun Village and as an ingredient in the making of grand design of Tourism Village to be carried out in Wirun Village in Sukoharjo Regency. This research is a kind of qualitative descriptive research, using surveys and interviews in taking data or information about Wirun Tourism Village. The location of study was conducted in Wirun Village, Mojolaban District, Sukoharjo Regency, Central Java. The results in the form of principles in direction of policy using community social approach and community participation: (1) providing tourism incentives, (2) strengthening the role of village communities and supporting Village Tourism social institutions, (3) making regional legal, synchronizing legislation and legislation as well as implementation of Wirun and other Village Tourism Villages in the Sukoharjo Regency area, and (4) infrastructure development in the Wirun Village area.
***Keywords**: tourism, tourism village, wirun*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Wirun dan sebagai bahan dalam pembuatan grand desain Desa Wisata yang akan dilakukan di Desa Wirun di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini adalah merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, menggunakan survey dan wawancara dalam mengambil data atau informasi tentang Desa Wisata Wirun. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Wirun, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Hasil berupa prinsip-prinsip dalam arah kebijakan menggunakan pendekatan sosial kemasyarakatan dan partisipasi masyarakat: (1) menyediakan insentif pariwisata, (2) penguatan peranan masyarakat desa dan/atau pranata sosial penunjang Desa Wisata, (3) membuat payung hukum daerah, sinkronisasi peraturan perundang-undangan dan implementasi tentang Desa Wisata Wirun dan Desa lain di wilayah Kabupaten Sukoharjo, dan (4) pengembangan infrastruktur di wilayah Desa Wirun.
Kata Kunci: pariwisata, desa wisata, wirun

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan kepariwisataan yang perkembangan dan pengelolaanya dikontrol oleh masyarakat lokal, dimana bagian terbesar dari manfaat yang dihasilkan kepariwisataan tersebut dinikmati oleh masyarakat lokal baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam kepariwisataan tersebut. Kegiatan wisata sendiri adalah manusia yang melakukan perjalanan *outbound* (keluar dari lingkungan asalnya) untuk tidak lebih dari lebih dari enam bulan, dan tidak sedang dalam urusan berdagang atau lainnya (Hakim, 2004). Pariwisata berbasis masyarakat memiliki beberapa karakteristik yaitu adanya pendidikan dan interpretasi sebagai bagian dari produk pentingnya upaya konservasi, umumnya diperuntukkan bagi wisatawan dalam jumlah kecil

oleh usaha jasa yang dimiliki masyarakat lokal, meminimalisir dampak negatif terhadap alam dan lingkungan sosial budaya dan mendukung upaya perlindungan terhadap alam (Hausler, 2003).

Strategi yang paling tepat untuk menguatkan budaya lokal adalah dengan menggali potensi lokal yang baik dan unggul dengan peradaban modern sehingga ada perpaduan yang tetap mencitrakan budaya lokal yang bisa diterima oleh masyarakat. Salah satu pemberdayaan kerakyatan dalam pariwisata adalah pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata adalah perekonomian masyarakat pedesaan melalui kegiatan dan aktivitas kepariwisataan, sektor pariwisata dikembangkan berdasarkan unsur-unsur kegiatan yang telah ada di pedesaan serta ciri khas budaya setempat yang dimilikinya (Ardian, 2009; Yoeti,2006; Muljadi, 2009).

Sumberdaya lokal memiliki kemampuan dan daya saing yang baik dalam iklim usaha dan tantangan baru di bidang pengembangan pariwisata terutama di era milenial. Selain itu pentingnya sumberdaya lokal tersebut, untuk menjaga kelestarian budaya dan kesenian tradisional di suatu daerah, usaha pemetaan wisata budaya perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah (Murniati, 2008; Alfianto dan Iqbal, 2017). Penataan dan pengembangan desa wisata merupakan salah satu bentuk pemetaan wisata budaya dan menggali potensi unggulan Daerah. Upaya untuk membentuk dan mewujudkan Desa Wisata perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah. Dalam hal ini, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo tertuju pada potensi desa wisata yaitu Desa Wirun, salah satu desa yang mempunyai berbagai potensi wisata. Beberapa potensi yang masih berkembang dan menjadi unggulan hingga saat ini antara lain, wisata agro, wisata industri, wisata budaya dan minat khusus dan atraksi budaya, dan berbagai potensi *home industry* yang berperan pada perekonomian masyarakat desa.

Sebagai contoh, salah satu industri yang berkembang di Desa Wirun adalah industri gamelan, sebuah industri yang unik dan semakin langka. Dalam hal ini, pasaran gamelan tidak terbatas lokal dan nasional, tetapi sudah mencapai pasar internasional (Ardian, 2009). Selain gamelan, terdapat potensi embung, pembuatan wayang kertas, potensi budaya pura miniature dan hasil kreativitas budaya berupa pertunjukan ketoprak, wayang dan lain sebagainya. Keberanekaan potensi wisata yang dimiliki tersebut, ternyata dapat menambah pendapatan masyarakat setempat dan Pemerintah Daerah. Untuk itu oleh Pemerintah Kabupaten Sukoharjo, Desa Wirun ditetapkan sebagai desa wisata yang meliputi objek wisata agro, seni dan budaya serta wisata industri berdasar Pemerintah Daerah.

Zahra dan Nancy (2013) dan Hausler (2003) tentang *Community Based Tourism* (CBT) merupakan salah satu pendekatan dalam pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal, baik yang terlihat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak, dalam bentuk pemberian akses pada manajemen dan sistem melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan kepariwisataan secara lebih adil bagi masyarakat. Suansri (2003) menyampaikan aspek utama pengembangan CBT berupa 5 (lima) dimensi, yaitu:

a. Dimensi ekonomi, dengan indikator berupa dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sector pariwisata, timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata.

b. Dimensi sosial dengan indikator meningkatnya kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki perempuan, generasi muda dan tua, membangun penguatan organisasi komunitas.
c. Dimensi budaya dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal.
d. Dimensi lingkungan, dengan indicator mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi.
e. Dimensi politik, dengan indikator berupa meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, eningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan SDA.

Dalam kegiatan pariwisata tidak terlepas dari peran serta pemerintah baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah. Pemerintah bertanggung jawab atas empat hal utama yaitu perencanaan (*planning*) kawasan pariwisata, pembangunan (*development*) fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan (policy) pariwisata, dan pembuatan dan penegakan peraturan (*regulation*). Berdasarkan latar belakang dan kondisi yang ada sekarang, diperlukan suatu usaha.untuk menghidupkan potensi Desa Wirun sebagai Desa Wisata, yaitu dengan program penataan dan pengembangan dengan grand desain yang lebih mengedepankan potensi dan teknologi. Penataan dan pengembangan yang akan dilakukan,difokuskan pada sentra wisata sebagai aset budaya dan menjadikannya sebagai kekhasan Desa Wisata Wirun. Harapan tersebut menjadikan "**Wirun: Desa Inovasi Budaya"** sebuah program Desa Wirun dalam menata dan mengembangkan potensi desa wisata yang bertumpu pada keunggulan desa yaitu budaya dengan mengembangkan dan mensinergikan seluruh komponen sumberdaya yang ada meliputi sumberdaya manusia, budaya lokal, social, demografi, ekonomi, alam dan lingkungan serta sektor lainnya. Hal ini untuk membangun sistem yang sinergi dalam mewujudkan Desa Wirun sebagai Desa Wisata yang diandalkan di Kabupaten Sukoharjo dengan **Desa Inovasi Budaya,** yang akan mewujudkan cita-cita pembangunan di Desa Wirun tersebut.

Tujuan Penelitian

1. Bagaimana potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Wirun, Sukoharjo untuk menjadi Desa Wisata di Kabupaten Sukoharjo?
2. Bagaimana grand desain Desa Wisata yang akan dilakukan di Desa Wirun di Kabupaten Sukoharjo?

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian adalah Deskriptif Kualitatif. Deskripsi merupakan metode penelitian yang bertujuan mendiskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu. Penelitian Deskriptif diidentikkan sebagai penelitian yang terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar untuk mengungkapkan fakta *(fact finding)*. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penggalian data melalui observasi lokasi

penelitian yaitu potensi wisata yang ada di Desa Wirun serta melakukan wawancara kepada informan dari narasumber.

Lokasi penelitian ini adalah Desa Wirun, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Pemilihan Desa Wirun tersebut karena desatersebut memiliki obyek wisata yang berbeda dengan daerah lain yang biasanya berupa kekayaan alam dan potensi budaya. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden atau narasumber. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan informan di Desa Wirun Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Wirun merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Sukoharjo, dan mempunyai ciri khas dibanding desa-desa lain. Salah satu dukuh di Desa Wirun merupakan daerah sentra industri gamelan yang tidak dapat ada di desa lain. Untuk optimalisasi program kelurahan maka Desa Wirun terbagi atas 3 Dusun, yaitu Dusun I meliputi Dukuh Pabrik, Dukuh Gendengan, Dusun II meliputi Dukuh Wirun, Dukuh Kanggungan, dan Dukuh Mertan, dan Dusun III meliputi Dukuh Godegan, Dukuh Ngambak Kalang, Dukuh Kebak dan Dukuh Sonosewu. Desa Wirun tersebut terdiri atas 15 Rukun Warga (RW) dan 50 Rukun Tetangga (RT) yang tersebar di seluruh wilayah Desa Wirun. Desa Wirun sendiri terdapat 8,500000 ha tanah bengkok. Selain itu terdapat 21,006500 ha tanah kas yang diserahkan kepada masyarakat Desa Wirun melalui proses lelang.

Jumlah penduduk laki-laki mencapai 3.478 orang, sedangkan untuk penduduk perempuan berjumlah 3.474 orang (Pemdes Wirun, 2017). Walaupun selisihnya sedikit, namun hal tersebut menandakan bahwa jumlah perempuan sama dengan jumlah laki-laki di Desa Wirun Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Dari data monografi (Pemdes Wirun, 2017) bahwa jumlah penduduk terbesar adalah penduduk usia produktif (18-56 tahun) sebanyak 2.683 orang. Kemudian peringkat kedua ditempati oleh penduduk yang belum produktif (0-6 tahun), yakni sebanyak 1.152 orang. Komposisi penduduk yang tidak produktif atau belum/tidak bekerja (18 s.d 55 tahun) jumlahnya paling sedikit, yakni mencapai 510 orang. Desa Wirun yang terdapat beberapa industri rumah tangga atau *home industri* sehingga terdapat 181 orang pengrajin, 273 buruh tani, 921 karyawan swasta, 403 peternak, 188 orang pedagang dan 458 orang pengusaha atau wiraswasta (Pemdes Wirun, 2017).

Desa Wirun warganya cukup berpendidikan, terbukti terdapat 147 orang yang menamatkan pendidikannya sampah D-1 (Diploma 1), 160 orang yang berpendidikan D-2 (Diploma 2), 378 orang tamatan D-3 (Diploma 3), 107 orang Sarjana (S-1) dan tak kalah lagi terdapat 34 orang yang lulus Program Master (S-2), sedangkan tingkat SD (Sekolah Dasar) terdapat 177 orang, SLTP (Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama) sebanyak 2144 orang dan 1408 orang yang lulus SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas).

Dari data monografi (Pemdes Wirun, 2017) dapat diketahui bahwa masyarakat Desa Wirun dapat digolongkan sebagai masyarakat yang melek aksara, terbukti masyarakat punya prioritas tertentu dalam menikmati pendidikan. Beberapa warga desa Wirun yang mengenyam pendidikan sampai jenjang S2, sehingga dengan pendidikan yang masyarakat

punyai, diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam rangka mengembangkan desa wisata di wilayahnya.

Potensi Wisata

Kolam Pemancingan Wirun

Kolam ini cukup potensial untuk mendatangkan pengunjung ke Desa Wirun. Dulunya tempat ini dijadikan sebagai tempat perlombaan dayung di Kabupaten Sukoharjo, dan hasilnya banyak orang yang datang dan menonton lomba tersebut. Dengan kata lain banyak orang yang telah mengetahui tentang obyek wisata ini, sehingga berpotensi untuk jadi lokal wisata.

Home Industri Pembuatan Gamelan

Gamelan hasil produksi penduduk Desa Wirun ini sudah mencapai pasar internasional, sehingga untuk kualitasnya sudah tidak diragukan lagi. Proses pembuatan yang masih tradisional membuat industri ini banyak menarik wisatawan asing. Desa Wirun tidak hanya terdapat satu home industry pembuatan gamelan, tetapi lebih dari satu. Namun hal itu tidak menjadikan hubungan kemasyarakatan antar pengrajin terganggu karena setiap home industi memiliki pasar sendiri, sehingga tidak akan saling memperebutkan pasar untuk kerajinan tersebut.

Home Industri Kain Jabrutan

Industri rumahan di Desa Wirun mampu menyerap tenaga kerja, dan hasil produksinya dapat dikirim ke luar kota. Orang-orang menamai kain jabrutan ini dengan sebutan kain pantai. Industri yang dulunya cuma bermodalkan puluhan ribu, kemudian berkembang pesat dan banyak masyarakat luas meliriknya sebagai konsumsi sandang bagi mereka. Pada akhirnya kain jabrutan ini dapat mengambil hati masyarakat untuk menjadikan sebagai pakaian mereka karena dipandang murah tetapi mutunya juga bagus.

Industri Furniture

Furniture atau sering disebut sebagai mebel di Desa Wirun ini sudah dapat menembus pasar internasional, terbukti hasil produksinya sudah diekspor ke luar negeri. Industri yang berbahan baku kayu ini membutuhkan keahlian khusus dalam memproduksi mebel tersebut.

Kesenian Ketoprak

Ketoprak tersebut yang selalu digelar ketika Hari Raya Lebaran, dan ternyata masih banyak orang yang mau menyaksikannya. Ketoprak berpotensi sebagai asset budaya karena dinilai telah jarang dipentaskan, sehingga waktu Ketoprak Marsudi Budhoyo pentas di Desa Wirun, maka banyak masyarakat yang menonton, termasuk warga di luar Desa Wirun. Karena dinilai sudah langka dan mempunyai nilai plus yakni melestarikan budaya daerah, maka kesenian ketoprak di Desa Wirun ini dijadikan sebagai salah satu potensi wisata di daerah yang bersangkutan.

Sahasra Adhi Pura

Sahasra Adhi Pura, sebuah objek pariwisata di Desa Wirun, Kecamatan Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo, ini lebih dikenal masyarakat setempat dengan sebutan **Candi Sonosewu**. Dari Kota Solo, jaraknya sekitar empat kilometer. Kompleks Sahasra Adi Pura ini menawarkan keindahan 50 miniatur bangunan kuno dari seluruh dunia.

Miniatur-miniatur yang dimaksud berada di sebuah tanah lapang. Piramida Suku Maya (*Chicen Itza*) yang aslinya berada di Yucatan, Mexico; Stonehenge dari Inggris; Piramida Agung dari Mesir; kuil Mnajdra dari Pulau Malta; Serpent Mound dari Ohio, Amerika Serikat; Axum Eturgin dari Afrika; dan lukisan batu dari Tassisi Najjer adalah beberapa miniatur bangunan yang dapat ditemukan di Sahasra Adhi Pura. Seperti halnya lazimnya miniatur, semua replika bangunan bersejarah itu lebih kecil daripada aslinya. Namun, ukurannya dibuat proporsional serta arah posisi bangunan dikondisikan bisa menjadi penunjuk posisi matahari. Selain bisa menunjukkan dengan tepat posisi matahari, miniatur-miniatur ini bisa menunjukkan posisi benda angkasa lainnya seperti bulan dan bintang. Contohnya di dalam miniatur Piramida Agung Mesir, ada lorong yang mengarah ke rasi bintang Sirius, Alpha Draconic, Orion, dan Beta Ursa Minor.

Pendiri Sahasra Adhi Pura adalah Hardjanta Pradjapangarsa. Sementara hingga saat ini, pengelolanya adalah seorang pria asal Norwegia, Kjartan Johansen. Sebagai murid spiritual Hardjanta, Johansen melanjutkan pembangunan pura pada tahun 1998 usai sang guru meninggal dunia. Meskipun kompleks utamanya berbentuk pura, semua orang bisa mengunjungi tempat ini. Miniatur bangunan purba yang berasal dari berbagai latar belakang dimaksudkan pula untuk menjunjung tinggi nilai universalitas. Konon ceritanya, Sahasra Adhi Pura akan dibangun Keraton Surakarta, buktinya dari pihak keraton meletakkan sebuah batu sebagai tanda bahwa tanah tersebut milik Keraton dan akan dibangun sebuah kerajaan. Sampai saat ini, batu tersebut masih terdapat di tempat semula dan dilestarikan karena orang-orang percaya bahwa batu tersebut cocok digunakan untuk semedi atau meditasi.

Pusat Kuliner dan Makanan

Seiring dengan pengembangan wisata dan perubahan yang ada, akan menimbulkan pengaruh pada berkembangnya wisata pusat kuliner dan makanan sebagai pendukung kegiatan wisata yang dilakukan di Desa Wirun. Selain itu, juga diupayakan hasil-hasil penunjang lainnya berupa produk-produk UMKM di Desa Wirun tersebut.

Hambatan

1. **Pemerintah/Pemerintah Daerah** yaitu minimnya dana dalam pengembangan desa wisata Wirun, kurangnya partisipasi masyarakat dalam upaya pengembangan desa wisata Wirun, kurangnya administrasi dalam hal ini catatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wirun, dan belum ada kegiatan ekonomi yang menunjang bagi wisatawan, hanya melakukan kunjungan bukan membeli produk hasil dari masyarakat Wirun.
2. **Tokoh masyarakat** yaitu letak Desa Wirun kurang mendukung sebagai desa wisata banyak berkunjung hanya ke Kota Solo dan sekitarnya, Desa Wirun terletak di tengah-tengah, artinya bukan desa tetapi bukan kota dalam artinya letaknya tanggung. Padahal wisatawan lebih menginginkan obyek wisata yang letaknya tidak begitu dekat dengan kota, yang belum terkena imbas dari globalisasi dan aktifitasnya tidak begitu ramai.
3. **Pelaku Pariwisata** yaitu kurangnya kepekaan Pemerintah dalam melakukan penjagaan terhadap kesenian tradisional, kurangnya bantuan Pemerintah dalam membesarkan nama Ketoprak Marsudi Budhoyo dengan masyarakat Desa Wirun, perlu adanya

sumbangsih bagi pengrajin, karena mereka hanya berkunjung dan melihat tanpa membeli, kurangnya modal dalam memperjuangkan usahanya dan keadaan ekonomi secara umum.

Kebijakan dan strategi pengelolaan Desa Wisata akan jelas dan terukur menganut beberapa prinsip, yaitu sebagai berikut:

1. ***Lintas sektor***, adanya harmonisasi kebijakan dan regulasi antar sektor, terutama keterkaitan antara tujuan ekonomi, lingkungan, sosial dan hukum dalam pengelolaan pariwisata Daerah. Hal ini untuk memperkuat keterkaitan kegiatan ekonomi di Desa Wirun dengan lingkungan pedesaan yang ada secara sinergi yang berbasis pada ekonomi pariwisata secara baik;
2. ***Terpadu,*** kebijakan harus mencerminkan tata hubungan dan koordinasi antar tingkat pemerintahan, baik pemerintah pusat (kementerian dan lembaga) maupun pemerintah daerah (provinsi dan kabupaten), bahkan sampai ke tingkat pemerintahan terendah yaitu Desa/kelurahan yang terkait. Hal ini untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan secara sinergi antar program, rencana aksi dan implementasi yang merata dan berhirarki.
3. ***Komprehensif,*** kebijakan yang disusun harus menawarkan solusi yang terintegrasi dan sistemik. Hal ini dengan adanya *grand desain* Desa Wirun yang mengembangkan potensi wilayah secara menyeluruh baik internal Desa Wirun dan juga eksternal yang mendukung pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal secara efektif dan terpadu. Upaya pelestarian dan perlindungan kebudayaan di Desa Wirun dan pengembangan sector pendukung lainnya, untuk mewujudkan desa yang berinovasi budaya dengan pemanfaatan edukasi, kesenian dan social budaya yang ada di Desa Wirun.

Prinsip-prinsip yang terkandung dalam arah kebijakan tersebut dijabarkan ke dalam **empat strategi utama** untuk tujuan yang lebih spesifik. Keempat strategi ini menggunakan pendekatan sosial kemasyarakatan dan partisipasi masyarakat (Choerudin, 2018), sebagai berikut:

Pertama , menyediakan insentif pariwisata. Tujuan dari strategi ini adalah untuk: (1) menerapkan kegiatan sektor dan kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat; (2) mendorong peningkatan produktivitas potensi desa; dan (3) memberikan alternatif mata pencaharian bagi masyarakat khususnya ekonomi kreatif dalam menunjang Desa Wisata.

Untuk menjalankan strategi pertama, Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Daerah memegang peran yang sangat penting, terutama dalam memperkuat kapasitas aparat dan desa serta tenaga pendamping di tingkat lapangan. Tenaga pendamping lapangan ini sangat diperlukan untuk memberikan pendampingan teknis kepada masyarakat sesuai dengan standar yang ditetapkan Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

Insentif yang diberikan kepada masyarakat yang melakukan berupa penyediaan bantuan peralatan atau penunjang, pemberian bantuan sarana produksi dan bimbingan teknis untuk peningkatan produktivitas, dan pemberian bantuan untuk diversifikasi usaha ekonomi masyarakat.

Kedua, **penguatan peranan masyarakat desa dan/atau pranata social penunjang Desa Wisata.** Tujuan dari strategi ini adalah: (1) meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pariwisata dan edukasi; (2) meningkatkan kapasitas masyarakat

dalam melakukan kegiatan pengembangan Desa Wisata; dan (3) memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan pariwisata di Desa Wirun berjalan secara efektif. Penguatan ini dilakukan melalui koordinasi atau komunikasi secara sistematis dan terorganisasi tentang upaya sosialisasi Desa Wisata, pelatihan masyarakat untuk pengembangan Desa Wisata, serta pendampingan. Semua sektor memegang peran yang sangat penting untuk menjalankan strategi kedua ini.

Ketiga, **membuat payung hukum daerah, sinkronisasi peraturan perundang-undangan dan implementasi tentang Desa Wisata Wirun dan Desa lain di wilayah Kabupaten Sukoharjo**. Tujuan dari strategi ketiga ini adalah untuk: (1) memperjelas kebijakan dan peraturan yang ada yang terkait dengan Desa Wisata; (2) menjamin dan melegalkan adanya Desa Wisata dan kemanfaatan bagi masyarakat; (3) menyelesaikan permasalahan dan menggali potensi wisata agar lebih maju; (4) meningkatkan sistem data dan informasi yang terintegrasi antar sector pariwisata di Daerah; (5) mewujudkan keselarasan berbagai produk perencanaan seperti RTRW dan RPJM Daerah; dan (6) menciptakan komitmen pendanaan yang jelas dari berbagai pihak misalnya dana TJSLP di Kabupaten Sukoharjo.

Strategi ini dapat dilaksanakan melalui sinkronisasi peraturan perundangan di berbagai tingkat dan sektor, penguatan kelembagaan, penetapan kebijakan secara jelas, penyusunan database yang terintegrasi dan kebijakan Daerah, harmonisasi Rencana Tata Ruang, serta sinkronisasi dokumen perencanaan keuangan Pusat – Daerah. Untuk menjalankan strategi yang ketiga ini, maka pihak-pihak yang terkait adalah Pemerintah, Pemerintah Daerah, Forum TJSLP Sukoharjo, Akademisi, dan komponen yang terlibat.

Keempat, pengembangan infrastruktur di wilayah Desa Wirun. Tujuan dari strategi keempat ini adalah: (1) menjamin tercapainya target dan pendapatan di sector wisata dan pembangunana sesuai dengan Kebijakan Daerah; (2) menjamin ketersediaan obyek dan potensi wisata di Desa Wirun; (4) mengembangkan teknologi dan informasi dalam kepariwisataan Daerah; dan (5) mengembangkan teknologi kebijakan dan promosi agar dapat diaplikasikan secara lebih luas dan lebih murah.

Strategi ini akan dicapai melalui perbaikan tata kelola pariwisata khususnya Desa Wisata, penerapan Teknologi Informasi serta pengembangan teknologi secara berkelanjutan dalam memajukan potensi dan Desa Wisata. Keempat strategi dan program turunannya sebagai suatu kebijakan dan strategi diharapkan dapat mewujudkan pencapaian tujuan yang ditetapkan dan terlaksana di lapangan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kebijakan dan strategi ini, pemerintah dan semua pihak yang terlibat harus memiliki komitmen dalam pendanaan, eksekusi kebijakan dan penyiapan sistem kelembagaan. Strategi ini akan menyelesaikan baik masalah langsung maupun akar masalahnya.

Dari **empat strategi utama** pengelolaan Desa Wisata, selanjutnya diterjemahkan lebih detail ke dalam rencana aksi. Dalam rencana aksi ini dijelaskan secara rinci kegiatan-kegiatan untuk mendukung masing-masing strategi, instansi pemerintah yang bertanggung jawab, dan anggaran indikatif. Pengembangan Wirun sebagai desa wisata melalui pembangunan tempat distinasi, penunjang pariwisata dan pelestarian seni dan budaya diharapkan akan memberikan dampak positif dalam pertumbuhan pembangunan dan social masyarakat bagi masyarakat. Dalam pengembangan biasanya kendala yang paling besar

adalah keterbatasan sumber daya manusia, kecilnya partisipasi masyarakat, pendanaan serta infrastruktur pendukung keberadaan desa wisata Wirun. Untuk itu perlu melibatkan banyak pemangku kepentingan yang berhubungan dengan pengembangan wisata daerah.

Tabel 1. Rencana Pengembangan Jangka Pendek

No.	Program/Kegiatan	Pengembangan	Institusi
1.	**Grand Desain**		
	Fasilitasi Perencanaan Pembangunan	Penyusunan Grand Desain Desa Wisata Wirun	Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
2.	**Pengembangan Infrastruktur/Fisik Wisata**		
	Fasilitasi Infrastruktur	Sarana Perparkiran	DPU PR, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Sarana Gedung Seni/Sanggar	Dinas Kebudayaan, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Penataan Wisata Kuliner	Dinas Perdagangan, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Penataan Taman	DLH, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Penataan Embung Pengantin	DLH, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Penataan Desa Gamelan	Dinas Kebudayaan, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Penataan Lingkungan di Pura Sahasra	DPU PR, Dinas Lingkungan, DLH, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
3.	**Pengembangan Sarana Penunjang**		
		Promosi dan Marketing melalui website, IT dll	Dinas Komunikasi dan Informasi, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Sosialisasi dan Pembinaan Warga Desa	Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Pendampingan UMKM Penunjang Desa Wisata	Dinas UMKM, DLH, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Pendampingan Sistem Perdagangan dalam Wisata	Dinas Perdagangan, Dinas UMKM, Dinas Pemberdayaan, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Sistem Pengelolaan Aset Daerah	Dinas Pendapatan dan Aset, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Pelatihan dan Bimbingan Teknis Kepariwisataan Meliputi aspek potensi Desa Wirun	Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja, Bapelbangda, Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
		Pengelolaan Wisata Desa Wirun yang terintegrasi antar obyek wisata	Pemerintah Desa, OPD terkait lainnya
4.	**Strukturisasi**		
		Penyusunan Tim Percepatan Desa Wisata Wirun	Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Desa

(Sumber: data diolah, 2018)

Tabel 2. Pengembangan Paket Wisata Desa Wirun

No.	Kegiatan	Pengembangan	Sasaran	Keterangan
1.	Wisata Religi	Puri Sahasra Upacara Keagamaan Edukasi	Masyarakat Umum, Nasional, Internasional	Kunjungan ke pura sahasra dengan melakukan kegiatan ritual dan edukasi religi
2.	Wisata Budaya	Seni Ketoprak Sanggar Tari Gamelan Gelar Seni dan Budaya	Masyarakat Umum Pelajar Mahasiswa	Kunjungan, belajar, demo, dan praktek dalam penerusan warisan budaya bangsa
3.	Wisata Taman Air	Wisata Embung Wisata Pemancingan	Masyarakat Umum	Kunjungan, hiburan, dan wisata, pemancingan,gethek, perahu dan lainnya
4.	Wisata Kuliner	Festival makanan	Masyarakat Umum	Masakan tradisional hasil UMKM dan khas desa wirun

(Sumber: data diolah, 2018)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan dibutuhkan strategi yang tepat agar budaya lokal di Desa Wirun bisa lebih maju, dikarenakan potensi atau asset wisata cukup banyak, sehingga perlu adanya kebijakan, strategi dan rencana aksi dalam membentuk **Desa Wisata Wirun**, Mojolaban Kabupaten Sukoharjo. Untuk mengenal Desa Wirun dengan "***Desa Innovasi Budaya***." Dengan membuat visi dan misi bahwa Desa Wirun adalah desa yang dirindukan oleh masyarakat luas, yang isinya adalah desa yang penuh budaya khas Desa Wirun dengan keragamannya serta memiliki banyak tradisi daerah yang berbeda dengan desa yang lain. Hal ini akan menambah ke khasan Desa tersebut, dengan melakukan strategi promosi dan marketing yang berbasis teknologi dijaman digital sekarang ini. Strategi yang bisa dijalankan adalah menggunakan pemasaran dan promosi dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mengenalkan budaya lokal ke masyarakat dunia. Saat ini pariwisata memegang peranan penting dalam strategi-strategi ekonomi di berbagai negara termasuk Indonesia.

Perkembangan sektor kepariwisataan mampu memberikan keuntungan yang tidak sedikit baik bagi negara, daerah yang menjadi tujuan wisata maupun masyarakat yang tinggal di daerah sekitar daerah tujuan. Oleh karena itu diperlukan suatu tindakan nyata untuk membangkitkan kembali kegiatan kepariwisataan melalui paradigma baru yaitu pengembangan pariwisata yang berbasis pada perekonomian kerakyatan atau pengembangan pariwisata rakyat dengan memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran dan promosi.

SARAN DAN REKOMENDASI

Dalam pelaksanaan desa wisata harus didukung oleh komponen wisata dan *stakeholders* meliputi kebijakan dan Organisasi Perangkat Daerah (OPD), LSM, pegiat wisata, para pihak dan masyarakat secara luas. Harapannya pemerintah dapat memberikan sebuah bantuan dan media promosi guna membangkitkan usaha kecil menengah dalam potensi wisata tersebut, baik itu dana pinjaman, tender, ataupun *event-event* daerah yang

dapat dijadikan sebuah ajang promosi atau marketing. Rekomendasi dari penelitian ini adalah:

1. Kebijakan Daerah melalui regulasi tentang kepariwisataan di Desa Wirun sebagai Desa Wisata di Sukoharjo.
2. Perbaikan segala komponen utama maupun penunjang wisata di Desa Wirun.
3. Pelaksanaan *grand desain* Desa Wisata dengan kebijakan, strategi dan rencana aksi sesuai dengan anggaran dan pembiayaan dari APBN/APBD Pemerintah Kabupaten Sukoharjo.
4. Keterlibatan para pihak di sector wisata di Sukoharjo.

DAFTAR PUSTAKA

Ardian, Prima, 2009. *Penataan dan Pengembangan Sentra Industri Gamelan di Desa Wirun Sebagai Desa Wisata Industri Gamelan*, Tugas Akhir, Fakultas Teknik Jurusan Arsitek, UNS.

Alfianto, Aditya P & Iqbal, M. 2017. *Analisis Eksploratori Industri Kreatif Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism*, JAB, 53(1): 113-123.

Choerudin, Achmad, 2018. *Draf Laporan Grand Desain Potensi Desa Wisata Desa Wirun*, Penelitian, Balitbangda Kabupaten Sukoharjo.

Erawan, I Wayan.1985. *Pengaruh Kebijakan Pariwisata Terhadap Industri Pariwisata Bali*. Denpasar : Universitas Udayana

Hakim, Luchman, 2004. *Dasar-dasar Ekowisata*. Malang : Bayumedia Publishing.

Hausler, N.S.W., 2003. *Training Manual For Community-based Tourism. Zschortau:Inwent*

Muljadi. 2009. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Murniati, 2008. *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata*, Tugas Akhir, FISIP, UNS.

Pemdes Wirun, 2017. *Data Monografi Desa Wirun*, Pemerintah Kabupaten Sukoharjo.

Suansri, P., 2003. *Community Based Tourism Hanbook. Thailand: Rest Project.*

Yoeti, A, Oka. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Prodya Paramita.

Zahra, A. & Nancy, G. McGehee., 2013. *Volunteer Tourism: A Host Community Capital Perspektive: Annals of Tourism Research,* 42: 22–45.

THE IMPACT OF WORKING AGE, WORK EXPERIENE,WORK MOTIVATION IN INCREASING THE PRODUCTIVITY OF CV. MAKMUR JAYA ABADI

DAMPAK USIA KERJA, PENGALAMAN KERJA ,MOTIVASI KERJA DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KARYAWAN CV. MAKMUR JAYA ABADI

Edi Santoso

edys8377@gmail.com

Progdi S1 Manajemen STIE AUB Surakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of working age, work experience and work motivation on employee productivity CV. Makmur Abadi Jaya. Data obtained based on primary data through questionnaire with a sample of 60 responents. The analytical method used in this study is multiple iinear regression analysis, t test, F test and determination test (R2). Besides that, the data quality test and classic assumption test were also conducted. Based on the results of the t test, it showes that the working age variable had a significant efeect on employee prosuctivity, work experience had a significant influence on employee produkctivity, and work motivation had a significant efeect on employee productivity CV. Makmur Jaya Abad.

Keywords: Working Age, Work Experience, Work Motivation, Work Productivity.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisa dampak usia kerja, pengalaman kerja dan motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan CV. Makmur Abadi Jaya. Data diperoleh berdasarkan data primer melalui kuiesioner dengan jumlah sampel 60 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi regresi linear berganda , uji t, uji F dan uji Determinasi (R^2). Selain itu juga dilakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik.berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel usia kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan, pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan, dan motivasi kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi.

Kata kunci : Usia Kerja, Pengalaman Kerja, Motivasi Kerja, Produktivitas kerja.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha selalu mengalami peningkatan selaras dengan kondisi perkenomian di negara ini sehingga persaingan dunia bisnis semakin ketat. Dalam persaingan yang semakin ketat menyebabkan banyak perusahaan yang mengalami kerugian maupun peningkatan dalam usaha bisnisnya.sehingga perlu perbaikan-perbaikan supaya usaha di dalam suatu perusaahan terhindar dari kerugian. Perbaikan yang paling utama adalah di bidanag sumber daya manusia, karena sumber manusia adalah asset terpenting dalam suatu perusahaan dan merupakan

faktor utama dalam kegiatan setiap operasonal perusahaan (Rismayadi, 2015).

CV. Makmur Jaya Abadi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan, mengolah hasil pertanian hasil sumber daya alam seperti ubi jalar yang diproduksi menjadi makanan ringan dimana sangat banyak digemari oleh masyarakat disemua kalangan. CV. Makmur Jaya Abadi mewujudkan produk makanan ringan yang berkualitas didukung dengan peran pemerintahan dalam pengawasann dan pengujian kelayakannya. Fenomena yang sering terjadi adalah produktivitas kerja karyawan, dimana tenaga kerja didominasi oleh para orang tua, sehingga faktor usia sangat mempengaruhi produktivitas karyawan, selain itu pengalaman kerja merupakan faktor yang sangat dibutuhkan perusahaan agar produksi sesuai target, semakin lama seseorang bekerja semakin besar pula pengalaman kerja yang dimiliki dan dengan adanya motivasi kerja dari atasan maupun keluarga maka karyawan akan lebih bersemangat sehingga produktivitas akan meningkat. Rendahnya produktivitas karyawan diduga karena pengaruh dari faktor usia, pengalaman kerja yang tidak sesuai dan kurangnya motivasi kerja sehingaa berdampak pada kurangnya produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi.

Menurut Febyjayanti (2015), bagi perusahaan produktivitas kerja karyawan sangat penting karena sebagai alat ukur keberhasilan dalam melanjutkan usaha. Dengan meningkatnya produktivitas kerja karyawan secara tidak langsung akan mendorong motivasi kerja untuk meningkatkan produktivitas lebih baik dan berdampak pada peningkatan kepuasaan kerja dari para pekerja (Rismayadi,2015).

Faktor yang mempengaruhi produktivitas yaitu adalah faktor usia (Tanto, *et al* (2012) & Mahendra dan Woyanti (2014) dalam Aprilyani (2017) usia yang masih dalam masa produktif biasanya mempunyai produktivitas yang tinggi dibandingkan dengan tenaga kerja yang sudah berusia tua, karena apabila sudah berusia fisik yang di miliki lemah dan terbatas sehingga menjadi kendala produktivitas kerja. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Rismayadi (2015) yang menunjukan bahwa usia kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

Yunarsih dan Suwanto (2013) pengalaman kerja yaitu pengalaan seseorang untuk melakukan pekerjaan tertentu, pengalaman pekerjaan ini harus dilakukan dan berapa lamanya pekerjan itu akan mempungaruhi produktivitas. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan kumadewi (2016) yang menunjukan bahwa pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

Hasibuan (2010) mengungkapkan bahwa motivasi kerja saaangat penting karena dnegan motivasi di harapkan karyawan dapat membangkitkan semangat kerja atau keinginan untuk lebih bekerja keras agar tercapai produktivitas yang baik. Morivasi kerja, usia kerja dan pengalaman kerja merupakan faktor terpenting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan Febyjayanti (2015) yang menunjukan bahwa motivasi kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

Keberhasilan CV. Makmur Jaya Abadi tidak lain dengan meningkatnya produktivitas karyawannya, namun ada berbagai sumber masalah yang dihadapi oleh karyawan untuk mendapatkan hasil produktivitas yang maksimal. Dimana dengan adanya permasalahan tersebut peneliti ingin mengetahui lebih jelas yang

dihadapi oleh produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi. Sehingga peneliti mengambil judul penelitian, yaitu **" Dampak Usia Kerja, Pengalaman Kerja Motivasi Kerja dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan Cv. Makmur Jaya Abadi"**

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan CV. Makmur Jaya Abadi dengan sampel 60 Responden dengan menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner yang diserahkan kepada karyawan CV. Makmur Jaya Abadi. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji Instrumen , uji asumsi klasik, uji analisis linear berganda, uji t, uji F dan Uji Determinsi (R2).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis diproleh output penelitian sebagai berikut :

A. Uji Intrusmen

1. Uji Validitas

Tabel 1
Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Usia Kerja (X1)

Question	r hitung	r tabel	Keterangan
UK_1	0,555	0,254	Valid
UK_2	0,468	0,254	Valid
UK_3	0, 440	0,254	Valid
UK_4	0,459	0,254	Valid
UK_5	0 ,600	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Tabel 2
Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Pengalaman Kerja (X2)

Question	r hitung	r tabel	Keterangan
PK_1	0,591	0,254	Valid
PK_2	0.407	0,254	Valid
PK_3	0,527	0,254	Valid
PK_4	0,474	0,254	Valid
PK_5	0,382	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Tabel 3
Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Motivasi Kerja (X_3)

Question	r hitung	r tabel	Keterangan
MK_1	0,588	0,254	Valid
MK_2	0,509	0,254	Valid
MK_3	0,516	0,254	Valid
MK_4	0,538	0,254	Valid
MK_5	0, 360	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Tabel 4
Rangkuman Validitas Instrumen untuk Variabel Produktivitas Kerja (Y)

Question	r hitung	r tabel	Keterangan
Produktivitas_1	0,541	0,254	Valid
Produktivitas_2	0,612	0,254	Valid
Produktivitas_3	0,627	0,254	Valid
Produktivitas_4	0,686	0,254	Valid
Produktivitas_5	0,666	0,254	Valid
Produktivitas_6	0,516	0,254	Valid
Produktivitas_7	0,521	0,254	Valid
Produktivitas_8	0,552	0,254	Valid
Produktivitas_9	0,766	0,254	Valid
Produktivitas_10	0,695	0,254	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Dari Tabel 1, 2, 3, 4 menunjukan bahwa seluruh pertanyaan tentang Variabel dinyatakan Valid dengan dengan melihat hasil korelasi dan signifikan dari hasil uji nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}.

2. Uji Reabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Ketentuan	Keterangan
Usia Kerja	0,728	0,6	Reliabel
Pengalaman Kerja	0,715	0,6	Reliabel
Motivasi Kerja	0,739	0,6	Reliabel
Produktivitas Kerja	0,882	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Dari Tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 maka seluruh item pertanyaan penelitian ini realiabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolineritas

Tabel 6
Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Usia Kerja	0,984	1,016	Bebas Multikolinieritas
PengalamanKerja	0,995	1,005	Bebas Multikolinieritas
Motivasi Kerja	0,987	1,013	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari Tabel 6 diatas menunjukan bahwa ini tolerance dari semua varibel bebas lebih besar dari 0,10.variabel usia kerja mempunyai nilai tolerance sebesar 0,984 , variabel pengalaman kerja mempunyai nilai tolerance sebesar 0,995 ,variabel motivasi kerja mempunyai nilai tolerance sebesar 0,987.sedangankan melihat VIF dari semua variabel bebas diperoleh hasil pengolahan VIF untuk variabel Usia kerja sebesar 1,016, variabel pengalaman kerja diperoleh sebesar 1,005, sedaangan motivasi kerja diperoleh sebesar 1,013. Hasil tersebut tidak melebihi 10,00 sehingga dari hasil keeluruhan tersebut maka hasil penelitian ini tidak terjadi gejala multikolineritas.

2. Uji Normalitas

Tabel 4.11
Ringkasan Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Keterangan
0,898	0,05	Data berdistribusi normal

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari Tabel 4.11 dapat diketahui Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,898 > 0,05 berarti data tersebut memenuhi syarat berdistribusi normal.

3. Uji Heteroskedasitas

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,852	4,508		1,298	,200
	USIAKERJA	-,083	,135	-,082	-,612	,543
	PENGALAMANKERJA	-,053	,119	-,060	-,447	,656
	MOTIVASIKERJA	,012	,126	,013	,095	,925

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil output data SPSS pada tabel 6 diperoleh nilai signifikan untuk variabel usia kerja sebesar 0,543, variabel pengalaman kerja sebesar 0,656, sedangkan variabel motivasi kerja sebesar 0,925. Nilai signifikan ketiga variabel berada diatas 0,05 sehingga tidak mengalami heteroskedasitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 7
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate	Durbin-Watson
1	,536[a]	,288	,249	4,371	2,023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 2,023 dengan menggunakan derajat keyakinan 5%, dengan jumlah sampel sebanyak 60 dan 3 variabel penjelas, maka diperoleh nilai dL = 1,479 , dU =1,688. Kesimpulan dari pengujian ini menyatakan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi antar variabel.

C. Uji Analisis Data

1. Uji analisis regresi linear berganda

Tabel 8
Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,092	7,364		,827	,412
Usia Kerja	,720	,221	,371	3,259	,002
Pengalaman Kerja	,515	,194	,301	2,660	,010
Motivasi Kerja	,450	,206	,248	2,185	,033

Sumber : Data primer diolah, 2018

Persamaan regresi :

Y : α + b1X1 + b2X2 + b3X3 +

Y : 6,092 + 0,720 X1 + 0,515 X2 + 0,450 X3 + e

Dari persamaana tersebut dapat diinterprestasikan bahwa :

a. Konstanta sebesar 6,092 dengan prameter positif, menunjukkan bahwa variabel usia kerja, pengalaman kerja dan motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan mengalami peningkatan sebesar 6,092.

b. Koesfisien regresi dari variabel usia kerja sebesar 0,720 dengan parameter positif, maka menunjukan bahwa produktivitas karyawan mengalami peningkatan sebesar 0,720.
c. Koesfisien regresi variabel pengalaman kerja sebesar 0,515 dengan parameter positif, maka menunjukkan bahwa produktivitas karyawan mengalami peningkatan sebesar 0,515.
d. Koesfisien regresi variabel motivasi kerja sebesar 0,450 dengan parameter positif, maka menunjukkan bahwa produktivitas karyawan mengalami peningkatan sebesar 0,450.

2. Uji t

Tabel 9
Hasil Uji - t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Usia Kerja	3,259	2,003	0,002	H1 diterima
Pengalaman Kerja	2, 660	2,003	0, 010	H2 diterima
Motivasi Kerja	2,185	2,003	0,033	H3 diterima

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Hasil uji t dapat diketahui bahwa :

a. Variabel usia kerja (X1) di peroleh t hitung sebesar 3,259 dan t tabel 2.003 dengan nilai signifikan 0,002. Artinya nilai signifikan tersebut < 0,05. Sehingga usia kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.
b. Variabel pengalaman kerja (X2) di peroleh t hitung sebesar 2,660 dan t tabel 2,003 dengan nilai signifikan 0,010. Artinya nilai sginifikan < 0,05. Sehingga pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.
c. Variabel motivasi kerja (X3) di peroleh t hhitung sebesar 2,185 dan t tabel 2,003 dengan nilai signifikan 0,033. Artinya nilai signifikan < 0,05. Sehingga motivasi kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

3. Uji F

Tabel 10
Hasil Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.	Keterangan
7,536	2,777	0,000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan uji F pada tabel 3 diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 7,539 dan F tabel sebesar 2,777 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka terdapat pengaruh signifikan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel depnden. Kesimpulannya secara bersama-sama variabel usia kerja, pengalaman kerja dan motivasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan terbukti kebenarannya.

4. Determinasi (R^2)

Tabel 11
Hasil Uji Determinasi R^2

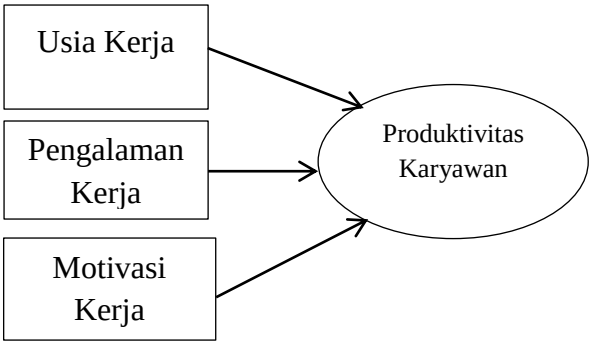
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,536[a]	,288	,249	4,371

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji R^2 pada tabel 4 di peroleh bahwa nilai *R Square* sebesar 0,288 sehingga diperoleh nilai koesfisien determinasi sebesar 28,8%. Anga tersebut mengandung arti bahwa variabel usia kerja, pengalamana kerja dan motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan sebesar 28,8% sedangkan sisanya 100% - 28,8% = 71,2% dipengaruhi

oleh variabel lain di luar model regresi ini disebut eror (e).

KERANGKA PEMIKIRAN



PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menujukkan bahwa adanya dampak signifikan variabel usia kerja terhadap produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi. Karena disebabkan dimana tenaga kerja didominasi oleh para orang tua sehingga usia tidak menjadi kendala produktivitas.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa adanya dampak signifikan variabel pengalaman kerja terhadap produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi. Disebabkan karena semakin lama seseorang bekerja maka semakin besar pula pengalaman kerja yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan produktivitas.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa adanya dampak signifikan variabel motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan. Motivasi kerja sangat dibutuhkan karyawan CV.Makmur Jaya Abadi untuk membangkitkan semangat kerja mereka, motivasi dari atasan maupun keluarga sangat dibutuhkan karyawan CV. Makmur Jaya Abadi.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel usia kerja, pengalaman kerja dan motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan terbukti kebenaranya.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda di peroleh hasil usia kerja, pengalaman kerja dan motivasi kerja berpengaruh signifikan dan dapat meningkatkan produktivitas karyawan CV. Makmur Jaya Abadi.
2. Berdasarkan hasil uji t :
   a. Variabel usia kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.
   b. Variabel pengalaman kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.
   c. Variabel motivasi kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap produktivitas karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilyanti, selvia .(2017). *Pengaruh usia kerja dan masa kerja terhadap produktivitas kerja (studi kasus ; PT.OASIS water Internastional Cabang Palembang).* Jurnal sistem dan Manajemen industri. Vol 1 no 2 Desember 2017, 68-72p-ISSN 2580-2887,E-ISSN 2580-2895.

Febyjayanti , I wayan, Gede Putu .(2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas pada UD. Wahyu Artha di desa Menyali Kabupaten Buleleng Tahun 2013*. E-Journal Bisma Universitas pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 3 Tahun 2015).

Kumbadewi, I wayan, Gede Putu .(2016). *Pengaruh umur, pengalaman kerja , upah, teknologi dan lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan*. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Genesha Jurusan Manajemen (Volume 4 Thun 2016).

Melayu , S P Hasibuan. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Rismayadi, Budi. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan (studi Kasus pada CV. Mitra bersama lestari tahun 2014).* Jurnal manajemen & Bisnis ISSN 2528-0597. Vol 1 No 2015.

Yunarsih dansuwanto. 2013. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Bandung ; Alfabeta.

PENYULUHAN PEMBENTUKAN PRA KOPERASI DAN PELATIHAN PENGELOLAAN KEUANGAN RUMAH TANGGA DI DESA PARE, DUSUN TELOGOREJO SELOGIRI, WONOGIRI

Dra. Endah Nawangsasi, M.M.
Program Studi Akuntansi STIE AUB
nawangsasiendah@yahoo.com

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Desa Pare, Dusun Telogorejo, Kecamatan Selogiri, Wonogiri, bertujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang Koperasi, system pembukuan yang benar dan pengelolaan keuangan rumah tangga yang tepat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam waktu 6 bulan. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat umum dan yang tergabung dalam kelompok pengusaha kecil di Desa Pare, Dusun Telogorejo, Kecamatan Selogiri, Kabupaten Wonogiri yang memiliki berbagi usaha kecil. Peserta penyuluhan ini adalah para wirausaha yang memiliki produk makanan kecil, seperti krupuk rambak, tempe kripik, sate telur puyuh. Mereka dihadapkan pada pinjaman bunga tinggi untuk modal, yaiut para renternir. Bertolak dari hal tersebut maka Tim Pengabdian membantu memberikan penyuluhan pembentukan koperasi, juga pembuatan pembukuan keuangan rumah tangga yang benar pada kelompok Ibu-ibu di Desa Pare, agar mengatur keuangan rumah tangganya terlaksana dengan baik dan sejahtera.

*Kata Kunci : Pembentukan Pra Koperasi, Pembukuan dari Pengelolaan Keuangan

ABSTRACT

Community Service activities carried out in Pare Village, Telogorejo Hamlet, Selogiri District, Wonogiri, aim to provide knowledge and understanding of Cooperatives, correct bookkeeping systems and proper household financial management. This community service activity was carried out within 6 months. Participants in the community service activities are the general public and those who are members of small business groups in Pare Village, Telogorejo Hamlet, Selogiri Subdistrict, Wonogiri Regency who have shared small businesses. These extension participants are entrepreneurs who have small food products, such as rambak crackers, kripik tempeh, quail egg satay. They are faced with high interest loans for capital, namely the loan sharks. Starting from this, the Community Service Team helped provide counseling for the formation of cooperatives, as well as making the correct accounting for household finances for groups of women in Pare Village, in order to manage their household finances well and prosperously.

* Keywords: Pre-Cooperative Formation, Bookkeeping from Financial Management

PENDAHULUAN

Ekonomi yang maju dalam masyarakat tidak langsung muncul. Kemajuan ekonomi dan kesejahteraan ekonomi tidak hanya monopoli kaum terdidik atau kaum kelas atas, namun menjadi hak semua lapisan masyarakat, termasuk kaum marginal atau kaum pinggiran. Berdasarkan hal tersebut Tim Pengabdian tertarik untuk memahami dan meneliti kehidupan perekonomian di Desa Pare, Dusun Telogorejo, Selogiri, Wonogiri, khususnya kehidupan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang ada di Desa Pare tersebut. Kesejahteraan ekonomi rakyat harus diawali dari rakyat itu sendiri, yaitu dengan memberdayakan rakyat, seperti di Desa Pare, Dusun Telogorejo, Selogiri, Wonogiri, beberapa UMKM yang ada belum kelihatan perkembangan, karena ada beberapa hal yang masih harus dibenahi, ditata yang signifikan. Sesuai dengan tujuan Tim Pengabdian yang ingin membantu sehingga usaha mereka dapat berkembang dengan keuntungan maksimal.

Menurut pengamatan Tim Pengabdian pada Masyarakat STIE AUB, ada beberapa masalah yang menjadi hambatan pada usaha-usaha mereka, diantaranya adalah ; modal pas-pasan, modal pinjam pada renternir yang memberikan pinjaman dengan bunga tinggi, dengan demikian keuntungan mereka menjadi

sedikit, karena dikurangi untuk mengembalikan pinjaman pada renternir, berdasarkan pengamatan tersebut maka perlulah dibentuk koperasi, sehingga keuntungan bisa meningkat, karena bunga pinjaman dari koperasi rendah.

- Andi Lukman (2012 : 21) menyatakan : UMKM merupakan solusi untuk memecahkan masalah kemiskinan, karena masyarakat ekonomi lemah akan lebih berani dan termotivasi untuk berusaha memperbaiki kehidupannya dengan mengadakan usaha dagang, oleh karena itu UMKM harus membuka selebar-lebarnya dalam memberi peluang usaha pada masyarakat ekonomi lemah dengan memberikan pelatihan / penyuluhan Sumber Daya Manusia dalam hal Pelatihan Ketrampilan dan Bisnis, sehingga akan termotivasi menjadi seorang wirausaha (Entrepreneurship).
- Ade Komarudin (2014 : 14) mengatakan : Pemberdayaan UMKM bisa dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat, oleh karena itu pemberdayaan UMKM harus dilakukan secara terencana, sistematis, komprehensif baik secara mikro maupun makro. Pemberdayaan UMKM secara sistematis harus dibarengi peningkatan kata UMKM yang luas sehingga akan terbentuk jiwa kewirausahaan di masyarakat. Demikian pula perlu diberi pemahaman IPTEK pada calon wirausaha agar setiap proses produksi dapat memperkuat efisiensi biaya keberhasilan suatu usaha dagang / bisnis harus seiring dengan pengelolaan manajemen keuangan perusahaan, diantaranya yaitu dengan perencanaan, pelaksanaan, pinjaman. Agar hal tersebut dapat terlaksana sesuai tujuan maka perlu pembukuan yang benar, laporan keuangan koperasi simpan pinjam yang sesuai dengan Teori-teori Akuntansi.
- Haryono Yusuf (1992 : 5) mengatakan pengertian Akuntansi dapat dirumuskan dari 2 sudut pandang yaitu :
  a. Sudut pemakai akuntansi, yaitu suatu displin yang menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan seefisien dan mengevaluasi kegiatan organisasi.
  b. Dari sudut kegiatan
     Akuntansi adalah proses pencatatan, pengelolaan peringkasan, pelaporan dan pengenalisaan data keuangan suatu organisasi.
- S.Arifin (2001 : 14) pengertian koperasi berasal dari gabungan kata “CO” dan “Operation” yang mengandung arti bekerja sama untuk mencapai tujuan. Secara umum koperasi dikenal sebagai perkumpulan orang-orang yang secara sukarela mempersatukan diri untuk mencapai kepentingan-kepentingan ekonomi atau penyelenggaraan usaha bersama melalui pembentukkan suatu perkumpulan yang diawasi secara demokratis.
- Menurut UU no 12 Tahun 1976, koperasi adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak social, beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama atas azas kekeluargaan.
- Baswur (1997 : 28) mengatakan dalam tata perekonomian Indonesia, fungsi koperasi adalah :
  1. Sebagai alat perjuangan untuk mempertinggi kesejahteraan rakyat.
  2. Sebagai pendemokrasian ekonomi nasional, sebab koperasi sebagai salah satu perhimpunan kekuatan ekonomi yang lemah.
  3. Sebagai salah satu urat nadi perekonomian Indonesia.
  4. Alat Pembina insan masyarakat untuk memperkokoh kedudukan ekonomi bangsa Indonesia serta bersatu mengatur tata perekonomian rakyat.

Tujuan koperasi antara lain :

a. Mencapai perbaikan hidup dengan usaha bersama berdasar kekeluargaan dan gotong royong.
b. Mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur berdasarkan dari UUD 1945 dan Pancasila.

- Sukanto (1998 : 50) mengatakan kegiatan koperasi simpan pinjam dalam hal melakukan penghimpunan dana dari anggota ataupun dari masyarakat umum. Bentuk penghimpunan dana bisa berupa tabungan atau simpanan, sedangkan untuk masyarakat luas dapat diberikan pinjaman modal. Kegiatan usaha koperasi simpan pinjam dalam hal untuk memperoleh laba didapatkan dari pengalokasian hasil dari penghimpunan dana yang kemudian disalurkan kepada anggota atau masyarakat luas dalam bentuk pinjaman dengan mendapatkan laba berupa bunga.
- Abdul Hakim (1995 : 28) mengatakan simpan pinjam dalam koperasi sumber dana utama adalah simpanan, sehingga perlu diberi penjelasan, bahwa simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota dalam bentuk tabungan dan simpanan koperasi berjangka.

METODE

Sasaran yang tepat dalam kegiatan ini adalah masyarakat yang terdiri dari kelompok pengusaha kecil dan menengah (UMKM) di Desa Pare, Kecamatan Selogiri, Wonogiri, serta masyarakat umum Desa Pare. Pendekatan yang diberikan penduduk yaitu untuk pemecahan masalah, adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan dapat berupa :

- Memberikan pemahaman hak dan kewajiban sebagai anggota koperasi.
- Memberikan pemahaman cara mendirikan koperasi.
- Memberikan pemahaman system pembukuan simpan pinjam yang benar sesuai teori-teori akuntansi.
- Memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan rumah tangga.

Dalam pengabdian masyarakat di Desa Pare ini Tim Pengabdian mengawali terlebih dahulu dengan observasi, mengawali keadaan/situasi lapangan/obyek yang akan digunakan pengabdian, maka selanjutnya mempelajari masalah-masalah apa saja yang ada di lapangan dan bagaimana membantu memecahkan masalah dengan menggunakan beberapa teori-teori atau ilmu yang sesuai disiplin Ilmu Tim Pengabdian. Langkah-langkah yang perlu dilaksanakan dan metode-metode yang dapat membantu permasalahan di Desa Pare adalah sebagai berikut :

- Menyampaikan materi berupa makalah pada peserta / kelompok masyarakat
- Memberikan pelatihan pembukuan simpan pinjam pada peserta kelompok yang hadir pada acara penyuluhan dari Tim Pengabdian masyarakat.
- Memberikan pelatihan cara penghitungan SHU (Sisa Hasil Usaha) apabila nanti terbentuk Badan Koperasi.
- Memberikan pelatihan bagaimana cara pengelolaan keuangan rumah tangga, sehingga manajemen dengan baik secara efisien dan efektif.

PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Pare dengan beberapa cara, yaitu pertama wawancara pada masyarakat masalah-masalah apa yang muncul di Desa tersebut, langkah-langkah selanjutnya Tim Pengabdian pada Masyarakat berusaha membantu memberikan solusi untuk memecahkan masalah-masalah tersebut.

Masalah-masalah yang ada dalam Desa Pare adalah sebagai berikut :

1. Laporan keuangan di masyarakat desa maupun di kelurahan Desa Pare, belum sesuai dengan pembukuan yang benar sesuai teori-teori Akuntansi. Contohnya : buku simpan pinjam.
2. Belum terbentuk Badan Koperasi.
3. Masyarakat belum mengetahui hak dan kewajiban sebagai anggota koperasi.
4. Kelompok UMKM belum dikelola secara baik, baik dari segi produksi, manajemen keuangan dan pemasaran.

Bertolak dari hal tersebut di atas, maka Tim Pengabdian Masyarakat berusaha memecahkan permasalahan-permasalahan tersebut :

Ad.1. Laporan keuangan dalam bentuk pembukuan baik yang ada di masyarakat atau

di kelurahan masih belum sempurna, belum sesuai dengan teori-teori akuntansi misalnya pembukuan simpan pinjam, oleh karena itu perlu diberi penyuluhan dan pelatihan tentang cara membuat laporan simpan pinjam sesuai dengan teori-teori akuntansi.

Ad.2. Belum terbentuknya koperasi, oleh karena itu perlu dibentuk koperasi agar masyarakat memiliki wadah/organisasi yang benar, hal ini sangat berguna kalau masyarakat yang memiliki usaha bisa meminjam dana untuk modal usaha. Karena ada beberapa warga yang pinjam uang pada renternir yang memberikan bunga pinjaman sangat tinggi, keuntungan usaha hanya sedikit. Dampaknya bertolak dari hal tersebut perlu meminta bantuan DEPKOP di WONOGIRI dalam hal pembentukan koperasi di Desa Pare.

Ad.3. Masyarakat belum memahami tentang hak dan kewajiban sebagai anggota koperasi, oleh karena itu Tim Pengabdian berusaha memberikan penyelesaian.

Ad.4. Kelompok UMKM di Desa Pare masih mengalami hambatan, diantaranya adalah modal yang pas-pasan, pengelolaan keuangan dari proses pembuatan produk, penjualan, sampai pemasaran masih bersifat sederhana, tanpa menggunakan penghitungan yang jelas, tanpa menggunakan pembukuan, sehingga usaha bisnis yang telah di rintis lama kurang berkembang pesat, maka hal inilah yang menjadi perhatian Tim Pengabdian Masyarakat untuk membantu agar usaha dagang pada kelompok UMKM bisa berhasil, dengan memberikan penyuluhan pelatihan cara penghitungan modal untuk usaha sehingga keuntungan meningkat, demikian pula pada pembuatan pembukuan yang benar sesuai aturan-aturan dalam Ilmu Akuntansi sebagai upaya tindak lanjut membantu permasalahan-permasalahan yang ada di Desa Pare maka Tim Pengandian pada Masyarakat melaksanakan beberapa cara antara lain :

1. Memberantas materi dengan presentasi melalui Laptop dan pemberian makalah pada peserta.
2. Memberikan pemahaman tentang pentingnya pembentukan koperasi.
3. Memberikan pemahaman tentang pembukuan simpan pinjam dengan teori-teori Akuntansi.
4. Memberikan pelatihan-pelatihan cara membuat pembukuan simpan pinjam.
5. Memberikan pelatihan-pelatihan cara menghitung modal, biaya operasional, dari laba sehingga keuntungan dapat meningkat.
6. Pelatihan pengelolaan keuangan rumah tangga.

Bertolak dari hal tersebut di atas, Tim Pengabdian pada Masyarakat STIE AUB Surakarta, memberikan contoh-contoh pembukuan yang benar sesuai Ilmu Akuntansi.

Dalam hal pengelolaan keuangan rumah tangga ada beberapa strategi yang harus di pahami oleh ibu-ibu kelompok UKM atau masyarakat biasa, pengelolaan keuangan dalam rumah tangganya bisa diatur dengan baik. Ada 12 cara mengatur keuangan rumah tangga dengan gaji kecil, sebagai berikut :

1. Lakukan Evakuasi Biaya Rumah

Banyak orang yang kesulitan untuk mengatur keuangan keluarganya karena cicilan rumah (KPR) sudah memotong sebagian besar gaji bulanan. Sebaiknya cicilan rumah tidak lebih dari 25% dari total gaji yang diperoleh setiap bulannya. Carilah KPR yang menawarkan cicilan paling kecil, atau jika belum mampu mengambil cicilan rumah, sebaiknya carilah sebuah kontrakan yang murah. Pasti ada beberapa penawaran yang sesuai dengan kemampuan. Kuncinya adalah Anda harus rajin terus mencari informasi.

Jika memiliki rumah sendiri, Anda dapat menyisihkan sebagian dari gaji untuk membuat tabungan atau berinvestasi. Jika masih lajang, Anda dapat menyewakan kamar di rumah untuk 1 atau 2 orang teman. Uang hasil menyewakan kamar tersebut bisa membantu Andar membayar cicilan menjadi lebih murah dan merupakan cara berinvestasi yang baik. Dengan cara seperti ini, Anda dapat mencicil rumah dan menyisihkan sebagian uang untuk investasi lainnya seperti : tabungan dan dana darurat.

2. Rencanakan Belanja Bulanan dengan Matang

Pemborosan keuangan cenderung terjadi ketika menggunakan uang untuk mengikuti keinginan, padahal keinginan belum tentu menjadi kebutuhan. Cara terbaik untuk menggunakan pendapatan yang kecil adalah membuat rencana belanja bulanan dengan menggunakan anggaran tertulis. Belanjakan uang sesuai dengan rencana yang telah disusun tersebut. Ketika sudah waktunya membeli apa yang dibutuhkan, Anda sudah memiliki anggaran untuk berbelanja. Namun jangan menggunakan uang melebihi anggaran yang telah disusun, karena uang yang tersisa sudah dialokasikan untuk kebutuhan lainnya. Menggunakan anggaran tertulis untuk merencanakan pengeluran dapat meminimalisir Anda dari resiko menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang tidak perlu.

Rencanakan anggaran bulanan secara tertulis, dengan membagi daftar pengeluaran menjadi dua, yaitu : kebutuhan primer dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer antara lain : makan, biaya transportasi, tagihan listrik, air serta telepon, cicilan rumah, motor serta mobil dan lainnya. Sedangkan kebutuhan tersier antara lain : anggaran untuk shopping baju, travelling, hingga anggaran *hangout* dengan teman atau rekan kerja. Selain membiasakan diri membuat anggaran rencana belanja bulanan, Anda juga harus membiasakan diri untuk mematuhi anggaran keuangan yang sudah dibuat.

3. Membeli Barang yang Masih Layak

Membeli barang yang masih layak digunakan dapat menghemat anggaran belanjar, seperti : mobil bekas, barang elektronik bekas, furniture bekas, dan sebagainya. Banyak orang yang memberikan penawaran murah untuk barang bekas yang jarang digunakan, bahkan ada yang tidak

pernah digunakan. Kadang-kadang orang dapat menemukan barang yang kotaknya sudah terbuka, namun barang yang didalamnya belum pernah digunakan, tetapi tidak dijual seperti harga barang baru karena kemasannya telah dibuka. Beberapa took online banyak yang menawarkan barang bekas jarang pakai tersebut, Anda harus rajin mencarinya di internet.

Membeli barang bekas yang masih layak pakai atau barang bekas dengan kondisi seperti barang baru akan sangat membantu Anda untuk berhemat. Misalnya saja, bagi keluarga yang baru pindah rumah dan memerlukan furniture seperti : meja, kursi, dan perabotan rumah tangga lainnya. Sebaiknya belilah barang bekas yang masih bagus di took barang bekas, pasar loak, maupun toko online, namun jangan lupa untuk menawar. Dnegan sedikit polesan cat sempot, meja dan kursi bekas akan terlihat seperti baru.

4. Mempunyai Pengatur Suhu Otomatis

Pengatur suhu yang deprogram otomatis dapat membantu Anda menghemat uang, sehingga lebih mudah menyisihkan uang untuk tabungan. Pilihlah pengatur suhu dengan daya energy yang terendah, sehingga dapat hemat energy dan hemat uang, walaupun harga belinya sedikit lebih mahal daripada yang model biasa.

Meskipun sudah deprogram secara otomatis, Anda masih dapat mengubah suhu rumah secara manual sesuai keinginan. Pengatur suhu yang canggih dapat merasakan ketika pemilik menjauh dari rumah, sehingga secara otomatis mengecilkan penggunaan energi, ini lebih efisien. Meskipun sedikit mahal, namun lebih hemat energi dan lebih awet. Saat ini sudah banyak AC yang didesain secara otomatis sesuai dengan daya PK yang dibutuhkan.

5. Kontrol Kartu Kredit Anda

Belanja menggunakan kartu kredit memang mudah dan semua dapat dibeli. Kartu kredit dapat membantu mengelola keuangan, jika menggunakannya dengan cerdas, seperti : menggunakan promo yang diberikan untuk membeli barang yang dibutuhkan. Namun kartu kredit juga dapat membuat Anda terjebak dalam utang jangka panjang bila menggunakannya secara sembarangan. Penelitian telah menunjukkan bahwa kartu kredit merupakan cara yang paling mudah menghabiskan uang, karena selain sejumlah uang yang dibelanjakan juga ada bunga dan biaya adminitrasi kartu kredit.

Jika Anda tidak bisa mengontrol kartu kredit, sebaiknya lupakan kartu kredit, jika ingin berhemat dan menyimpan uang. Kebiasaan menggunakan kartu kredit sembarangan akan membuat boros dan memberikan konsekuensi keuangan yang serius, jangan sampai rumah tangga rebut karena hutang kartu kredit.

6. Menghemat Pengeluaran untuk Beberapa Aktivitas

Anda dapat melakukan beberapa aktivitas sekaligus untuk menghemat pengeluaran seperti : membeli makan siang sambil melakukan tugas di luar kantor. Hal ini akan lebih menghemat pengeluaran BBM daripada melakukan beberapa perjalanan sepele yang tidak efisien. Simpan selisih uang ke rekening tabungan secara berkala. Bahkan bila rumah dekat dengan tempat kerja, Anda dapat mengambil makan siang dan kopi di rumah sendiri. Selalu ada cara untuk menghemat uang untuk membuat tabungan, tergantung dari diri Anda sendiri.

7. Kurangi Naik Kendaraan Bermotor

Dengan berjalan atau naik sepeda dibandingkan dengan menggunakan mobil untuk pergi ke toko atau bekerja, Anda akan menghemat uang untuk pembelian BBM. Selain itu, Anda juga akan mendapatkan manfaat tambahan, yaitu badan yang semakin sehat dengan banyak berolahraga.

8. Mencari Penghasilan Tambahan

Memanfaatkan waktu yang dimiliki untuk mencari penghasilan tambahan. Ada banyak cara untuk memperoleh tambahan penghasilan seperti : menjual pulsa, menjadi penulis lepas, jualan online, dan sebagainya yang terpenting tidak mengganggu pekerjaan utama. Dengan semakin banyak penghasilan tambahan, maka akan semakin banyak gaji yang dapat disisihkan untuk tabungan.

9. Kurangi Kebiasaan Makan di Luar

Makan sesekali di restoran tidak masalah, namun jika makan di restoran menjadi sebuah kebiasaan rutin akan menghabiskan gaji secara cepat. Harga makanan di restoran setidaknya hingga 4x lipat daripada makanan buatan sendiri. Jika ingin menghemat uang sebaiknya buat

makanan sendiri di rumah. Atau makan di restoran hanya sesekali saja misalnya : sebulan sekali untuk menyenangkan keluarga atau menjamu teman lama.

10. Rencanakan Daftar Belanja

Anda dapat menghemat uang dengan menggunakan perencanaan daftar belanjaan. Merencanakan daftar belanjaan sangat efisien karena dengan belanja dalam jumlah grosir, harga akan jauh lebih murah, sehingga Anda bisa lebih hemat untuk membeli makanan dan memiliki tabungan yang lebih banyak.

11. Lunasi Tagihan TV Kabel Tepat Waktu

Melunasi tagihan TV kabel atau jika diperlukan bisa berhenti berlangganan merupakan salah satu cara yang efektif menghemat pengeluaran dan menyimpan uang untuk masa depan. Walaupun sudah berhenti berlangganan, Anda masih bisa mendapatkan saluran siaran gratis dan menikmati banyak program dan berita yang dibutuhkan. Sehingga semakin banyak uang yang dapat disisihkan dari gaji untuk kemudian ditabung.

12. Gunakan Kupon Diskon atau Promo

Menggunakan kupon diskon atau promo untuk membeli bahan makanan dan barang kebutuhan lainnya dapat menghemat banyak uang, terutama jika Anda pintar mencari tempat belanja yang banyak menawarkan kupon. Saat ini, banyak supermarket yang menawarkan diskon untuk pembeli yang memiliki kartu pelanggan. Anda dapat mencari di internet untuk menemukan kupon produk favorit.

Disiplin Keuangan Merupakan Salah Satu Kunci Sukses

Ada banyak cara untuk menghemat uang jika Anda berpikir secara bijak terhadap penghasilan. Disiplin dalam menjalankan rencana keuangan adalah kunci untuk mengatur gaji yang kecil. Gunakan beberapa cara diatas untuk meraih kondisi finansial yang sehat. Coba hitunglah berapa banyak penghematan dari masing-masing cara dan simpan uang tersebut di bank sebagai dana darurat, atau ke rekening tabungan berkala untuk investasi.

Demikian 12 cara atur keuangan rumah tangga dengan gaji kecil. Menyimpan uang untuk kemudian memasukkannya ke tabungan dengan gaji kecil memang terasa sulit dilakukan. Namun dengan beberapa perubahan cara mengatur belanja bulanan dan menyimpan sisanya, maka akan dpaat menambah pundi tabungan Anda. Jadi mulailah dari sekarang untuk mengatur keuangan rumah tangga dan menyisihkan sebagian penghasilan untuk tabungan.

CONTOH PEMBUKUAN

NO	TGL	KETERANGAN	REF	DEBET	KREDIT	SALDO
	2013					
	1-Sep	Gaji Ayah		3,250,000		3,250,000
	2-Sep	Bayar Lampu			95,000	
		Bayar Air			60,000	
		Bayar Tlp dan Pulsa			110,000	
		Biaya Jajan Anak Sekolah 1 Bulan			300,000	
		Biaya Transport Anak Carteran			100,000	
		Biaya Sekolah dan Buku			150,000	
		Biaya Transport Bapak/Cicilan Motor			600,000	
		Biaya Beras			300,000	
		Biaya Arisan			200,000	
		Jumlah				1,915,000
		Saldo				1,335,000
	7-Sep	Biaya Lauk Sayur			300,000	
		Biaya Kredit Kursi			120,000	
		Dana Pengangan Bapak			200,000	
		Jumlah				620,000
		Saldo				715,000

Finance & UKM

DAFTAR PUSTAKA

https://www.cermati.com/artikel/12-cara-atur-keuangan-rumah-tangga-dengan -gaji-kecil
https://www.google.co.id/search?q=pembukuan+manajemen+keuangan+rumah+tangga+sederhana
Abdul Haka, 1995, Akuntansi Manajemen, BPFE : Yogyakarta
Baswir, Revrisond, 1997, Koperasi Indonesia
BPFE : Yogyakarta
S. Arifin, 2001, Ekonomi Koperasi : Salemba Empat
Jakarta
Sukamto, 1998, Manajemen Koperasi, Edisi 5
BPFE, Yogyakarta
Martono, dan Harjito, 2008,
Manajemen Keuangan, Yogyakarta : Ekonisia
Abdul, 2007, Manajemen Keuangan Bisnis,
Bogor : 6 Halia Indonesia
Sartono, Agus R. 2001, Manajemen Keuangan
(Teori dan Aplikasi), Edisi Empat, Yogyakarta
Kasmi, 2004, Manajemen Perbankan, PT. Raja
Grafindo Persada, Jakarta

The Effect Of Products, Prices, And Promotions On Purchase Decisions In Honda Beat Motorcycle In Surakarta City

Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Surakarta

Fredy Danutirta

S1-Manajemen fredydanu@yahoo.co.id

Abstract

Aim from research this for analyze and give away evidence in a manner empirical influence products , prices , and promotion to decision purchase Honda Beat motorcycle in Surakarta. Research This is done with use questionnaire towards 100 respondents consumer Honda Beat motorcycle in Surakarta obtained with use technique taking sample that is *non probability sampling* with type methods used that is *convinience sampling.* Then do analysis of the data that was obtained in the form of analysis qualitative and quantitative , test assumption classic, multiple linear regression, t test, F test and test coefficient deteminasi ($R^{2)}$. Results research to show that in a manner Partial product take effect positive and significant to decision purchase showed with value significance amounting to 0,000. For variable price in a manner Partial take effect positive and not significant to decision purchase showed with value significance amounting to 0.423. While for variable promotion in a manner Partial take effect negative and not significant to decision purchase showed with value significance amounting to 0.461. In a manner simultaneous products , prices , and promotion take effect positive and significant to decision purchase showed with significance F value amounting to 0,000. Results test determination (R^2) shows obtained results amounting to 0.512 which means decision purchase able to explained by variable products , prices , and promotion amounting to 51.2% while the remaining 48.8% is explained by other variables that don't participate in observation, among others: the image brand , location , quality service , and others. Variable product is the most dominant variable from three variable influential independent to decision purchase Honda Beat motorcycle in Surakarta.

Keywords: Products, Prices, Promotions, and Purchasing decisions.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan memberikan bukti secara empiris pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner terhadap 100 responden konsumen sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan jenis metode yang digunakan yaitu *convinience sampling.* Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang di peroleh berupa analisis kualitatif dan kuantitatif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien deteminasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Untuk variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,423. Sedangkan untuk variabel promosi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,461. Secara simultan produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai F signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan didapatkan hasil sebesar 0,512 yang berarti keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel produk, harga, dan promosi sebesar 51,2% sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut di observasi, antara lain : citra merek, lokasi, kualitas pelayanan, dan lain-lain. Variabel produk adalah variabel yang paling dominan dari tiga variabel independen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta.

Kata kunci : produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Kunci penting suksesnya suatu perusahaan terletak pada pemasaran produknya. Pemasaran dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, memahami dan mempelajari perilaku konsumen sangatlah penting. Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan (membeli) untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Pertumbuhan konsumen sepeda motor meningkat luar biasa. Di tengah-tengah persaingan yang begitu tajam akibat banyaknya merek pendatang baru, sepeda motor Honda yang sudah lama berada di Indonesia berusaha selalu untuk menjadi produk yang disukai masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, maka analisis mengenai keputusan pembelian sangat penting dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk sepeda motor. Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Urgensi atau pentingnya dilakukan analisis keputusan pembelian yaitu agar perusahaan selalu meningkatkan volume penjualan melalui analisa faktor atau atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor. Karena setiap konsumen tentu memiliki motif yang berbeda dalam melakukan pembelian sepeda motor.

Produk adalah faktor utama perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen, persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler (2001), produk adalah apa saja yang dapat di tawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau di konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Urgensi atau pentingnya analisis mengenai produk bagi perusahaan yaitu untuk mengetahui produk yang diinginkan konsumen, sehingga volume penjualan dan keputusan pembelian dapat meningkat. Untuk memperkuat market share di pasar motor matic pada tahun 2018, PT. Astra Honda Motor meluncurkan produk matic yaitu Honda Beat ESP dengan inovasi body yang agak ramping. Dengan inovasi dan teknologi yang telah diperbarui untuk produk tersebut, Honda Beat diharapkan mampu memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga tanpa melupakan unsur ekonomis (hemat bbm dan mudah perawatan).

Harga juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran produk baru. Menurut Swastha (2008), harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Urgensi atau pentingnya penetapan harga pada suatu produk yaitu untuk mendorong konsumen melakukan pembelian produk yang dijual oleh perusahaan. Dalam hal ini penetapan kebijakan harga sepeda motor Honda beat dapat dikatakan terjangkau, karena mudah dijangkau konsumen dan pembayarannya dapat dilakukan dengan cara cash maupun kredit. Salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan

daya beli masyarakat terhadap produknya yaitu dengan promosi. Seperti agen sepeda motor Honda didaerah Surakarta, melakukan promosi melalui even serta memberikan cashback dan bonus yang menarik kepada pembeli.

Menurut Swastha (2008), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Urgensi atau pentingnya Promosi penjualan adalah untuk membantu meningkatkan penjualan, memasarkan produk baru perusahaan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian yang relevan sudah banyak dilakukan dengan temuan yang beragam, sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian maka peneliti akan menyampaikan hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, antara lain:

Pengaruh Variabel Produk Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh Reza Harry Dharmawan (2012) menyatakan temuannya berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andrew F. Manampiring dan Irvan Trang (2016) temuannya berpengaruh tidak signifikan.

Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh AA. Md. Widia Adinata dan I Gst. Agung Ketut Gede Suasana (2013), Reza Harry Dharmawan (2012), Nur Achidah, M Mukery Warso, dan Leonardo Budi Hasiolan (2016), menyatakan temuannya berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hariman Syaleh (2017) temuannya berpengaruh tidak signifikan

Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh AA. Md. Widia Adinata dan I Gst. Agung Ketut Gede Suasana (2013), Reza Harry Dharmawan (2012), Nur Achidah, M Mukery Warso, dan Leonardo Budi Hasiolan (2016) menyatakan temuannya berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nandiroh Yulihardi, SE, MM dan Yolamalinda, SE, M.Si (2015) temuannya berpengaruh tidak signifikan.

Dari penelitian diatas, tampak kesenjangan atas temuan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti lain. Atas dasar tersebut saya ingin melakukan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada tempat penelitian, waktu penelitian, variabel bebas (produk, harga, dan promosi), serta penggambaran fenomena diasumsikan mendekati keadaan yang sebenarnya pada lokasi obyek penelitian yaitu pada Kota Surakarta.

Sehingga dari fenomena, pendapat para ahli, dan kesenjangan temuan penelitian yang telah disampaikan diatas dapat digunakan sebagai dasar merumuskan masalah, tujuan penelitian, dan membangun hipotesis penelitian. Hal inilah yang menjadi dasar penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dalam bentuk Skripsi yang berjudul: “Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Surakarta”.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta dengan periode Oktober-November 2018 dengan konsumen sepeda motor Honda Beat sebagai objek penelitiannya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probably sampling, pengumpulan data menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diidentifikasi dan hanya bisa diperkirakan sebanyak 500 konsumen. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 sampel sesuai dengan teorinya Malhotra, 2006. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu : 1) Uji kualitas kuesioner meliputi: uji validitas dan uji reliabilitas. 2) Uji asumsi klasik meliputi : uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas. 3) Regresi linier berganda. 4) Uji t. 5) Uji F. 6) Uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Kualitas Kuesioner
   a. Uji Validitas
      1) Variabel Produk (X_1).

         Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa dari 7 item pertanyaan semuanya valid. Dari uji validitas yang telah dilakukan, terdapat skor dominan dari masing-masing variabel penelitian, skor yang dominan menunjukan bahwa perilaku pelanggan yang berkaitan dengan produk menunjukan atau membentuk sikap yang dominan membentuk persepsi keputusan pembelian, dan skor dominan tersebut terletak pada butir angket : X_1_5, X_1_7, X_1_2.

      2) Variabel Harga (X_2)

         Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa dari 5 item pertanyaan semuanya valid. Dari uji validitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat skor dominan dari masing-masing variabel penelitian, skor yang dominan menunjukan bahwa perilaku pelanggan yang berkaitan dengan harga menunjukan atau membentuk sikap yang dominan membentuk persepsi keputusan pembelian, dan skor dominan tersebut terletak pada butir angket : X_2_2, X_2_3, X_2_5.

      3) Variabel Promosi (X_3)

         Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa dari 6 item pertanyaan semuanya valid. Dari uji validitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat skor dominan dari masing-masing variabel penelitian, skor yang dominan menunjukan bahwa perilaku pelanggan yang berkaitan dengan promosi menunjukan atau membentuk sikap yang

dominan membentuk persepsi keputusan pembelian, dan skor dominan tersebut terletak pada butir angket : X_3_3, X_3_1, X_3_2.

4) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa dari 9 item pertanyaan semuanya valid. Dari uji validitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat skor dominan dari masing-masing variabel penelitian, skor yang dominan menunjukan bahwa perilaku pelanggan yang berkaitan dengan keputusan pembelian menunjukan atau membentuk sikap yang dominan membentuk persepsi keputusan pembelian, dan skor dominan tersebut terletak pada butir angket : Y_1, Y1_7, Y1_5.

b. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan dari uji reliabilitas dapat diketahui bahwa kuesioner yang digunakan adalah reliabel karena berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan uji multikolinieritas, hasil yang diperoleh untuk toleransi variabel produk adalah 0,216, lalu untuk toleransi variabel harga yaitu 0,413, dan toleransi variabel promosi yaitu 0,172. Sedangkan untuk nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel produk yaitu 4,619, lalu variabel harga yaitu 2,419, dan variabel promosi yaitu 5,810. Jadi dapat disimpulkan bahwa data nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10,0 sehingga tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

b. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji autokorelasi, hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,585. Nilai DW berada diantara -2 dan 2, maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi antar variabel.

c. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan uji heterokedastisitas, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas, karena sebaran masing-masing variabel mempunyai nilai p yang lebih dari 0,05 yaitu variabel produk 0,557, variabel harga 0,326, dan variabel promosi 0,546.

d. Uji Normalitas

Dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, didapatkan hasil sebesar 1,303 dengan tingkat signifikansi 0,067 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

3. Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisis regresi linier berganda, didapat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 14{,}560 + 0{,}781\ X_1 + 0{,}113\ X_2 - 0{,}106\ X_3$. Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat ditarik interprestasi sebagai berikut :

a. α = 14,560 artinya apabila produk, harga, dan promosi adalah konstan, maka keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta adalah positif sebesar 14,560.
b. β_1 = 0,781 menunjukan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta, artinya apabila produk ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.
c. β_2 = 0,113 menunjukan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta, artinya apabila harga ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.
d. β_3 = -0,106 menunjukan promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta, artinya apabila promosi ditingkatkan maka keputusan pembelian akan menurun dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.

4. Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian.
   Nilai uji t pada variabel produk menunjukkan angka sebesar 4,986 dengan tingkat signifikansi 0,000. Artinya bahwa nilai signifikansi <0,05, sehingga Ho ditolak. Jadi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta (hipotesis 1 terbukti).
b. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
   Nilai uji t pada variabel harga menunjukkan angka sebesar 0,804 dengan tingkat signifikansi 0,423. Artinya bahwa nilai signifikansi >0,05, sehingga Ho diterima. Jadi harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta (hipotesis 2 tidak terbukti).
c. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
   Nilai uji t pada variabel promosi menunjukkan angka sebesar -0739 dengan tingkat signifikansi 0,461. Artinya bahwa nilai signifikansi >0,05, sehingga Ho diterima. Jadi promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta (hipotesis 3 tidak terbukti).

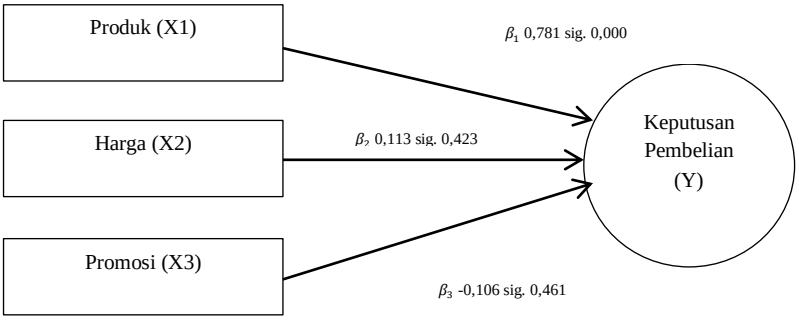
5. Uji F

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, hasil uji secara simultan diketahui sebesar 33,638 dengan signifikansi 0,000 <0,05, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel produk, harga, dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di kota Surakarta.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, didapatkan hasil sebesar 0,512 yang berarti keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel produk, harga, dan promosi sebesar 51,2% sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut di observasi, antara lain : citra merek, lokasi, kualitas pelayanan, dan lain-lain.

Dari hasil analisis yang telah dibahas di atas, maka dapat digambarkan kerangka model hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:



Gambar Hasil Akhir Kerangka Pikir Penelitian

PEMBAHASAN

Berdasarkan pengujian hipotesis maka dilakukan interprestasi yang berisi penjelasan hasil pengujian hipotesis dikaitkan dengan teori, fenomena, dan hasil penelitian sebelumnya. Interprestasi dari hasil pengujian data sebagai berikut :

1. Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian

   Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Apabila produk ditingkatkan maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Reza Harry Dharmawan (2012), sedangkan temuan empiris yang berbeda dilakukan oleh Andrew F. Manampiring dan Irvan Trang (2016). Selanjutnya langkah-langkah yang perlu dilakukan yaitu meningkatkan kualitas produk dan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk sesuai dengan skor dominan yang terdapat pada hasil uji validitas variabel produk.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

   Harga terbukti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga apabila harga semakin terjangkau maka pengaruhnya tidak signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh AA. Md. Widia Adinata dan I Gst. Agung Ketut Gede Suasana (2013), Reza Harry Dharmawan (2012), Nur Achidah, M Mukery Warso, dan Leonardo Budi Hasiolan (2016. Sedangkan hasil ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan oleh Hariman Syaleh (2017). Selanjutnya langkah-langkah yang perlu dilakukan yaitu mempertahankan kebijakan harga dan segala sesuatu yang berkaitan dengan harga.

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
   Promosi terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga apabila promosi semakin ditingkatkan maka semakin rendah keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh AA. Md. Widia Adinata dan I Gst. Agung Ketut Gede Suasana (2013), Reza Harry Dharmawan (2012), Nur Achidah, M Mukery Warso, dan Leonardo Budi Hasiolan (2016). Sedangkan temuan empiris yang sama dilakukan oleh Nandiroh Yulihardi, SE, MM dan Yolamalinda, SE, M.Si (2015). Selanjutnya langkah-langkah yang perlu dilakukan yaitu mempertahankan kebijakan promosi dan segala sesuatu yang berkaitan dengan promosi.

Perilaku konsumen yaitu minat pembelian akan meningkat apabila langkah tersebut dilakukan oleh Agen PT Astra Honda Motor dan beberapa manfaat juga akan diperoleh sesuai skor dominan yang membentuk persepsi keputusan pembelian, yang terletak pada butir angket : Y_1, Y_7, Y_5 antara lain :

1. Konsumen membeli Sepeda Motor Honda Beat karena suku cadangnya mudah didapatkan.
2. Konsumen merasakan kepuasan yang didapatkan dari Sepeda Motor Honda Beat karena memberikan manfaat bagi konsumen.
3. Konsumen merasakan cara pembayaran produk Sepeda Motor Honda Beat sangat mudah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa :

1. Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta.
3. Variabel Promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota Surakarta.
4. Hasil uji determinasi (R^2) didapatkan hasil sebesar 0,512 yang berarti keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel produk, harga, dan promosi sebesar 51,2% sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut di observasi, antara lain : citra merek, lokasi, kualitas pelayanan, dan lain-lain.
5. Berdasarkan Uji F menunjukan variabel produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Kota.

DAFTAR PUSTAKA

AA.Md. Widia Adinata dan I Gst. Agung Ketut Gede Suasana.2012.*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Toko Sekar Sari Di Denpasar*.Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.

Achidah,Nur dan Warso,M Mukery dan Budi Hasiolan, Leonardo.2016. *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio Gt Di Weleri-Kendal).*Kendal. Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016

Angipora Marius P., 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada,Jakarta.

Arikunto.*Buku Ensiklopedia of Educational Evaluation* 2006.Hal 130.

Arikunto.S (2002).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Arikunto.Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,Jakarta Rineka Cipta.

Assael.*Consumer Behavior*. 2002. Edisi Bahasa Indonesia. New Jersey : Prentice-Hall Inc.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 3*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.

Harry Dharmawan, Reza. 2012.*Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Beat Di Kota Semaran.* Semarang.Jurnal Fakultas Ekonomi & Bisnis, Uniersitas Dian Nuswantoro Semarang.

Hartono, Jogiyanto.2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, P dan Gary Amstrong. 2001. Prinsip-Prinsip Manajemen Jilid 1, Edisi kedelapan. Alih bahasa oleh Damos Sihombing, MBA.Penerbit : Erlangga Jakarta.

Kotler, P dan Gary Amstrong, 2003.*Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi kesembilan. Jakarta. PT. Indeks Gramedia.

Kotler, P dan Kevin Lane Keller.2007, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Indeks.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisia, Perencanaan, Implementasi dan Control, edisi kesembilan, Jilid 1 dan 2.* Jakarta Prehalindo, alih bahasaoleh Hendra Teguh, S,E, Ak dan Rony A. Rusli S,E

Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran I.* Edisi millennium.Prenhallindo.Jakarta.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*.PT. Indeks Gramedia.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa teori dan Praktik*,Jakarta:Penerbit Salemba Empat.

Nandiroh.Dkk. *Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi TerhadapKeputusan Pembelian Sepeda Motor Merek HondaDi Dharmasraya*. Dhamasraya

Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.

Manampiring , Andrew F dan Trang, Irvan. 2016. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt. Astra International Tbk Malalayang.* Manado. Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 472-483

Philip Kotler. 2001. *Manajemen pemasaran Indonesia*. buku 2. Edisi pertama.Selemba empat. Jakarta.

Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statisik Parametrik*.PT Elex Media Komputindo, Jakarta

Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk. 2013.*Consumer Behavior*, 10th Edition, Prentice Hall Inc, Upper Saddle River, New Jersey.

Schiffman, L. G dan Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumers Behavior*. Edisi ke 7.New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Setiaji, Bambang. 2008. *Cara Mudah Analisis Kuantitatif Dilengkapi Dengan Tutorial SPSS*.Surakarta : Al-Es'af University Press.

Sugiyono, 2002.*Metode Statistika*. Bandung. Tarsito.

Sugiyono, 2004.*Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta Bandung.

Sugiyono, 2004.*Pengantar Statistika*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka.

Sugiyono, 2006.*Statistika Untuk Penelitian*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Swastha. 2002. *Manajemen pemasaran modern*. Cetakan kesepuluh.Edisi kedua. Liberty offset. Yogyakarta

Swastha. 2008. *Manajemen pemasaran modern*. Edisi kedua. Liberty offset. Yogyakarta

Syaleh, Hariman. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Pendistribusian Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Cv. Tjahaja Baru Bukittinggi*. Bukittinggi.Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING) 1(1):68-82

Tandjung, W. 2004.*Marketing Management Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan.*Malang : Banyumedia

Tjiptono (2002), Strategi Pemasaran, Andi Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, Dadi Adriana, 2008. *Pemasaran Strategik*. CV. Andioffset (penerbit Andi).

AHM Rilis All New Honda BeAT ESP Dengan Desain Dan Fitur Baru. 2018. https://www.astra-honda.com/ahm-rilis-all-new-honda-beat-esp-dengan-desain-dan-fitur-baru. 13 Oktober 2018

THE IMPACT OF LOCAL INCOME FOR FINANCE SELF-SUFFICIENCY IN THE REGENCY/CITY OF SURAKARTA

PENGARUH PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) TERHADAP KEMANDIRIAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN/KOTA WILAYAH EKS-KARISIDENAN SURAKARTA

Aprianiska Rima Setyarini [1)]
Etty Indriani [2)]

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

e-mail: aprianiskarima@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine the impact of local income consisting of regional taxes, regional retribution, the results of separated regional wealth management, and other legitimate local income on finance self-sufficiency. The period used in this study is 5 (five) years, namely from 2013-2017. This study uses a quantitative approach. The population in this study were 6 regencies and 1 cities in the Surakarta region. The result was that 7 regencies / cities were used as samples. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of the study show that the regional tax, regional retribution, and other legitimate local income variables have a positive impact and significant on finance self-sufficiency. For the results of separated regional wealth management variable has a negatively impact and not significantly on finance self-sufficiency. Simultaneously, local income consisting of 4 sources has a positive impact and significant on finance self-sufficiency.

Keywords: Finance Self-Sufficiency and Local Income

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pendapatan asli daerah yang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah terhadap kemandirian keuangan daerah. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5 (lima) tahun, yaitu tahun 2013-2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 6 kabupaten dan 1 kota di wilayah Eks-Karisidenan Surakarta. Hasilnya terdapat 7 kabupaten/kota yang digunakan sebagai sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak daerah, retribusi daerah, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah. Untuk variabel hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah. Secara simultan, pendapatan asli daerah yang terdiri dari 4 sumber tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.

Kata kunci: Kemandirian Keuangan Daerah dan Pendapatan Asli Daerah

PENDAHULUAN

Lahirnya UU No. 32 Tahun 2004 Pasal 1 Ayat 5 yang membahas tentang otonomi daerah, memacu Pemerintah Pusat untuk terus menggalakkan program kepada Pemerintah Daerah. Tujuannya agar Pemerintah Daerah mampu secara mandiri mengelola dan mengatur keuangan serta kebutuhan daerahnya demi tercapai suatu kesejahteraan bagi masyarakatnya. Menurut Halim (2002), ciri utama suatu daerah dapat dikatakan mampu melaksanakan otonomi yaitu daerah yang memiliki aspek: 1. Kemampuan keuangan daerah, artinya bahwa daerah harus memiliki wewenang dan kemampuan untuk menggali sumber pendapatan, mengelola, serta mengatur penggunaan pendapatan daerah secara mandiri sesuai dengan porsi pembiayaan untuk menyelenggarakan program pemerintahan, 2. Tingkat ketergantungan Pemerintah Daerah kepada Pemerintah Pusat harus seminimal mungkin, supaya Pendapatan Asli Daerah dapat digali secara optimal dan dapat menjadi sumber pendapatan tertinggi daripada Dana Perimbangan. Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa otonomi daerah mendorong Pemerintah Daerah agar menjadikan daerahnya mandiri secara keuangan. Kemandirian keuangan daerah menunjukkan bahwa suatu daerah mampu melakukan pembiayaan sendiri terhadap program-program pemerintahan serta pembangunan daerah, dan dalam rangka peningkatan pelayanan publik guna memberi kepuasaan kepada masyarakat sebagai pelaku wajib pajak dan retribusi daerah (Halim, 2002:128).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Kekayaan dan Aset Daerah bahwa Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota wilayah Eks-Karisidenan Surakarta pada tahun 2013-2017 mengalami kenaikan secara berturut-turut. Hal ini ditunjukkan dalam Laporan Realisasi Anggaran per daerah. Akan tetapi kenaikan tersebut tidak lebih tinggi dari jumlah dana perimbangan, walaupun dana perimbangan mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Masih tingginya tingkat ketergantungan pemerintah daerah terhadap pemerintah pusat menyebabkan tingkat kemandirian keuangan daerah menjadi rendah. Padahal di ketujuh daerah kabupaten/kota yang meliputi Kota Surakarta, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Klaten, Kabupaten Sragen, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Sukoharjo, dan Kabupaten Karanganyar memiliki potensi beragam yang dapat dikelola secara efektif dan efisien sehingga dapat menambah penerimaan daerah.

Berikut merupakan tabel rasio kemandirian keuangan daerah di masing-masing daerah tahun 2013-2017.

Tabel I Rasio Kemandirian Keuangan							
Surakarta	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	39,78%	**42,1%**	**49,33%**	**38,55%**	**50,33%**	**44,02%**	**Baik**
Boyolali	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	16,6%	**21,46%**	**23,86%**	**21,52%**	**28,65%**	**22,42%**	**Sedang**
Klaten	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	9,83%	**14,23%**	**14,89%**	**14,25%**	**22,88%**	**15,22%**	**Kurang**
Sragen	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	15,05%	**24,19%**	**23,2%**	**20,6%**	**28,87%**	**22,38%**	**Sedang**
Wonogiri	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	10,74%	**16,73%**	**18,43%**	**14,66%**	**21,89%**	**16,49%**	**Kurang**
Sukoharjo	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	22,85%	**29,17%**	**33,66%**	**29,13%**	**38,15%**	**30,59%**	**Cukup**
Karanganyar	Tahun					Rata-Rata	Kriteria
	2013	2014	2015	2016	2017		
	17,95%	**22,52%**	**24,76%**	**21,67%**	**32,65%**	**23,91%**	**Sedang**

Sumber: Data yang Diolah, 2018

Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdiri dari 4 (empat) sumber pendapatan yaitu pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah. Menurut UU No. 28 Tahun 2009 pajak daerah merupakan kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung. Setiap daerah memiliki peluang yang sama untuk dapat meningkatkan penerimaan pajak meliputi, pajak reklame, pajak parkir, pajak hiburan, dan pajak lainnya.

Retribusi daerah menurut Siti Kurnia dan Ely (2010) merupakan pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan. Penerimaan yang bersumber dari retribusi yaitu retribusi pelayanan pasar, tempat rekreasi, dan lain-lain.

Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan merupakan perolehan hasil dari pengelolaan kekayaan yang terpisah dari Anggaran

Pendapatan dan Belanja Daerah. Penerimaan ini bersumber dari hasil penyertaan modal pada perusahaan milik daerah (BUMD).

Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berasal dari lain-lain milik pemerintah daerah. Penerimaan ini bersumber dari hasil penjualan aset daerah yang tidak dipisahkan, jasa giro, pendapatan bunga, dan lain-lain.

Penelitian pada DPKAD Kota Bandung Periode 2009-2013. Nyoman Trisna Erawati dan Leny Suzan (2015), meneliti tentang Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kota Bandung.

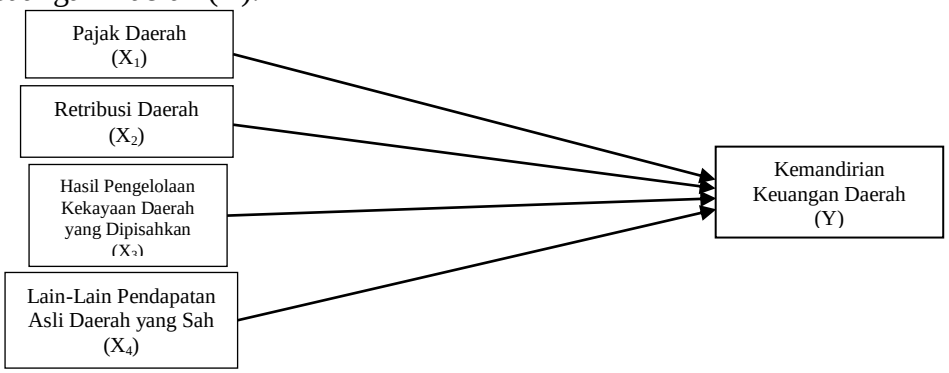
Penelitian pada Pemerintahan Sumatera Utara. Ramadona Simbolon dan Sri Elviani (2017), meneliti tentang Analisis Potensi Pendapatan Asli Daerah Sebagai Sumber Pembiayaan Pembangunan Daerah Sumatera Utara.

Penelitian pada Pemerintahan Kabupaten atau Kota di Provinsi Jawa Tengah. Rizka Lutfita Novalistia (2016), meneliti tentang Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah, dan Bagi Hasil Pajak Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah pada Pemerintahan Kabupaten atau Kota di Provinsi Jawa Tengah.

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu 1. Pemerintah Kabupaten/Kota yang diteliti yaitu mencakup wilayah Eks-Karisidenan Surakarta, 2. Pemerintah Kabupaten/Kota yang diteliti memiliki data keuangan yaitu Laporan Realisasi Anggaran periode 2013-2017, 3. Pengukuran kemandirian keuangan daerah dengan membandingkan pendapatan asli daerah (PAD) dengan dana perimbangan.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pendapatan asli daerah yang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah terhadap kemandirian keuangan daerah.

Agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, maka di bawah ini tercantum kerangka konseptual sebagai gambaran adanya permasalahan penelitian. Variabel yang digunakan adalah Pajak Daerah (X_1), Retribusi Daerah (X_2), Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan (X_3), Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah (X_4), dan Kemandirian Keuangan Daerah (Y).



Sumber: Nyoman Trisna dan Leny (2015)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif yang digunakan sesuai dengan tujuan dan permasalahan dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebanyak 7 Kabupaten/Kota. Obyek dalam penelitian ini adalah Data Keuangan Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kabupaten/Kota selama periode 2013 hingga 2017 yang diperoleh dari Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Wilayah Eks-Karisidenan Surakarta. Metode analisis data menggunakan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Tabel II

Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,717	2,505		,685	,498		
	Pajak Daerah	1,053	,000	,724	9,423	,000	,550	1,818
	Retribusi Daerah	2,209	,000	,330	3,895	,001	,452	2,212
	Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	-2,529	,000	-,008	-,091	,928	,430	2,328
	Lain-Lain Pendapat Asli Daerah yang Sah	4,480	,000	,290	3,052	,005	,359	2,785

a. Dependent Variable: Kemandirian Keuangan Daerah

Sumber: Data yang Diolah, 2018

Persamaan regresi dari tabel tersebut adalah sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$

$Y = 1.717 + 1.053X_1 + 2.209X_2 + -2.529X_3 + 4.480X_4 + e$

Keterangan:

Y : Kemandirian Keuangan Daerah

α : Konstanta

β_1, β_2, dst : Koefisien regresi

X_1 : Pajak Daerah

X_2 : Retribusi Daerah

X_3 : Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan

X_4 : Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah

e : Standar *error*

2. Uji t

Tabel III
Hasil Uji t

	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Pajak Daerah ⟶ Kemandirian Keuangan Daerah	9,423	,000	H_1 Terbukti
Retribusi Daerah ⟶ Kemandirian Keuangan Daerah	3,895	,001	H_2 Terbukti
Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan ⟶ Kemandirian Keuangan Daerah	-,091	,928	H_3 Tidak Terbukti
Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah ⟶ Kemandirian Keuangan Daerah	3,052	,005	H_4 Terbukti

Sumber: Data yang Diolah, 2018

Variabel pajak daerah, retribusi daerah, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah memiliki nilai signifikansi < 0,05 dengan demikian Ha diterima dan H_0 ditolak yang berarti variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah. Sedangkan variabel hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan memiliki nilai signifikansi > 0,05 dengan demikian H_0 diterima dan Ha ditolak yang berarti hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan berpengaruh tidak signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pajak Daerah Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah

Koefisien regresi variabel pajak daerah memiliki nilai sebesar 1,053 yang artinya terjadi hubungan positif (searah) antara pajak daerah dengan kemandirian keuangan daerah. Semakin tinggi pajak daerah, maka semakin tinggi pula kemandirian keuangan daerah. Kemudian tingkat signifikansi variabel pajak daerah adalah sebesar 0,000 < 0,05; dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan pajak daerah berpengaruh signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah, terbukti. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Y Sunyoto (2016) yang menyatakan bahwa pajak daerah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kemandirian daerah.

2. Pengaruh Retribusi Daerah Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah

Koefisien regresi variabel retribusi daerah memiliki nilai sebesar 2,209 yang artinya terjadi hubungan positif (searah) antara retribusi daerah dengan kemandirian keuangan daerah. Semakin tinggi retribusi daerah, maka semakin tinggi pula kemandirian keuangan daerah. Kemudian tingkat signifikansi variabel retribusi daerah adalah sebesar 0,001 < 0,05; dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan retribusi daerah berpengaruh signifikan terhadap kemandirian

keuangan daerah, terbukti. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sunarto dan Y Sunyoto (2016) yang menyatakan bahwa retribusi daerah berpengaruh negatif signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.

3. **Pengaruh Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah**

   Koefisien regresi variabel hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan memiliki nilai sebesar -2,529 yang artinya terjadi hubungan negatif (berlawanan arah) antara hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dengan kemandirian keuangan daerah. Semakin tinggi hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, maka semakin rendah kemandirian keuangan daerah. Kemudian tingkat signifikansi variabel hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan adalah sebesar 0,928 > 0,05; dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan berpengaruh signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah, tidak terbukti. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Trisna Erawati dan Leny Suzan (2015) yang menyatakan bahwa hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah.

4. **Pengaruh Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah Terhadap Kemandirian Keuangan Daerah**

   Koefisien regresi variabel lain-lain pendapatan asli daerah yang sah memiliki nilai sebesar 4,480 yang artinya terjadi hubungan positif (searah) antara lain-lain pendapatan asli daerah yang sah dengan kemandirian keuangan daerah. Semakin tinggi lain-lain pendapatan asli daerah yang sah, maka semakin tinggi pula kemandirian keuangan daerah. Kemudian tingkat signifikansi variabel lain-lain pendapatan asli daerah yang sah adalah sebesar 0,005 < 0,05; dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H_4) yang menyatakan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berpengaruh signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah, terbukti. Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Lutfita Novalistia (2016) yang menyatakan bahwa lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat kemandirian keuangan daerah.

KESIMPULAN

1. Pajak daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.
2. Retribusi daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.

3. Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.
4. Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.
5. Secara simultan pendapatan asli daerah yang terdiri dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah berpengaruh signifikan terhadap kemandirian keuangan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Erawati, Nyoman Trisna, dan Leny Suzan. 2015. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Kota Bandung (Studi Kasus Pada DPKAD Kota Bandung Periode 2009-2013). *e-Proceeding of Management* : Vol.2, No.3 Universitas Telkom. Hal: 3259 – 3266.

Halim, Abdul, 2002. *Akuntansi Sektor Publik: Akuntansi Keuangan Daerah.* Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Novalistia, Rizka Lutfita. 2016. Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Lain-Lain Pendapatan Asli Daerah yang Sah dan Bagi Hasil Pajak Terhadap Tingkat Kemandirian Keuangan Daerah Pada Pemerintahan Kabupaten atau Kota di Provinsi Jawa Tengah. *e-Journal of Accounting* Vol. 2, No. 2 Universitas Pandanaran Semarang.

Rahayu, Siti Kurnia dan Ely Suhayati. 2010. *Perpajakan Teori dan Teknis Perhitungan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simbolon, Ramadona dan Sri Elviani. 2017. Analisis Potensi Pendapatan Asli Daerah Sebagai Sumber Pembiayaan Pembangunan Daerah Sumatera Utara. *e-Journal DINAMIKA* Vol. XV, No. 1. Hal: 212 – 229.

Sunarto, dan Y. Sunyoto. 2016. Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah Terhadap Kemandirian Daerah yang Berdampak pada Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi Empiris pada Kabupaten dan Kota di Jawa Tengah). *e-Journal Dharma Ekonomi* No. 43 STIE Dharmaputra Semarang. Hal: 13 – 22.

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang *Pemerintah Daerah*. Jakarta.

ANALYSIS OF NEW DESTINATION BASED ON WATER PLAY IN SRAGEN DISTRICT

ANALISIS DESTINASI BARU BERBASIS *WATER PLAY* DI KABUPATEN SRAGEN

I Gusti Putu Diva Awatara
STIE Adi Unggul Bhirawa, Indonesia
Email: igustiputudivaawatara@gmail.com

Anwar Hamdani
STIE Adi Unggul Bhirawa, Indonesia
Email: anwar.hamdani@stie-aub.ac.id

Abstract

The various programs have been carried out by the government, both local government, provincial government and central government to improve community welfare based on local potential and wisdom. One of the real products of this program is the Kartika Swimming Pool in Kroyo, Sragen, Central Java. Kartika Swimming Pool Tourism in Kroyo Sragen Central Java is one of the tourist attractions in the village of Kroyo, Sragen Regency. The effort to develop the Kartika Swimming Pool Tourism area is needed so that the function of the area is one of the tourist destinations in Sragen. The development of tourism is one of the efforts to utilize the existing potential sources of regional income. This study aims to analyze the development of Kartika Sragen Waterpark in Kroyo village, Sragen Regency as a New Destination in Sragen Regency.

The population in this study was a survey conducted on manager and visitor manager of Kartika Swimming Pool in Kroyo, Sragen, Central Java, amounting to 50 employees. The research methods are documents and documentation, surveys and observations and interviews. The data analysis method used is financial analysis conducted by using payback period, net present value and internal rate of return and calculating the frequency for each category of answers that are in each variable / sub variable.

The results of this study indicate that the level of feasibility of the vehicle in Kartika Swimming Pool in Kroyo, Sragen, Central Java, received a percentage of 75.5%, while according to visitors it reached 56%, so the vehicle in Kartika Swimming Pool in Kroyo Sragen, Central Java is in the fairly decent category, where this condition is in the interval of 50.6% -75.5%. The calculation results of feasibility obtained by investment in Kartika Swimming Pool in Kroyo Sragen, Central Java are economically feasible as long as it is in accordance with existing assumptions.

Keywords: tourism destination, investment, locally generated revenue

Abstrak

Berbagai program telah dilakukan oleh pemerintah, baik pemerintah daerah, pemerintah provinsi dan pemerintah pusat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat berdasarkan potensi dan kearifan lokal. Salah satu produk nyata dari program ini adalah Kolam Renang Kartika di Kroyo, Sragen, Jawa Tengah. Wisata Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah adalah salah satu

tempat wisata di desa Kroyo, Kabupaten Sragen. Upaya mengembangkan kawasan Wisata Kolam Renang Kartika sangat dibutuhkan agar fungsi kawasan tersebut menjadi salah satu tujuan wisata di Sragen. Pengembangan pariwisata adalah salah satu upaya untuk memanfaatkan potensi sumber pendapatan daerah yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan Wahana Air Kartika Sragen di Desa Kroyo, Kabupaten Sragen sebagai Destinasi Baru di Kabupaten Sragen.

Populasi dalam penelitian ini adalah survei yang dilakukan terhadap manajer dan manajer pengunjung Kolam Renang Kartika di Kroyo, Sragen, Jawa Tengah, yang berjumlah 50 karyawan. Metode penelitian adalah dokumen dan dokumentasi, survei dan observasi serta wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis keuangan yang dilakukan dengan menggunakan payback period, net present value, dan internal rate of return serta menghitung frekuensi untuk setiap kategori jawaban yang ada di setiap variabel / sub variabel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kelayakan kendaraan di Kolam Renang Kartika di Kroyo, Sragen, Jawa Tengah, menerima persentase 75,5%, sedangkan menurut pengunjung mencapai 56%, sehingga kendaraan di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen, Jawa Tengah berada dalam kategori cukup baik, di mana kondisi ini berada pada interval 50,6% -75,5%. Hasil perhitungan kelayakan yang diperoleh dari investasi di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen, Jawa Tengah layak secara ekonomi selama itu sesuai dengan asumsi yang ada.
Kata kunci: tujuan wisata, investasi, pendapatan lokal

PENDAHULUAN

Berbagai progam telah dijalankan pemerintah, baik pemerintah lokal, pemerintah provinsi maupun pemerintah pusat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat berbasis potensi dan kearifan lokal. Salah satu produk riil dari program ini adalah Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah. Wisata Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah adalah salah satu tempat wisata yang berada di desa kroyo, Kabupaten Sragen. Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah berada di dalam Kota Sragen, tepatnya di jalan Veteran berdampingan dengan Stadion Sepak Bola Sragen. Upaya pengembangan kawasan Wisata Kolam Renang Kartika diperlukan agar fungsi kawasannya sebagai salah satu tempat destinasi pariwisata di Sragen. Pengembangan pariwisata ini sebagai salah satu upaya pemanfaatan potensi sumber pendapatan asli daerah yang ada.

Gagasan awal pembangunan obyek wisata Kolam Renang Kartika ini selain untuk bisnis yaitu untuk meningkatkan destinasi wisata dalam hal ini obyek wisata air yang memiliki fasilitas dan wahana yang lengkap serta yang memiliki kualitas terbaik di Kabupaten Sragen. Jika dilihat dari potensi pariwisata, Kolam renang Kartika dapat dikembangkan sebagai daerah wisata. Potensi *view* dan *background* disekitarnya merupakan daya tarik utama bagi pengunjung untuk melakukan kegiatan wisata karena pengunjung dapat menikmati berbagai fasilitas di Kolam renang Kartika. Wisata Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah merupakan sebuah wisata air yang memiliki beberapa fasilitas dan pelayanan di antaranya sebagai berikut: Area Parkir kendaraan, Mushola, Kamar mandi / MCK dan Penginapan.

Menurut Bunghez (2016) tanggung jawab mengelola wisata menjadi fokus organisasi baik publik maupun swasta termasuk peran pemerintah, asosiasi, pengusaha, masyarakat dan stakeholders lainnya karena semakin majunya pengembangan wisata di daearh sangat tergantung keterlibatan mulai dari perencanaan sampai dengan implementasi.

Pariwisata juga meningkatkan ekspor lokal produk. Diperkirakan bahwa 15-20% dari total pengeluaran wisatawan dihabiskan untuk membeli souvenir dan kuliner. Sepanjang produk yang dijual produk local atau khas tujuan wisata maka dapat mempengaruhi ekonomi masyarakat lokal. Berbagai tempat tujuan wisata, ada pasar yang menjual kerajinan lokal. Hal ini untuk dilakukan untuk menyediakan produsen local dan menarik pengalaman berbelanja untuk wisatawan (Kotler *et al*, 2014).

Beberapa usaha yang telah dan akan ditempuh antara lain perluasan areal objek wisata sehingga dapat meningkatkan daya tampung pengunjung serta meningkatkan keleluasaan gerak dan kenyamanan pengunjung; pembangunan dan penataan taman bermain serta penambahan alat-alat permainan; dan penataan kafetaria serta penambahan kolam renang baru (Goldsmith, 2000)..

Menurut Allen *et al* (2006) pariwisata adalah industri yang dianggap oleh pemerintah mampu memberikan penciptaan lapangan kerja, keuntungan ekonomi dan menjadikan promosi untuk meningkatkan potensi daerah melalui kegiatan pemasaran. Setiap kegiatan yang dilakukan daerah terutama dalam pembangunan fasilitas sarana dan prasarana, perbaikan infrastruktur jaringan transportasi akan berpotensi mendatangkan investasi dan bisnis baru untuk menunjang kegiatan pariwisata.

Menurut Jensen Butler *et al* (2007) konsep efek domino memainkan peran kunci dalam memahami regional ekonomi. Hal ini didasarkan bahwa pengeluaran satu orang menjadi penghasilan untuk orang lain, karena konsumsi meningkat ketika pendapatan meningkat. Pendekatan basis ekonomi ini menunjukkan bahwa pendapatan dan pekerjaan daerah sangat tergantung pada sektor dasar yang menjual hasilnya kepada pembeli yang berasal dari daerah atau wilayah lain.

Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. (PP No.102 :2000).

Standardisasi adalah proses merumuskan, menetapkan, menerapkan, dan merevisi standar, yang dilaksanakan secara tertib dan bekerjasama dengan semua pihak. (PP No.102: 2000).

1. Standar Minimal Kelayakan Kolam Renang Dewasa (Perlombaan)

Menurut peraturan FINA (2009-2013) Semua kegiatan lainnya yang diselenggarakan di bawah peraturan FINA harus dilakukan di kolam yang sesuai dengan semua standar minimum berikut ini:

a. Untuk melindungi kesehatan dan keselamatan orang yang menggunakan fasilitas renang untuk tujuan rekreasi, pelatihan dan perlombaan, dadalah tanggung jawab pemilik kolam renang kecuali bila digunakan untuk latihan dan perlombaan harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh hukum dan aparat kesehatan di negara mana kolam renang berada.

b. Peralatan untuk perlombaan (misalnya Blok tempat start, tali lintasan, dll) harus sudah tersedia.
c. 50,0 meter. Bila menggunakan papan sentuh (touch pad) alat pengambil waktu otomatis dipasang pada ujung tempat start, atau ditambahkan pada ujung tempat pembalikan, kolam haruslah sedemikian rupa hingga terjamin persyaratan ukuran 50,0 meter diantara kedua papan sentuh.
d. 25,0 meter. Bila menggunakan papan sentuh (touch pad) alat pengambil waktu otomatis dipasang pada ujung tempat start, atau ditambahkan pada ujung tempat pembalikan, kolam haruslah sedemikian rupa hingga terjamin persyaratan ukuran 25,0 meter diantara kedua papan sentuh.
e. Kedalaman minimum 1,35 meter, mulai dari jarak 1,0 meter sampai setidaknya 6,0 meter dari ujung dinding kolam yang mempergunakan Start-Block. Kedalaman minimal 1,0 meter diperlukan di tempat lain.
f. Dinding dinding kolam renang harus sejajar dan tegak lurus dengan jalur lintasan dan permukaan air, dan harus dibangun dari bahan yang padat, permukaan yang tidak licin sampai 0,80 meter dibawah permukaan air, untuk memungkinkan menyentuh dan tidak terpeleset diwaktu bertolak dalam melakukan pembalikan.
g. Lintasan *(Lanes)* harus sedikitnya lebar 2,5 meter, dengan adanya 2 (dua) ruangan yang lebarnya minimal 0,2 meter masing masing di luar lintasan yang terakhir dan pertama. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana.

2. Standar Minimal Kelayakan Wahana *Water Park*

Water park adalah kolam yang di desain khusus untuk anak-anak dan di dalam kolam tersebut diberikan multi struktural *playground.* Standar minimum wahana *water park*yaitu :

a. *Water play* atau multi struktural *playground* yang terbuat dari *fiberglass.*
b. Ember besar untuk menampung air dengan daya tampung maksimal 800 liter.
c. Kolam yang mengelilingi water play dengan kedalaman minimal 0,5 meter dan kedalaman maksimal 10 meter
d. Memiliki *water splash.*
e. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana

3. Standar Minimal Kelayakan Wahana *Body Slide*

*Water bom*mendefinisikan *body slide*merupakan wahana permainan seluncuran dari ketinggian dengan bentuk yang bervariasi. Standar minimum wahana *body slide* yaitu:

a. *Slide* berbentuk lingkaran atau setengah lingkaran atau minimal ada pengaman badan bagian samping.
b. Diameter *slide* 60cm sampai 1,0 m.
c. Ujung *slide* letaknya ditengah kolam, jarak dengan tepi atau dinding kolam minimal 5 meter.
d. Kedalaman kolam untuk *body slide* minimal 1,0 meter.
e. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana.

4. Standar Minimal Kelayakan Wahana Kolam Pantai

Kolam pantai adalah kolam yang berbentuk landai. Standar minimal kelayakan wahana kolam pantai yaitu:

a. Kedalaman maksimal 1,5 meter.
b. Dari tepi sampai ke tengah kedalamannya berbeda.
c. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana.

5. Standar Minimal Kelayakan Wahana Kolam Arus

Kolam arus adalah suatu wahana permainan air yang didesain sedemikian rupa sehingga menyerupai arus disungai, kolam arus sangat diminati dan sudah menjadi sebuah wahana yang umum ada di *water boom*. Standar minimal kelayakan wahana kolam arus, yaitu:

a. Memiliki minimal ukuran lebar 1,80 m
b. Kedalaman minimal 60 cm sampai 1,0 m
c. Kekuatan arus pada mesin +/- 5000 liter
d. Tersedia pelampung
e. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana

6. Standar Minimal Kelayakan Wahana *Kiddy Pool*

Kiddy pool atau kolam renang anak-anak adalah wahana kolam yang khusus digunakan anak-anak berenang dan ada *body slide mini* didalam kolam renang. Standar minimal kelayakan wahana *kiddy pool* yaitu:

a. Kedalaman 0,5 meter sampai dengan 1,0 meter
b. Terdapat *body slide* mini berukuran tinggi maksimal 3,80meter dan tidak terlalu curam.
c. *Body slide* terbuat dari bahan *fiberglass*
d. Terdapat *water splash*
e. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana

7. Standar Umum Kelayakan Wahana Permainan Anak

Permainan Anak adalah sebuah tempat atau taman yang dilengkapi dengan beberapa permainan anak-anak, seperti: ayunan, kereta, dan lain sebagainya. Standar minimal kelayakan wahana kolam pantai yaitu:

a. Jarak permainan satu dengan yang lainnya minimal 2 meter
b. Taman atau tempat bermain memiliki permukaan yang datar
c. Terdapat minimal 2 petugas yang bertanggung jawab mengawasi wahana.

Hasil penelitian Isaac and Kuuder (2012) menunjukkan bahwa pengembangan ekowisata berbasis masyarakat merupakan alat yang strategis untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar obyek wisata di Sirigu, Ghana. Penelitian Singh and Ravi (2011) menunjukkan hasil dalam hubungannya dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal, ekowisata berpengaruh positif terhadap kehidupan sosial ekonomi masyarakat di sekitar kawasan. Penelitian Angelica *et al* (2010) menunjukkan hasil bahwa kawasan wisata berbasis lingkungan (ecotourism) dapat memberikan manfaat sosial, ekonomi dan lingkungan di wilayah kawasan setempat.

Penelitian Kumar and Arvind (2009) bahwa masyarakat lokal sangat antusias mengembangkan lokasi ini sebagai lokasi ekowisata. Pengembangan ekowisata memberikan pengaruh positif terhadap sosial ekonomi masyarakat di sekitarnya. Penelitian Ramser (2007) menunjukkan ekowisata di Laikipia memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kondisi ekonomi masyarakat di sekitar lokasi, ekowisata memiliki peran yang besar terhadap kehidupan sosial masyarakat, serta adanya ekowisata menyebabkan keseimbangan sosial-ekonomi masyarakat di sekitar kawasan wisata.

Penelitian Emaad (2006) menunjukkan terdapat hubungan antara pembangunan pariwisata berkelanjutan terhadap manajemen lingkungan. Penelitian Tisdell (2003) menunjukkan diperlukan peran serta pemerintah setempat agar adanya ekowisata dapat berpengaruh positif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat di sekitar lokasi dan diperlukan regulasi yang baik tentang pengembangan ekowisata yang berbasis konservasi alam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian kualitatif, yaitu pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. Jelas definisi ini memberi gambaran bahwa penelitian kualitatif mengutamakan latar alamiah, metode alamiah, dan dilakukan oleh orang yang mempunyai perhatian alamiah (Moleong, 2007). Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu kelayakan Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari informan berupa angket dan data sekunder yang meliputi dokumen, survei, observasi dan wawancara.

Hasil angket yang di isi oleh responden berupa data kualitatif. Agar data tersebut dapat dianalisis maka haruslah diubah menjadi data kuantitatif. Mengkuantitatifkan jawaban item pertanyaan dengan memberikan skor 1 untuk masing-masing jawaban pada tiap pertanyaan. Menghitung frekuensi untuk tiap-tiap kategori jawaban yang ada pada masing-masing variabel / sub variabel. Dari hasil perhitungan dalam rumus akan dihasilkan angka dalam bentuk prosentase.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 24,5% wahana di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah yang kurang memenuhi standar kelayakan, sedangkan 75,5% wahana di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah dalam kategori cukup layak. Sehingga dari perbandingan standar kelayakan yang telah ditetapkan oleh FINA dan GN Technologies, wahana Wisata ini dapat dikatakan memiliki tingkat kelayakan wahana yang cukup layak. Dari data di atas menunjukkan bahwa secara garis besar tingkat kelayakan wahana Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah dikategorikan pada tingkatan yang cukup layak dengan presentase sebesar 75,5%.

Dalam perencanaan Kawasan Wisata Kolam Renang Kartika juga akan mempertimbangkan elemen-elemen perancangan kota yang mendukung terbentuknya struktur visual kota serta terciptanya citra lingkungan yang bisa dimanfaatkan dalam penataan dan pengembangan kawasan. Elemen-elemen tersedut adalah:

1. ***Land Use*** (Tata Guna Lahan)

   Tata guna lahan yang direncanakan terdiri kawasan publik dan privat. Kawasan wisata publik adalah kawasan dengan tata guna lahan bersifat umum dan *free* untuk memasukinya. Sementara itu kawasan wisata privat memerlukan seperangkat aturan untuk memasukinya seperti biaya tiket, keamanan, lama kunjungan. Yang termasuk kawasan wisata prifat adalah kawasan wisata desa di sekitar kolam renang kartika, *waterpark*.

2. ***Building Form and Massing*** (Bentuk dan Massa Bangunan)
   Kawasan wisata yang akan direncanakan memiliki persyaratan ketinggian bangunan menyesuaikan lokasi.
3. ***Circulation and Parking*** (Sirkulasi dan Parkir)
   Jalur sirkulasi dan *pedestrian ways* juga direncanakan dapat ditempuh oleh penyandang cacat, kereta balita dan orang tua yang mempunyai nilai bagi terciptanya kenyamanan. Tersedianya fasilitas kenyamanan publik yang menyatu dan menjadi elemen jalur pedestrian, seperti *sitting group*, penerangan, vegetasi dan lain-lain.
4. ***Activity Support*** (Kegiatan Pendukung)
   Diletakkan di kawasan tempat parkir yang luas dengan fungsi sebagai pasar festival sehingga dapat dijadikan tempat singgah/ *rest area* bagi pengunjung yang melalui jalur jalan Solo-Surabaya dan tidak memerlukan persyaratan guna memasukinya.
5. ***Open Space*** (Ruang Terbuka)
   Meliputi semua taman, jalan, jalur, termasuk ruang rekreasi serta hubungan antara ruang terbuka umum dan ruang terbuka pribadi.
6. ***Signale*** (Penanda)
   Dapat berupa papan iklan, penunjuk jalan, spanduk, umbul-umbul, gerbang. Yang perlu diperhatikan dalam perancangan penanda ini adalah penyampaian informatif dan adanya unsur edukasi seperti tempat antrian tiket, tempat sampah, tanda lalulintas dll.
7. ***Preservation*** (Pelestarian)
   Meliputi perlindungan terhadap lingkungan dan tempat umum di kota (lapangan, plaza, *shopping area*). Kegiatan pelestarian ini dilakukan sebagaimana pada kegiatan preservasi bangunan dan tempat bersejarah.

Dalam penyusunan Master Plan Kawasan Wisata Kolam Renang Kartika ini, konsultan memperhatikan kriteria umum perencanaan kawasan wisata disesuaikan berdasarkan fungsi dan kebutuhan perencanaan Master Plan meliputi:

1. **Unsur Pendidikan**
   Master Plan kawasan wisata yang disusun menghasilkan produk kawasan wisata yang menjamin dapat menambah ilmu pengetahuan, mendidik dan memberi wawasan yang luas kepada masyarakat pengguna dan sekitar.
2. **Unsur Hiburan**
   Master Plan yang disusun menjamin dapat memberi dampak positif penyegaran secara rohani bagi pengunjung.
3. **Unsur Konservasi Lingkungan Dan Sosial Budaya Masyarakat**
   Master Plan yang disusun wajib memperhatikan kondisi lingkungan eksisting kawasan dari hal-hal yang merusak, penurunan kapasitas dan kualitas lingkungan, pelestarian sosial, budaya, kesenian masyarakat serta pengembangannya.
4. **Unsur Pemberdayaan Masyarakat Kecil**
   Master Plan yang disusun wajib memberdayakan masyarakat kecil yang berada di sekitar kawasan untuk berpartisipasi dan dan meningkatkan ekonominya.
5. **Unsur Arsitektur Dan Lingkungan**
   Master Plan yang disusun memiliki daya tarik arsitektur yang bagus dan modern, menambah keindahan dan tidak mencemari lingkungan.

6. Unsur Aksesibilitas

Master Plan harus disusun dengan memperhatikan kebutuhan seluruh elemen yang menggunakan kawasan ini, dengan memberikan utilitas yang memadai, mudah dijangkau dan dimanfaatkan termasuk balita, penyandang cacat dan lanjut usia.

Analisis finansial dilakukan dengan mempertimbangkan sebagai berikut: periode analisa dihitung selama 15 Tahun, masa konstruksi selama 1 tahun, bunga masa konstruksi menjadi bagian dari nilai investasi, tingkat inflasi (kenaikan harga) 10% per tahun, tingkat bunga sebagai pedoman analisa (MARR = *Minimum Atractive Rate of Return*) sebesar 8% per tahun, umber pendapatan selain karcis masuk kolam renang, sewa petak minimarket (2 minimarket) Rp. 20.000.000,-/ per tahun, sewa petak kios (2 kios) Rp. 10.000.000,-/ per tahun; parkir dengan estimasi pendapatan per tahun sebesar Rp. 72.000.000, tarif parkir Rp. 1.000,- untuk sepeda motor dan Rp. 2.000,- untuk mobil sekali parkir; sumber pendapatan tersebut mengalami kenaikan 50% per 5 (lima) tahun. Metode analisis yang digunakan adalah:

1. *Pay Back Period*

   Untuk mengukur waktu yang diperlukan bagi jumlah nilal investasi yang ditanamkan dapat kembali dari hasil-hasil yang didapat (*Net Cash Flow*), untuk rentang waktu analisa 15 tahun maka maksimum *pay back* period selama 7 tahun 2 bulan.

2. *Net Present Value*

   Mengukur kelayakan investasi dengan memperbandingkan nilai investasi awal dengan nilai sekarang dari hasil investasi (*Net Cash Flow*) selama tahun analisa pada tingkat bunga yang *diharapkan*/Minimum *Atractive Rate of Return* (MARR) (10%). Apabila hasil perbandingan tersebut sama atau positif maka investasi dinyatakan layak dan apabila hasil perbandingan negatif maka investasi dinyatakan tidak layak

3. *Internal Rate of Return*

   Analisa ini menggunakan metode pendekatan menghitung nilai present Value hasil investasi (Net Cash flow) dengan tingkat bunga tertentu diperbandingkan dengan nilai investasi sampai diperoleh hasil negatif. Kemudian tingkat bunga pada present value tersebut diperbandingkan dengan tingkat bunga yang diharapkan (MARR = 10%). Apabila hasilnya lebih besar maka investasi dinyatakan layak.

Perhitungan Nilai Investasi dan Pendapatan Kolam Renang:

1. Perhitungan Nilal Investasi dan Pendapatan Kolam Renang

   Estimasi nilai investasi bangunan (dua) lantai sebesar Rp. 16.688.455.300 (Enam belas milyar enam ratus delapan puluh delapan juta empat ratus lima puluh lima ribu tiga ratus rupiah) dengan rincian sebagai berikut:

   a. Biaya konstruksi Bangunan — Rp. 15.171.323.000
   b. Biaya bunga masa konstruksi — Rp. 1.517.132.300
   Rp. 16.688.455.300

2. Hasil Pendapatan Kolam Renang

   Dengan biaya investasi tersebut diatas untuk estimasi pendapatan kolam renang:

Estimasi pengunjung 300 orang per hari tarif masuk kolam @ Rp. 25.000,-
Pendapatan kolam renang per hari (300 x Rp. 25.000,-): Rp. 7.500.000,-
Pendapatan kolam renang per tahun (Rp. 6.000,- x 360):
Rp. 2.700.000.000,-

KESIMPULAN

Tingkat kelayakan wahana di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah menurut pengunjung pada kategori tingkat cukup layak, dimana kondisi ini berada pada interval 75%-100%. Dengan tingginya antusias pengunjung yang ramai setiap harinya, dari hasil wawancara dengan pengelola Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah, minimal 100 tiket terjual setiap harinya dan pada hari libur mencapai 500 tiket terjual.

Tingkat kelayakan wahana Wisata secara keseluruhan dapat dikatakan cukup layak. Tingkat kelayakan wahana di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah mendapat presentase sebesar 75,5%, sedangkan menurut pengunjung mencapai 56%. Maka wahana di Kolam Renang Kartika di Kroyo Sragen Jawa Tengah masuk dalam kategori cukup layak, dimana kondisi ini berada pada inetrval 50,6%-75,5%.

Analisa kelayakan dan hasil perhitungan diperoleh hasil analisa kelayakan sebagal berikut: Pay Back Period tercapai pada tahun ke 7 bulan ke 2; Hasil NPV Positif pada angka 3.526.413.990; Perhitungan IRR pada tingkat bunga 13,913% diatas MARR 10%. Dengan hasil perhitungan diatas maka Investasi Pembangunan Kolam Renang Kartika dinyatakan layak sepanjang sesuai dengan asumsi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Angelica, M. Almeyda Zambrano., Eben N Broadbent and William H. Durham. 2010. Social and Environmental Effects of Ecotourism in The Osa Peninsula of Costa Rica: the Lapa Rios Case. *Journal of Ecotourism*. Volume 9. Issue 1. pp. 62 -83.

Emaad Muhanna. 2006. Problems and Perspectives in Management. *Problems and Perspectives in Management*. 4 (2). pp. 14 – 30.

Bunghez, Corina Lariza. 2016. The Importance of Tourism to a Destination's Economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*. Vol. 16, No. 1. pp. 1 – 9.

G.N Technologies. 2011. Standar Minimum Kelayakan Wahana Waterboom. Online. Available at http://pengembang-waterpark.blogspot.com/2011/05/Standar-Minimal-Kelayakan-Wahana.htm G.N Technologies. 2015. *Profil Perusahaan.* Online. Available at www.http://waterparkkontraktor.Indonetwork.co.id/profile/kontraktor-waterpark-gnt.htm http://waterparkgntech89.blogspot.com/profile/blog-page_3.html.

Goldsmith, Selwyn. 2000. *Universal Design: A Manual of Practical Guidance for Architect.* Architectural Press: Oxford.

Graaskamp, James A. 1987. *Guide to Feasibility Analysis*.Online. Available at http://samsyr-blogspot.com/2011/04/Feasibility-Tahap-III-Manajemen.htm (accesed 4/6/15).

Isaac, M.; Kuuder, C.J.W. 2012.Community-Based Ecotourism and Livelihood Enhancement in SiriguGhana.*International Journal of Humanities and Social Science*. 2(18): 97-108.

Jakfar dan Kasmir. 2003. *Aspek-Aspek Kelayakan.* Jakarta: Erlangga.

Jensen-Butler C, Madsen B & Zhang J (2007) Regional Economic Impacts of Tourism: The Case of Denmark. *Regional Studies*. Vol. 41. No. 6. pp. 839 – 853.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi III. *Tentang Pengertian Kelayakan.*

Kotler, P., Bowen, J. T., and Makens, J. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.

Kreck, Lothar.A. 2005. *'Standar Kelayakan Minimal Menjadi Daerah Wisata'. Jakarta: Salemba Empat.*

Kumar, V. and Arvind, K. 2009.Assessment of Socio-Economic Impact of Tourism /Eco-Tourism at Barabar and Nagarjuni (B and N) Hills in Bihar (India). *Journal of Environmental Research and Development*. 4(2): 601-610.

Moleong, Lexy. 2010. *Metodologi Penelitian Kua*litatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Pangesti, Tri. 2007. *Balai Diklat Kehutanan Bogor. 'Penilaian Priorista Pengembangan Objek Wisata'.* Jakarta: Salemba Empat.

Peraturan FINA Tahun 2009-2013. *Tentang Standar Kolam Renang dewasa untuk Perlombaan.*

Ramser, T. 2007. *Evaluating Ecotourism in Laikipia Kenya Assessingthe Socio-Economic Impact and Conservation Attitudes*. Bern: University of Bern.

Rangkuti, Freddy. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Shirvani, Hamid. 1985. The Urban Design Process. Van Nostrand Reinhold: New York.

Singh, B.P. and Ravi, U. 2011. Ecotourism and Its Effect on Wildlife of Pachmarhi Biosphere Reserve.*African Journal of Environmental Science and Tech-nology*. 5(9): 717-721.

Suharsimi, Arikunto. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suharsimi, Arikunto. 2010. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tipperary County Council. 2016. *Strategic Tourism Marketing, Experience & Destination Development Plan 2016-2021.* CHL Consulting Company Ltd.

Tisdell, C. 2003. Economic Aspects of Ecotourism: Wildlife-Based Tourism and Its Contribution to Nature. *Sri Lankan Journal of Agricultural Economics*. 5(1): 83-94.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan.

THE ROLE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY IN AFFECTING THE PURCHASE DECISION OF PEPSODENT DENTAL IN MOJOSONGO REGION SURAKARTA

PERAN CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT DI WILAYAH MOJOSONGO SURAKARTA

Intan Meikasari
Progdi S1 Manajemen STIE AUB Surakarta
Intanmeikasari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran citra merek, harga, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah mojosongo Surakarta. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat mojosongo Surakarta yang membeli dan menggunakan Pasta Gigi Pepsodent. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah insidental sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrument, uji asumsi klasik, analisa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji $R^{2.}$ Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,256 dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,133. Hasill uji F menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai F signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji koefisien determinasi R^2 0,605 yang artinya bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian masyarakat di wilayah Mojosongo Surakarta sebesar 60,5% sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Citra merek, Harga dan Kualitas Produk

ABSTRACT

This study aims to determine the role of brand image, price, and product quality in influencing the decision to purchase pepsodent toothpaste in the mojosongo region of Surakarta. The population in this study was the Surakarta Mojosongo community who bought and used Pepsodent Toothpaste. The sampling technique used was incidental sampling and a sample of 100 respondents was obtained. The analysis technique in this study consisted of instrument testing, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test, and R^2 test. Based on the results of the regression equation, it can be concluded that brand image has a positive effect on purchasing decisions, prices have a negative effect on purchasing decisions, and product quality has a positive effect on purchasing decisions. The results of the t test can be concluded that the brand image has a significant effect on purchasing decisions indicated by a significance value of 0,000. price does not have a significant effect on purchasing decisions indicated by a significance value of 0.256 and product quality has no significant effect on purchasing decisions indicated by a significance value of 0.133. The result of the F test shows that the brand image, price, and product quality together influence the purchasing decision indicated by the F value of 0,000. Determination coefficient test results R^2 0.605 which means that the variable brand image, price, and product quality can influence the variables of community purchasing decisions in the Mojosongo Surakarta region by 60.5%, the remaining 39.5% are influenced by other variables outside of this study.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image, Price and Product Quality

PENDAHULUAN

Berkembangnya bisnis, saat ini mampu member peluang dan tantangan di suatu perusahaan. Perusahaan bersaing dalam memenuhinakan kebutuhan yang di butuhkan oleh konsumen. Persaingan pada era sekarang ini, perusahaan dituntut untuk memberikan layanan yang memuaskan, Karena banyak banyak perusahaan yang memproduksi pasta gigi sejenis. Para pesaing memberikan pilihan untuk para konsumen dalam memilih prpduk yang di inginkan. Sebagai masyarakat dituntut untuk pintar dan cermat dalam pemilihan produk yang dibutuhkan. Perusahaan dalam memperluas jangkauan di pasar dengan cara memberikan kesan baik untuk konsumen setia akan produknya.

Konsumen merupakan tolak ukur keberhasilan perusahaan, pemasar harus mengetahui yang dibutuhkan oleh konsumen, dimana perkembangan jaman semakin maju, sehingga para pemasar dengan cepat dapat mengerti perubahan akan selera konsumen. Faktor terpenting yang dibutuhkan suatu hidup perusahaan, karena konsumen modern sudah pandai dan teliti dalam mendapatkan informasi akan produk dan jasa yang berguna dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan. (Zamroni, 2016)

Persaingan pada pasar global memberi pengaruh besar terhadap pelanggan dengan para pengusaha. ketatnya persaingan produk pasta gigi yang dapat dilihat dari kegiatan pemasarannya. Pasta gigi adalah kebutuhan yang setiap orang cari dan tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, karena kompetisi pasar pasta gigi saat ini semakin meningkat, banyak perusahaan pasta gigi menjadi kreatif seiring dengan kemajuan teknologi, perusahaan pasta gigi bersaing untuk menghasilkan produk pasta gigi yang inovatif dalam atribut produk serta bermanfaat lebih, tujuaanya untuk menciptakan kualitas yang baik dan memberikan nilai merek kepada konsumennya sehingga menjadikan citra merek yang kuat pada perusahaan tersebut. (Zamroni, 2016)

Pasta gigi tertua di Indonesia dan paling terkenal yaitu Pepsodent, sejak keberadaannya selalu memberikan kemajuan. Pepsodent merupakan pasta gigi no 1. Pada tahun 1980 pepsodent meluncurkan produk pasta gigi berflorida serta pasta gigi yang aktif mendidik dan menyelenggarakan kebiasaan menyikat gigi melalui layanan pemeriksaan gratis untuk gigi.

Market leader untuk produk pasta gigi diduduki oleh pepsodent bahkan menjadi penguasa pasar dan varian dari usia anak-anak sampai dewasa. Selama Brand image kuat akses ke konsumen menjadi makin mudah. Pepsodent mendapat peluang dalam mensosialisasikan dan memberi pengetahuan mengenai gigi sehat. Pepsodent merupakan salah satu produk unggulan dari PT. Unilever Indonesia. Tanggal 5 desember 1993 berdirinya PT. Unilever. Waktu yang lama ini membuat citra merek pasta gigi tinggi dibenak rakyat Indonesia secara luas. Menurut Tatik Suryani (2013: 86), citra merek adalah segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap merk secara menyeluruh serta terbentuk dari informasi dan pengalaman konsumen. Pasta gigi pepsodent merupakan pasta gigi no 3 di masyarakat indonesia. Terbukti sejak tahun berdiri hingga saat ini produk pasta gigi pepsodent menjadi pemuncak pasar pasta gigi di Indonesia.

pada tabel 1.1 dibawah ini yang bersumber pada website resmi Top Brand Indonesia yang sudah diolah peneliti.

Adapun tabel pangsa pasar pasta gigi sejak tahun 2016 hingga 2018 sebagai berikut :

Tabel 1.1

TOP BRAND INDEX PASTA GIGI TAHUN 2016 – 2018

Merek	2016	2017	2018	TOP
Pepsodent	77,6 %	78,7 %	64,6 %	TOP I
Ciptadent	7,0 %	6,7 %	5,1 %	
Close –up	5,9 %	5,3 %	14,5 %	TOP II
Formula	4,8 %	5,2 %	4,8 %	
Sensodyne	5,2 %	0	0	

Sumber : www.topbrand-award.com,15 Oktober 2018

Bersumber pada tabel di atas yang menunjukkan bahwa pangsa pasar pasta gigi Pepsodent secara konsisten menjadi pemimpin pasar di Indonesia. Seperti yang terlihat pada nilai indek tahun 2016 ke 2018. Pada tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan sebesar 1,1 % di tahun. Pada tahun 2017 ke 2018 indeks menunjukkan penurunan dari 78,7% ke 64,4 %. Pesaing Pepsodent ada 4 produk pasta gigi, yaitu: Ciptadent, Formula, Sensodyne, Close-Up Dan rata-rata indeks pangsa pasarnya mengalami kenaikan. Meskipun pepsodent pernah mengalami penurunan, tetap saja posisi Pepsodent dapat dinyatakan berada di posisi aman dan menjadi TOP leader. Hal ini dikarenakan semakin banyak perusahaan pasta gigi di Indonesia yang menciptakan produk pasta gigi yang bermanfaat lebih baik. Dalam usaha mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, Pepsodent juga gencar membuat produk pasta gigi yang berkemasan menarik dan unik.

Selain itu dari kualitas produk merupakan salah satu faktor penting, karena dengan kondisi sekarang ini produk yang berkualitas Mempunyai nilai lebih dibanding dengan produk pesaing. (Kotler, 2009:143). Harga memiliki peran penting dalam menentukan keputusan konsumen pada pembelian produk, sehingga mampu menjadi suatu keberhasilan pemasaran produk.

Untuk mencapai kesuksesan dilakukan dengan menciptakan mempertahankan pelanggan. Suatu perusahaan pada sasaran pasarnya dalam memahami perilaku konsumen, karena kelangsungan perusahaan sebagai organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen bergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008:19).

Dalam perilaku konsumen terdapat keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2011:96).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zamroni (2016) mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada

konsumen indomaret plus di jalan M. Yamin Samarinda. Penelitian ini mengemukakan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan peneliti ingin meneliti pengaruh peran citra merek, harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah mojosongo Surakarta.

Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2017) menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Yuliantiningsih (2016) menyatakan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian dan Elis (2016) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari penelitian tersebut dapat digunakan dasar untuk mendukung peneliti dalam melakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan Sugiarto, (2013) menyatakan bahwa pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Yuliantiningsih, dkk, 2016) menyatakan bahwa citra merek, produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Evelina, dkk, 2012) menyatakan bahwa citra merek, produk, kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (Zamroni, 2016) menyatakan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari analisis dan uraian latar belakang di atas maka penulis akan melakukan penelitian skripsi dengan judul : "PERAN CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT DI WILAYAH MOJOSONGO SURAKARTA".

1. Rumusan masalah
   a. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Mojosongo Surakarta?
   b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Mojosongo Surakarta?
   c. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Wilayah Mojosongo Surakarta?
2. Tujuan Penelitian
   a. Mengetahui secara empiris pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent.
   b. Mengetahui secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent.
   c. Mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent.

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat Mojosongo Surakarta yang telah membeli dan menggunakan Pasta Gigi Pepsodent, dengan jumlah yang tidak diketahui.

Dengan sampel yang digunakan dan diambil sebanyak 100 responden beserta menggunakan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah insidental sampling (*sampling incidental*). Tujuan penelitian adalah mengetahui peran citra merek, harga, dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang telah membeli maupun menggunakan produk pasta gigi pepsodent. Teknik analisis data dalam penelitian adalah uji instrument, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji F dan uji R^2.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil analisis yang diperoleh output penelitian sebagai berikut.

1. Uji instrument
   a. Uji validitas

Butir Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,72	0,197	Valid
X2_2	0,649	0,197	Valid
X3_3	0,67	0,197	Valid
X4_4	0,675	0,197	Valid
X5_5	0,75	0,197	Valid
X6_6	0,733	0,197	Valid
X1_1	0,59	0,197	Valid
X2_2	0,603	0,197	Valid
X3_3	0,496	0,197	Valid
X4_4	0,294	0,197	Valid
X5_5	0,698	0,197	Valid
X6_6	0,593	0,197	Valid
1_1	0,664	0,197	Valid
X2_2	0,664	0,197	Valid
X3_3	0,63	0,197	Valid
X4_4	0,677	0,197	Valid
X5_5	0,595	0,197	Valid
X6_6	0,578	0,197	Valid
Y1_1	0,788	0,197	Valid
Y2_2	0,737	0,197	Valid
Y3_3	0,759	0,197	Valid
Y4_4	0,696	0,197	Valid
Y5_5	0,778	0,197	Valid
Y6_6	0,73	0,197	Valid

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk citra merek, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian adalah valid karena korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel mempunyai r_{item} lebih besar dari r_{tabel}.

   b. Uji realibilitas

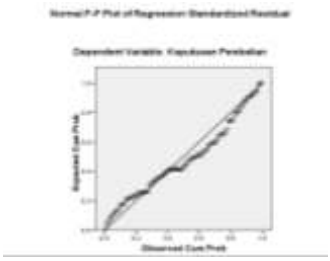
Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Citra merek	0,883	0,6	Reliabel
Harga	0,782	0,6	Reliabel
Kualitas produk	0,850	0,6	Reliabel
Keputusan membeli	0,907	0,6	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui koefisien reliabilitas (α) untuk masing-masing variabel dinyatakan di nilai koefisien Cronbach Alpha > 0,60 adalah realiabel, maka butir-butir kuesioner tersebut dapat di andalkan atau dengan kata lain reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

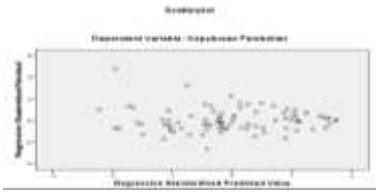
Gambar 1
Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas karena titik tersebut yang menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas dapat disimpulkan bahwa sebaran titik berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka disimpulkan tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Gambar 3
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.545	1.987		2.287	.024		
	Citra Merk	.790	.117	.746	6.733	.000	.325	3.080
	Harga	-.152	.133	-.124	-1.143	.256	.337	2.967
	Kualitas Produk	.193	.128	.166	1.514	.133	.332	3.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas dapat diketahui mempunyai nilai VIF masing-masing lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas.

d. Uji Autokorelasi

Gambar 4
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786[a]	.617	.605	2.263	2.070

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas dapat dilihat bahwa Durbin Watson (DW) sebesar 2.070. Dari hasil tesebut dapat diketahui bahwa nilai DW (2.070) terletak diantara dl<dw<4-du atau 1,613<2,070<2,264 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi positif maupun negatif.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.545	1.987		2.287	.024		
	Citra Merk	.790	.117	.746	6.733	.000	.325	3.080
	Harga	-.152	.133	-.124	-1.143	.256	.337	2.967
	Kualitas Produk	.193	.128	.166	1.514	.133	.332	3.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil diatas dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$$Y = 4{,}545 + 0{,}790X_1 - 0{,}152X_2 + 0{,}193X_3$$

1) a= 4,545. Persamaan regresi konstanta yang mengidentifikasikan bahwa apabila variabel citra merek (x_1), harga (x_2), kualitas produk (x_3) dianggap sama dengan nol, maka keputusuan pembelian adalah positif, yang berarti keputusan pembelian meningkat.
2) β_1= 0,790. Artinya bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila citra merek ditingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat dimana variabel yang lain adalah tetap.
3) β_2= -0,152. Artinya bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila persepsi terhadap biaya rendah maka keputusan pembelian akan meningkat dimana variabel yang lain adalah tetap.
4) β_3= 0,193. Artinya bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila kualitas produk ditingkatkan maka keputusan membeli akan meningkat dimana variabel yang lain tetap.

4. Uji t

Tabel 1
Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.545	1.987		2.287	.024		
	Citra Merk	.790	.117	.746	6.733	.000	.325	3.080
	Harga	-.152	.133	-.124	-1.143	.256	.337	2.967
	Kualitas Produk	.193	.128	.166	1.514	.133	.332	3.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Citra merek memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,733 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,005 hal ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian terbukti kebenarannya.
b. Harga memiliki nilai t_{hitung} sebesar -1,143 dengan nilai signifikan 0,256 > 0,005 hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tidak terbukti kebenarannya.
c. Kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,514 dengan nilai signifikan 0,133 > 0,005 hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tidak terbukti kebenarannya.

5. Uji F

Tabel 1
Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	792.414	3	264.138	51.587	.000[a]
	Residual	491.546	96	5.120		
	Total	1283.960	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F di atas diperoleh F hitung sebesar 51,587 dengan nilai sig < 0,05 yang berarti bahwa citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan.

6. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1
Uji koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.786[a]	.617	.605	2.263	2.070

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,605 yang artinya bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk mampu mempengaruhi variabel keputusan pembelian 60,5% sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

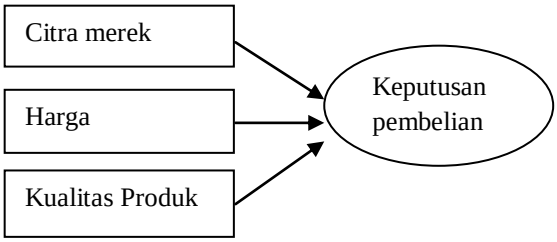
Berdasarkan uji hipotesis dapat dijelaskan bahwa citra merek, harga, dan kualitas produk tidak semua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah mojosongo Surakarta, sedangkan variabel harga dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah mojosongo Surakarta. Hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama : menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen memilih untuk mempertimbnagkan citra merek terhadap produk yang akan dibelinya. Karena pepsodent terkenal dimasyarakat, sehingga masyarakat percaya dan yakin akan

memutuskan pembelian produk yang dibelinya. Bagi konsumen bahwa citra merek baik akan membuat seseorang memiliki kemauan untuk menggunakan serta membeli produk tersebut.

2. Hipotesis kedua : "bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil ini dijelaskan bahwa sebagian konsumen tidak mempertimbangkan harga sebagai keputusan pembelian". Bagi konsumen produk yang dibeli sesuai dengan keinginan. Namun harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Hipotesis ketiga : bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjelaskan kualitas produk tidak menjadi pertimbangan konsumen saat memilih produk tersebut. Produk pepsodent sudah dikenal di masyarakat dan konsumen mengetahui akan kualitas dari produk pepsodent tersebut. Dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk dari pepsodent sendiri sudah tidak diragukan lagi dan ada faktor lain yang lebih dibutuhkan oleh konsumen, misalkan varian produk yang baru.

Kerangka Pemikiran



Sumber: Yuliantiningsih (2016) ,
Zamroni (2016)

PEMBAHASAN

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa citra merek semakin baik, maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Apabila keunggulan citra merek, keunikan produk, merek yang terpercaya, merek mudah dikenal dan member kesan merek baik semakin membuat konsumen memutuskan dalam pembelian pasta gigi pepsodent. Dengan upaya yang dilakukan :
   1) Meningkatkan keunggulan merek pasta gigi pepsodent.
      Dengan menambah varian produk pepsodent seperti rasa buah untuk usia anak-anak.
   2) Mempertahankan keunikan produk yang dimiliki.
      Pepsodent mempunyai ciri khas warna merah putih lain daripada yang lain.
   3) Menumbuhkan kesan baik di mata masyarakat.
      Misalnya melakukan pemeriksaan gigi gratis untuk konsumennya.
   4) Menjaga merek yang sudah dipercaya oleh masyarakat.
      Tidak melakukan hal yang membuat konsumen kecewa, misalnya tidak mengubah kandungan dalam produk tetap konsisten.

2. Harga memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Apabila harga produk terjangkau, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing

harga, perbandingan dengan produk lain, kesesuaian harga dengan manfaat, variasi harga yang mampu bersaing maka konsumen memutuskan untuk membeli pasta gigi pepsodent. Dengan upaya yang dilakukan :

1) Mempertahankan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh produk.
   Menetapkan harga produk yang standar seimbang dengan kualitasnya misal dengan harga Rp 4.000 dengan ukuran 75 gr.
2) Harga mampu berdaya saing dengan produk pasta gigi lain.
   Menetapkan harga yang bersaing misalkan, harga pepsodent Rp 4.000 dan harga close up Rp 3.700.
3) Menetapkan harga terjangkau untuk masyarakat.
   Harga yang diterapkan kisaran Rp 2.000 – Rp 10.000.
4) Mampu menyesuaikan harga dengan kualitas produk pasta gigi pepsodent.
   Harga yang diterapkan ekonomis dengan kualitasnya ,misalkan harga produk pepsodent Rp 2000 untuk ukuran kecil dan masyarakat senang akan produk tersebut.

3. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa kualitas produk pepsodent ditingkatkan, maka keputusan pembelian tak meningkat. Tidak signifikan dengan hasil 0,256 > 0.05 karena kualitas produk pepsodent sudah lama dikenal dan menjadi merek utama pasta gigi, meskipun pepsodent sudah terkenal namun konsumen menganggap kualitas produk pepsodent masih sama, belum mengalami perubahan seperti yang diinginkan konsumen dan dipengaruhi oleh faktor lain seperti selera dan minat beli. Apabila kesesuaian produk, kemasan produk, karakteristik (ragam produk), daya tahan, daya tarik, kesan kualitas produk ditingkatkan maka konsumen memutuskan untuk membeli pasta gigi pepsodent. Dengan upaya yang dilakukan :
   1) Meningkatkan daya tahan akan produk pasta gigi pepsodent.
      Pepsodent harus mampu meningkatkan daya tahan produk misalnya, menginovasi kemasannya agar lebih awet dari segala cuaca. Agar produk tidak mudah rusak.
   2) Menumbuhkan minat beli terhadap konsumen dengan varian baru.
      Mengadakan event missal pembelian pepsodent seharga Rp 100.000 mendapatkan voucher belanja alfamart.
   3) Memberikan kesan kualitas yang baik kepada konsumen.
      Misalkan mengadakan kegiatan gigi bersih menggunakan pepsodent untuk anak-anak karena kandungannya standar untuk seusianya agar orang tua juga ikut andil bahwa kualitas pepsodent baik untuk anaknya.
   4) Membuat kemasan unik untuk produk pasta gigi pepsodent.
      Misalkan pepsodent menggunakan kemasan yang berbeda dengan biasanya contoh ada wajah tersenyum dengan gigi putih.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah Mojosongo Surakarta.
2. Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah Mojosongo Surakarta.

3. Kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di wilayah Mojosongo Surakarta.
4. Citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli secara simultan.
5. Baerdasarkan uji koefisien determinasi R^2 variabel citra merek, harga, dan kualitas produk mampu mempengaruhi variable keputusan pembelian 60,5% sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian dilakukan memiliki keterbatasan, sebagai berikut :

1. Adanya kuesioner yang kurang dimengerti oleh responden.
2. Variabel yang diteliti terdiri dari 4 variabel yaitu peran citra merek, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.
3. Peneliti melakukan penelitian di wilayah mojosongo Surakarta
4. Penelitian mengambil sampel sebanyak 100 responden di wilayah Mojosongo Surakarta.

Saran

Peneliti memberikan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Citra merek yang baik, akan meningkatkan suatu pembelian. Maka dari itu pepsodent perlu menjaga citra merek pepsodent. Dengan cara:
   a. Meningkatkan keunggulan produk
      Dengan cara melakukan evaluasi produk sebelum produk dipasarkan.
   b. Meningkatkan kekuatan merek dibanding produk lain.
      Dengan cara melakukan perubahan yang baik akan citra merek misalkan pepsodent mengadakan event gigi sehat untuk anak-anak. Agar mempunyai *image* yang baik di masyarakat.
   c. Mampu menambah desain produk untuk produk
      Dengan cara mengubah desain produk pepsodent. Misalkan kemasan yang dulunya tanpa model sekarang ditambah model orang untuk kemasan produknya.
   d. Menambah kepercayaan terhadap konsumen pepsodent.
      Dengan cara tidak mengecewakan hati konsumennya dari segi citra merek yang sudah dikenal masyarakat mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen.
   e. Mempertahankan citra baik dimasyarakat untuk lebih berada di hati konsumen.
      Dengan cara melakukan sosialisasi di masyarakat guna untuk lebih dekat lagi terhadap konsumen pepsodent.
   f. Meningkatkan kinerja citra merek sebagai cara untuk bersaing dengan pesaing karena mempunyai nilai positif.
      Dengan cara memberi perhatian penuh terhadap citra produk pepsodent yang sudah baik dimasyarakat karena mampu mengembangkan nama baik produk.
2. Semakin terjangkau harga, maka semakin meningkat keputusan pembelian. Maka dari itu pepsodent perlu menentukan harga ekonomis di masyarakat. Dengan cara :
   a) Harga disesuaikan tanpa mengurangi kualitas produk yang dimiliki.
      Dengan cara menetapkan harga standar dengan kualitas produknya, misalkan harga pepsodent Rp 5.000 yang sesuai dengan kualitas.
   b) Memberikan harga sesuai dengan kualitas pada pepsodent.
      Menerapkan harga yang sebanding dengan produk pepsodent seperti yang dilakukan pepsodent, dipasaran dengan harga dan kualitas yang sesuai.

c) Mampu menetapkan harga yang bersaing.
   Pepsodent menetapkan harga yang bersaing, tanpa merugikan produk pasta gigi sejenisnya, misalnya harga pepsodent Rp 5.000 sedangkan harga close up Rp 5.500.
d) Memberikan harga yang ekonomis
   Harga yang ditawarkan pepsodent sesuai dengan semua kalangan dari atas-bawah. Karena harga standar, tidak terlalu mahal.
e) Kesesuaian harga dengan varian produk yang ada
   Pepsodent memiliki harga bervariasi disetiap produknya, misalkan 120 gr Rp 5.600 dan 190 gr Rp 8.200
f) Harga standar dengan produk pasta gigi lain
   Harga yang diterapkan dengan produk lain tidak terpaut terlalu jauh, yang akan menjatuhkan lawannya. Harga pepsodent selalu seimbang dengan lawan pasta gigi lain.

3. Semakin kualitas produk baik maka akan meningkat keputusan pembelian. Maka dari itu pepsodent perlu meningkatkan kualitas produk pepsodent. Dengan cara:
   a) Menambah kesesuain produk dengan produk yang dimiliki
      Lebih memperbaiki mutu produk pepsodent agar konsumen tetap mencintai produknya.
   b) Membuat kemasan yang unik dari produk lain
      Misalkan kemasan produk ditambahkan dengan model iklan yang biasanya cuma identik dengan warna putih dan merah
   c) Mempertahankan daya tahan produk
      Menjaga kualitas produk pepsodent agar mampu bertahan lama, mengevaluasi saat proses produksi
   d) Membuat produk baru yang lebih memiliki daya tarik beli
      Memunculkan produk dengan varian baru, misalkan pepsodent untuk anak beraroma buah.
   e) Menentukan kesan produk yang baik untuk konsumen
      Dengan selalu memperhatikan keluhan konsumen, caranya memberikan sarana kotak pesan untuk konsumen pepsodent agar pihak perusahaan mengerti kondisi produk yang berada dimasyarakat
   f) Menambah kualitas produk pepsodent dengan produk pasta gigi lain.
      Dengan selalu melakukan evaluasi produk pepsodent agar kualitas produk dapat terjaga dan tidak ketinggalan dengan pesaingnya. Karena pesaing mungkin lebih melakukan perubahan akan produknya.

REFERENSI

Abdullah, Tamrin, Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa

Afif Zamroni. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin,Samarinda, Vol. 4, No. 4. Hal : 960 – 974

Arikunto, S., 2009. Prosedur Penelitian Suatu Praktik. Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta

Arum Yuliantiningsih, Dr.H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT, 2016, Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina), Vol. 5, No. 3. Hal : 1 – 11

Dr.Sudaryono, 2016. Manajemen Pemasaran (Teori & Implementasi)

Enggel, James, et al. 2006. *Consumer Behavior*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and EconomicsHal : 1 – 11

Hawkins D.I., Best R.J. dan Coner K.A. 2001. Costumer Behavior. Edisi 8. Von Hoffmann Press: United States

Hermawan Kertajaya. 2004. Siasat Bisnis: *Menang dan Bertahan di Abad Asia Pasifik*. Gramedia Pustaka Utama dan Gatra: Jakarta

Jeff Madura. 2001. *Introduction to business*. Outh Western college Publising : Singapore

Khotler, Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat

Khotler, Philip dan A.B. Susanto. 2001. Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian). Buku 2. Jakarta: Salemba Empat

Kotler, Philip dan Keller Lane. 2007. Manajemen Pemasaran. Terj. Benjamin Molan. PT: Indeks: Jakarta

Kotler, Philip, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta Prenhalindo

Kotler, Philip, Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 8, Erlangga: Jakarta

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Mangkunegara, A. Prabu, 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Refiks aditama: Jakarta

Nela Evelina, Handoyo DW, Sari Listyorini, 2012, Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)

Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. LaksBang Pressindo: Yogyakarta.

Rizky Iryanita, Y. Sugiarto. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan), Vol. 2, No. 2. Hal :1 – 9

Schiffman, Leon G & Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. Prentice Hall International: New Jersey

Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2017. Statistika Untuk penelitian Alfabeta bandung

Suryani, Tatik. 2008. Perilaku konsumen : Implikasi Pada Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Graha IImu

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan strategi Pemasaran*. Rosdakarya: Bandung

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press: Jakarta

Tjiptono Fandy dan Candra George, 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi. Kedua. Andi Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Andy Offset. Yogyakarta

Wahyu Saidi. 2007. Mari Berkenalan dengan Bisnis. Ikhtiar Press: Jakarta

Muhammad yusup. 2011. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Universitas Diponegoro Semarang

THE EFFECT OF QUALITY PRODUCTS, PRICES AND PROMOTIONS ON THE PURCHASE DECISION OF BATIK MARJUKI HADI IN PASAR KLEWER SURAKARTA

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK MARJUKI HADI DI PASAR KLEWER SURAKARTA

Khoirunnisa Citraningrum
S1 Manajemen khoirunnisacitra21@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and promotion on purchasing decisions of Batik Marjuki Hadi at Pasar Klewer Surakarta. The population in this study were consumers of Batik Marjuki Hadi at Pasar Klewer Surakarta. The sample of this study was 100 respondents. The sampling technique used was simple random sampling. Data analysis techniques in this study consisted of testing instruments, classic assumption tests, multiple linear regression analysis, t test, F test and R^2 test. The results showed that partially, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions indicated by a significance value of 0.013, prices have a positive and significant effect on purchasing decisions indicated by a significance value of 0.001 while promotion has a positive and not significant effect on purchasing decisions indicated by significance of 0.276. Simultaneously product quality, price and promotion have a significant effect on purchasing decisions indicated by the F value of 0,000. The capability of product quality, price and promotion variables in influencing purchasing decisions is 51.6% as indicated by the adjusted R square amount of 0.516 while the remaining 48.4% is influenced by variables outside of this study.

Keywords: Purchase Decision, Product Quality, Price and Promotion

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling.* Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji R^2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,013, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 sedangkan promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,276. Secara simultan kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai F signifikansi sebesar 0,000. Kemampuan variabel kualitas produk, harga dan promosi dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 51,6% sebagaimana ditunjukkan dengan besarnya adjusted R square sebesar 0,516 sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga dan Promosi.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis usaha yang terdapat di Indonesia, semakin hari semakin ketat, karena setiap perusahaan pasti memliki strateginya masing-masing untuk meningkatkan pendapatan mereka. Tak terkecuali pada usaha produksi dan penjualan Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Batik Marjuki Hadi merupakan salah satu perusahaan *Home Industry* yang berada di Kabupaten Sragen, yang memasarkan produk batiknya di Pasar Klewer Surakarta. Berdirinya Keraton Surakarta tahun 1745 turut mewarnai perkembangan Batik di Surakarta. Kota Surakarta identik dengan batik, banyak wisatawan asing yang datang ke Surakarta dan berkunjung ke Pasar Klewer Surakarta untuk berbelanja Batik khas Surakarta.

Dewasa ini, batik telah menjadi identitas bagi negara Indonesia, yaitu dengan dijadikannya batik sebagai pakaian nasional. Selain itu, batik juga telah dijadikan sebagai benda warisan pusaka dunia (*world heritage)*, yang diakui fakta bendawinya (*tangible*) maupun makna filosofisnya (*intangible*) oleh UNESCO pada tanggal 1 Oktober 2009. Terdapat berbagai macam motif batik yang ada di Indonesia sehingga konsumen bisa memilih produk batik yang akan dikehendaki. Kondisi perkembangan industri batik sangat pesat ini mendorong perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, diantaranya kualitas produk, harga dan promosi.

Konsumen yang telah dihadapkan dengan berbagai pilihan jenis barang atau jasa, selalu menuntut agar mereka bisa selalu mendapatkan barang atau jasa dengan kualitas terbaik. Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 354), kualitas produk memiliki peran strategis yang dapat mengalahkan pesaing. Perusahaan harus mampu menghadirkan produk yang berkualitas dan mampu menciptakan produk yang dibutuhkan oleh konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan usaha lain.

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga suatu produk maka keputusan pembelian terhadap produk tersebut akan semakin rendah, sebaliknya jika harga produk rendah maka keputusan pembelian terhadap produk tersebut akan semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2005: 187).

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008: 219). Dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut diharapkan konsumen mau mencoba untuk membeli produk

tersebut dan mendorong konsumen yang sudah ada agar melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Menurut pemilik Batik Marjuki Hadi permintaan produk batik semakin berkembang dari waktu ke waktu dan produk batik yang dihasilkan dari hari ke hari semakin beragam. Harga produk batik yang dijual Batik Marjuki Hadi cukup terjangkau oleh masyarakat. Harga Batik Printing berkisar Rp. 55.000,00 – Rp. 75.000,00 per biji sesuai ukuran. Harga Batik Cap berkisar Rp. 80.000,00 – Rp.100.000,00 per biji sesuai ukuran. Harga Batik Kombinasi Tulis berkisar Rp. 200.000,00 – Rp. 250.000,00 per biji sesuai ukuran. Harga Batik Tulis Asli berkisar Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00 per biji sesuai ukuran. Apabila konsumen membeli produk batik dalam jumlah banyak, maka Batik Marjuki Hadi akan memberikan potongan harga pada konsumen.

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta sangat penting, karena dengan kualitas produk Batik Marjuki Hadi bisa menentukan harga dan dalam persaingan seperti sekarang ini, Batik Marjuki Hadi dituntut untuk menawarkan produk batik yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dan berbeda dengan produk batik pesaing.

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian Batik Marjuki hadi di Pasar Klewer Surakarta yaitu harga mempengaruhi keputusan. konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga produk batik maka keputusan pembelian terhadap produk batik tersebut akan semakin rendah, sebaliknya jika harga produk batik rendah maka keputusan pembelian terhadap produk batik tersebut akan semakin tinggi. Oleh karena itu Batik Marjuki Hadi harus cermat dalam menetapkan harga produk batiknya ke pasar agar produk batik tersebut dapat bersaing dengan produk batik lainnya di pasar.

Home Industri Batik Marjuki Hadi menggunakan promosi sebagai pemicu transaksi, sehingga promosi sangat penting bagi konsumen agar memiliki minat dan melakukan kegiatan pembelian terhadap produk Batik Marjuki Hadi. Promosi juga dapat berperan dalam membantu tenaga pemasaran untuk secara agresif meningkatkan penjualan Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Hasil penelitian yang relevan berhubungan dengan masalah yang diteliti, antara lain :

Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017), Khabibuddin Al Ghoribi S dan Handoyo Djoko (2018) menyatakan temuannya berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Fauzi Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu (2016), Eni Indriani (2018) menyatakan temuannya berpengaruh tidak signifikan.

Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh M Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika (2015), Abdurrahman Fauzi Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu (2016), Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017), Eni Indriani (2018), Khabibuddin Al Ghoribi S dan Handoyo Djoko (2018) menyatakan temuannya berpengaruh signifikan.

Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dilakukan oleh M Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika (2015), Abdurrahman Faui Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu (2016), Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017), Eni Indriani (2018), Khabibuddin Al Ghoribi S dan Handoyo Djoko (2018) menyatakan temuannya berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015) menyatakan temuannya berpengaruh tidak signifikan.

Dari penelitian diatas, tampak kesenjangan atas temuan hasil penelitian yang pernah dilakukan. dan dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan masalah penelitian serta penggambaran Fenomena diasumsikan mendekati keadaan yang sebenarnya pada lokasi obyek penelitian yaitu pada pasar Klewer Surakarta.

METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di Batik Marjuki Hadi Pasar Klewer Surakarta. Obyek penelitian ini adalah Konsumen Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*, pengumpulan data menggunakan obervasi dan kuesioner sebagai instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta pada bulan November dengan jumlah sebanyak 120 konsumen. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 sampel sesuai dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003: 78). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu : 1) Uji kualitas kuesioner meliputi: uji validitas dan uji reliabilitas. 2) Uji asumsi klasik meliputi : uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas. 3) Uji hipotesis meliputi : uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, diperoleh r_{item} dari semua variabel (kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian) dalam semua item pertanyaan adalah valid karena $r_{item} > r_{tabel}$ (0,196).

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui koefisien reliabilitas (α) untuk masing-masing variabel dinyatakan nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,60 adalah reliabel, maka butir-butir kuesioner tersebut dapat diandalkan atau dengan kata lain reliabel.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi hitung pada uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,525 > 0,05 sehingga memenuhi asumsi uji normalitas.

Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil untuk Variabel Kualitas Produk memiliki nilai VIF sebesar 2,584 < 10 dan nilai tolerance sebesar 0,386 > 0,10, Variabel Harga memiliki nilai VIF sebesar 2,911 < 10 dan nilai tolerance sebesar 0,344 > 0,10, Variabel Promosi memiliki nilai VIF sebesar 2,312 < 10 dan nilai tolerance sebesar 0,433 > 0,10 sehingga tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diperoleh hasil untuk Variabel Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,755 > 0,05, Variabel Harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,809 > 0,05, Variabel Promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,317 > 0,05 sehingga lolos uji heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin Watson* (DW) sebesar 1,831. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai DW terletak diantara 1,5 < 1,831 < 2,5 sehingga tidak mengalami autokorelasi pada model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut :

$Y = 4{,}238 + 0{,}289\ X_1 + 0{,}418\ X_2 + 0{,}115\ X_3$

Interprestasi dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut:

1) $\alpha = 4{,}238$, artinya persamaan regresi konstanta yang mengidentifikasikan bahwa apabila Variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) dianggap sama dengan nol, maka nilai Variabel Keputusan pembelian sebesar 4,238.
2) $\beta_1 = 0{,}289$, menunjukkan Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti, apabila kenaikan satu satuan pada Variabel Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian akan naik sebesar 28%.
3) $\beta_2 = 0{,}418$, menunjukkan Variabel Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti, apabila kenaikan satu satuan pada Variabel Harga maka Keputusan Pembelian akan naik sebesar 41%.
4) $\beta_3 = 0{,}115$, menunjukkan Variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti, apabila kenaikan satu satuan pada Variabel Promosi maka Keputusan Pembelian akan naik sebesar 11%.

Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

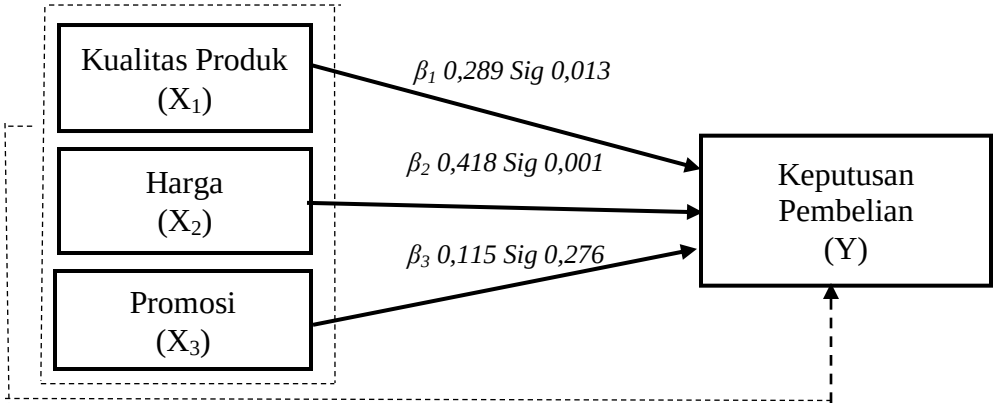
1) Variabel Kualitas produk (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,013 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan sebesar 2,53% terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya.
2) Variabel Harga (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan sebesar 3,28% terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian terbukti kebenarannya.
3) Variabel Promosi (X_3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,276 > 0,05 hal ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh tidak signifikan sebesar 1,09% terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian tidak terbukti kebenarannya.

Uji F

Berdasarkan hasil Uji F diperoleh F hitung sebesar 36,159 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan secara simultan Variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan sebesar 36,15% terhadap Variabel Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,516 hal ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas produk, Harga dan Promosi mampu mempengaruhi Variabel Keputusan Pembelian sebesar 51,6% sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini, misalnya citra merk, kualitas pelayanan dan lokasi.



Keterangan :

- - - - - - → : Simultan ——→ : Parsial

Gambar 1. Hasil Akhir Kerangka Pikir Penelitian

Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian Hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa secara simultan Variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa jika Kualitas Produk, Harga dan Promosi meningkat maka Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta akan meningkat pula. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdurrahman Fauzi Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu (2016), Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017) dan Eni Indriani (2018) yang menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian Hipotesis 2 (H2) menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa jika Kualitas Produk meningkat maka Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta akan meningkat pula. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017) dan Khabibuddin Al Ghoribi S dan Handoyo Djoko (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Konsumen akan memilih produk dengan Kualitas Produk yang baik. Kriteria Kualitas produk yang baik dapat dinilai berdasarkan kemampuan produk, fungsi produk, kelebihan produk, daya tahan produk dan nilai produk (Machfordz, 2005: 125). Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi pada Batik Marjuki Hadi, kecenderungan konsumen yang sudah berkali-kali mengunjungi toko Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta setuju bahwa Kualitas Produk Batik yang baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat mereka melakukan pembelian ulang pada Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Kualitas Produk yang dimiliki Batik Marjuki Hadi diantaranya terdiri dari corak produk batik tahan lama dan tidak mudah rusak, desain produk batik sesuai dengan aslinya dan motif batik yang menarik dan bervariasi.

Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian Hipotesis 3 (H3) menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen akan mempertimbangkan harga sebagai keputusan pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Anang Firmansyah dan Budi W. Mahardika (2015), Abdurrahman Fauzi Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu (2016), Christy Jacklin Gerung, Janthe Sepang dan Sjendry Loindong (2017) dan Eni Indriani (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Konsumen akan memilih produk yang mempunyai kriteria harga berdasarkan harga yang terjangkau, harga tersebut mampu bersaing dengan harga produk lain yang sejenis, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut (Haryanto, 2013: 134). Hal ini sesuai dengan apa yang terjadi pada Harga Batik Marjuki Hadi, konsumen yang sudah berkali-kali mengunjungi toko Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta setuju bahwa harga batik sesuai dengan keinginan konsumen akan membuat mereka melakukan pembelian ulang pada Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta. Kriteria Harga Batik Marjuki Hadi diantaranya terdiri dari harga jual produk batik sesuai dengan kualitas produk, harga produk batik yang terjangkau dan harga produk batik yang sesuai dengan manfaat dari produk batik.

Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian Hipotesis 4 (H4) menunjukkan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa jika Promosi meningkat maka tidak selalu Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015) yang menunjukkan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

Konsumen akan memilih produk berdasarkan alat promosi yang dilakukan oleh perusahaan dapat melalui periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung (Kotler dan Amstrong, 2001: 89). Hasil ini tidak sesuai dengan apa yang terjadi pada Promosi Batik Marjuki Hadi, bahwa promosi tidak selalu menjadi hal yang utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan responden yang menjadi sampel merupakan konsumen dan atau pelanggan Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta, dimana para responden tersebut sudah mengenal dan mengetahui keunggulan ataupun kekurangan dari produk Batik Marjuki Hadi. Oleh karena itu, keputusan pembelian bukan ditentukan seberapa baik promosinya namun masih banyak unsur lainnya. Ketika Batik Marjuki Hadi sudah memajang spanduk dan alat promosi di tempat strategis dan di sekitar lingkungan toko, informasi terhadap produk batik yang ditawarkan mudah ditemukan melalui berbagai media informasi dan menawarkan dan menjual produknya secara langsung atau tatap muka, ataupun aspek promosi lainnya tidak selalu akan meningkatkan keputusan pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data mengenai pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.
4. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Marjuki Hadi di Pasar Klewer Surakarta.
5. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) Variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) mampu mempengaruhi Variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar sebesar 51,6% sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, F. B., Altje, L. T., dan Jopie, J. J. 2016. Analisis Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel 4G LTE Di Manado (Studi Kasus Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di Universitas Sam Ratulangi). *Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, Vol. 4, No.4, Hal. 1209-1219.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, S. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Basu, Swasta. 2003. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Christy, J. G., Jauntj S., dan Sjendry, L. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (EMBA)*, Vol. 5, No. 2, Hal. 2221-2229.

Eni, Indriani. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Paket Wisata Pada PT. Wahyu Prima Bintang Tour & Travel Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1, Hal. 288-301.

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 3. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Bandung: Yrama Widya.

Husein Umar. 2010. *Riset Pemasaran Perilaku* Konsumen. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Khabibuddin, Al Ghoribi, S., dan Handoyo, D. 2018. Pengaruh E-Commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan pembelian (Studi Pada Mahkota Laweyan, Surakarta). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/, Hal. 1-8.

Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2005. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

M., Anang, Firmansyah dan Budi, W., Mahardika. 2015. Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya. *Jurnal Balance*, Vol. XII, No. 2, Hal. 18-27.

Machfoedz. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Unit & Percetakan Akademi Manajemen YKPN.

M., Fajar, Fahrudin dan Emma, Yulianti. 2015. Pengaruh promosi, Lokasi Dan Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and banking (JBB)*, Vol. 5, No. 1, Hal. 149-162.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.

Rewoldt. 2001. *Manajemen Strategik, Pengantar Proses Berfikir Strategik*. Jakarta: Erlangga.

Saladin. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Alih bahasa Agus Dharma. Jakarta: Erlangga.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.

Setiaji, Bambang. 2008. *Cara Mudah Analisis Kuantitatif Dilengkapi Dengan Tutorial SPSS*. Surakarta: Al-Es'af University Press.

Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sumarwan U. 2010. *Pemasaran Strategik*. Bogor: IPB.

Swastha, Basu dan Irawan, 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.

Umar. 2003. *Strategic Management in Action*. Jakarta.

Wahjono. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

PENGARUH KOMPETENSI, KOMPENSASI DAN EMPLOYEE ENGAGEMENT TERHADAP KINERJA KARYAWAN

[1]Oktavia Permata Sari, [2]Ferryal Abadi
Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav.22, Jakarta Timur 13210
[1]Email : oktaviapermatasari@gmail.com
[2]Email : ferryal.abadi@kalbis.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan yang menguji tentang pengaruh kompetensi, kompensasi, employee engagement, terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada PT XYZ dan objeknya adalah kompetensi, kompensasi, employee engagement, dan kinerja karyawan. Populasi penelitian ini berjumlah 85 karyawan dan sampel yang diambil berjumlah 85 dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Data dikumpulkan dengan teknik kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kompetensi berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kompensasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan dan employee engagement berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci : Kompetensi, Kompensasi, *Employee Engagement*, & Kinerja Karyawan

Abstract : This study aims to obtain findings that examine the influence competence, compensation, employee engagement, on employee performance. This research uses descriptive method. Subjects in this study are all employees at PT XYZ and the object is competence, compensation, employee engagement, and employee performance. The population of this study amounted to 85 employees and samples taken amounted to 85 by using saturated sample technique. Data were collected by questionnaire technique. The result of the research shows that there are influence of competence variable and significant to the performance of employees, the compensation has no significant effect on employee performance and employee engagement has no significant effect on employee performance.

Keywords : Competence, Compensation, Employee Engagement, & Employee Performance

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan globalisasi dalam kegiatan ekonomi tingkat persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat dan ketat, sehingga setiap perusahaan bersaing untuk menjadi yang terdepan. Untuk menjadi perusahaan yang unggul, perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif. Menurut Porter (1990) faktor penentu keunggulan kompetitif dari suatu usaha / bisnis ialah : kualitas, *skill*, tenaga kerja, aksesbilitas dalam suatu negara, ketersediaan sumber daya pengetahuan, jumlah dan biaya dari sumber modal dalam struktur industry keuangan, dan ketersediaan serta kualitas infrastruktur fisik.

Dikarenakan pentingnya sumber daya manusia dalam persaingan antar perusahaan, untuk mendapatkan karyawan dengan kompetensi dan kemampuan juga semakin meningkat. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menjaga dan mepertahankan agar karyawan yang berkualitas tersebut tidak berpindah ke

perusahaan lain. Idealnya setiap karyawan ditempatkan pada posisi sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki, sehingga dapat memberikan hasil kerja yang maksimal, tetapi keadaan aktual yang terjadi adalah terdapat beberapa karyawan yang ditempatkan tidak sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga hasil kerja dari karyawan tersebut pun belum dapat maksimal.

Kompetensi merupakan standar yang dibutuhkan oleh setiap perusahaan agar dapat menghasilkan kualitas kerja dari setiap karyawan. Penentuan kompetensi harus berdasarkan dari visi misi dari perusahaan sehingga dalam penyusunan kompetensi dapat selaras dengan tujuan perusahaan. Apabila perusahaan telah menentukan kompetensi maka setiap karyawan diharapkan mampu mencapai target yang dibebankan oleh perusahaan. Idealnya setiap karyawan ditempatkan pada posisi sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki, sehingga dapat memberikan hasil kerja yang maksimal, tetapi keadaan aktual yang terjadi adalah terdapat beberapa karyawan yang ditempatkan tidak sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga hasil kerja dari karyawan tersebut pun belum dapat maksimal.

Untuk dapat menunjang kebutuhan karyawan maka setiap perusahaan memberikan kompensasi. Kompensasi tidak hanya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi seseorang untuk bekerja tetapi juga menjadi salah satu faktor yang digunakan untuk menarik karyawan yang potensial untuk bergabung dengan suatu perusahaan, sehingga sebaiknya perusahaan menentukan kompensasi yang kompetitif.

Keadaan yang terjadi pada PT XYZ sistem kompensasi yang diberikan seharusnya didasarkan pada prestasi dari setiap karyawan, tetapi dikarenakan belum ada sistem penilaian menggunakan KPI, karyawan yang berprestasi ataupun tidak berprestasi tidak mendapatkan kompensasi yang layak, sehingga hal ini memberikan pengaruh terhadap kinerja dari karyawan tersebut.

Setelah karyawan bergabung dengan perusahaan maka langkah selanjutnya adalah menjaga bagaimana karyawan tersebut dapat *engaged* dengan perusahaan. Untuk mempertahankan karyawan yang sudah baik perusahaan harus menjaga beberapa kondisi baik itu berupa budaya organisasi, cara komunikasi antar karyawan, proses delegasi tugas antara *top management* terhadap staff, dll sehingga hal ini akan membantu karyawan merasa nyaman untuk bertahan dalam suatu perusahaan.

Untuk mendapatkan kinerja yang maksimal maka perusahaan juga harus mendukung apa saja yang menjadi kebutuhan dari karyawan, sehingga karyawan tersebut mampu memberikan kinerja yang diharapkan oleh perusahaan. Tetapi kondisi tersebut tidak mudah untuk diterapkan dalam perusahaan. Walaupun perusahaan telah mendukung kebutuhan dari karyawan, kinerja dari karyawan tersebut masih belum maksimal. Hal ini ditunjukkan dengan kondisi seperti menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu menjadi salah satu hambatan untuk mencapai kinerja yang baik. Hal ini menjadi salah satu kendala yang harus diperhatikan. Pekerjaan yang diselesaikan tepat waktu akan membuat proses pekerjaan menjadi lebih lancar. Apabila terjadi keterlambatan dari beberapa

karyawan maka akan menghambat proses berikutnya, dan hal ini akan berpengaruh kepada rantai bisnis perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan Amelinda Pratana bahwa kompetensi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, kompetensi yang sesuai maka kinerja karyawan akan baik. (Pratana & Abadi, 2018).

Berdasarkan fenomena bisnis peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut : (1) Seberapa besar kompetensi berpengaruh terhadap kinerja karyawan?, (2) Seberapa besar kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan ?, (3) Seberapa besar *employee engagement* berpengaruh terhadap kinerja karyawan ?, (4) Seberapa besar pengaruh variabel kompetensi, kompensasi, dan *employee engagement* terhadap kinerja karyawan secara bersama-sama ?.

METODE

Manajemen sumber daya manusia telah di definisikan dalam berbagai cara. Tetapi, hal penting yang muncul dalam hampir semua definisi adalah, bahwa organisasi yang efektif harus mampu menemukan, mendayagunakan, mempertahankan, dan mengembangkan manusia untuk mencapai hasil yang dicita-citakan. Ringkasnya, manajemen sumber daya manusia adalah proses untuk membantu organisasi menjalankan upaya-upaya itu (Marwansyah: 2016).

Paloniemi (2006) menyatakan competency as "is increasingly being highlighted in working life". Berikut beberapa definisi kompetensi dalam Marwanysah (2016) :

"*A competency can be defined as a specific, identifiable, defineable, and measurabel knowledge, skill, ability and/ or other deployment related charateristic (e.g. attitude, behavior, physical ability) which a human resources may possess and which is necessary for, or material to, the performance of an activity within a specific a specific business context*" (kompetensi dapat didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan/ atau karakteristik lainnya (misalnya sikap, perilaku, kemampuan fisik) yang dimiliki sumber daya manusia dan yang diperlukan untuk menjalankan sebuah aktivitas dalam sebuah konteks bisnis tertentu.

Berdasarkan definisi yang telah disampaikan diatas dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah pengetahuan, keterampilan, kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat memenuhi target yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Kompensasi adalah (Marwansyah, 2016) :

a. Keseluruhan imbalan yang diberikan kepada para karyawan sebagai balasan atas jasa atau kontribusi mereka terhadap organisasi
b. Sesuatu yang diterima oleh seorang karyawan sebagai balasan atas karya yang diberikannya kepada organisasi

Berdasarkan definisi yang telah disampaikan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kompensasi adalah penghargaan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan dalam bentuk finansial dan non finansial dikarenkan jasa yang diberikan

kepada perusahaan. Dengan adanya kompensasi diharapkan setiap karyawan dapat meningkatkan kinerjanya.

Adanya peran yang aktif dari setiap karyawan untuk terlibat dalam aktivitas suatu organisasi akan membuat karyawan merasa ikut berperan dalam organisasi. *Employee engagement* adalah "keberadaaan secara psikologis ketika bekerja dan menjalankan perannya di organisasi".(Kahn, 1990).

Employee engagement juga didefinisikan sebagai "sejauh mana karyawan berkomitmen untuk sesuatu atau seseorang dalam organisasi,dan berapa lama mereka tinggal sebagai akibat dari komitmen dan loyalitas karyawan karena mereka ingin tetap bekerja di organisasi tersebut" (Wellins, et al, 2010).

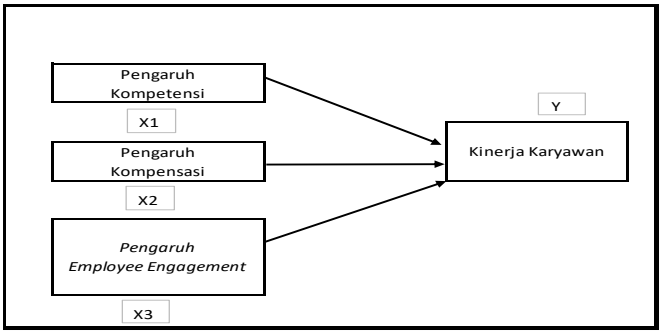
Kinerja karyawan merupakan bentuk hasil kerja yang dibebankan oleh perusahaan kepada karyawan. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. (Rivai *et.al*: 2011)

Kinerja dapat dipengaruhi oleh beberap aspek (Mangkunegara, 2000) yaitu sebagai berikut :

a. Faktor kemampuan. Secara psikologis, kemampuan (*ability*) karyawan terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realita (pendidikan). Oleh karena itu karyawan perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

   Faktor komitmen. Komitmen terbentuk dari sikap (attitude) seorang karyawan dalam menghadapi situasi kerja, Komitmen merupakan kondisi yang menggerakan diri karyawan untuk mencapai tuujuan kerja. Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai potensi kerja secara maksimal.

   Penelitian ini termasuk dalam penelitia kuantitatif, dengan melibatkan 85 responden karyawan pada PT XYZ. Ada empat variabel dalam penelitian ini yaitu Kompentensi (X1), Kompensasi (X2), *Employee Engagement* (X3) dan Kinerja Karyawan (Y). Dapat digambarkan dengan model konseptual seperti gambar dibawah ini :



Gambar 1. Model Konseptual

Berikut model hipotesis yang diuraikan lebih detail untuk model konseptual diatas :

1. Kompetensi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja
2. Kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan
3. *Employee engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan
4. Kompetensi, kompensasi, dan *employee engagement* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan sampling jenuh. Dimana populasi yang ada pada PT XYZ adalah sebanyak 85 orang dan digunakan juga sebagai sampel. Teknik pengambilan data sampel menggunakan kuisioner yang disebar kepada karyawan PT XYZ yang berada di Jakarta.

Instrumen Penelitian

Instrument penelitian dalam penelitian ini adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian agar data lebih mudah diolah dan memudahkan untuk menganalisis data dari hasil kuisioner tersebut.

Cara pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dan dibuat dalam bentuk *check list* untuk memudahkan responden untuk mengisi jawaban dari pernyataan. Dari operasional instrument variabel penelitian ini, terdapat empat variabel dan 25 dimensi.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian (Priyatno, 2009). Dimana populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan pada PT XYZ.

Dimana karyawan yang ada didalam PT XYZ merupakan objek yang akan digunakan sebagai penunjang data dalam penelitian ini.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti (Priyatno, 2009). Yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah semua karyawan yang ada pada PT XYZ.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil survey didapatkan bahwa jumlah karyawan pria sebanyak 34 orang, dan jumlah karyawan wanita sebanyak 51. Dimana dalam perusahaan PT XYZ dengan persentase sebanyak 60% mayoritas adalah karyawan wanita dan sisanya adalah karyawan pria. Berikut detail hasil penelitian yang diambil dari PT XYZ :

Tabel 1. Profil Responden atas berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
PRIA	34	40%
WANITA	51	60%
JUMLAH	**85**	**100%**

Berikutnya adalah profil responden berdasarkan usia dengan detail sebagai berikut :

Tabel 2. Profil Responden atas berdasarkan usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
18 - 22	18	21%
23 - 27	33	39%
28 - 33	16	19%
> 30	18	21%
JUMLAH	**85**	**100%**

Dan yang terakhir adalah profil responden berdasarkan tingkat pendidikan adalah sebagai beikut :

Tabel 3. Profil Responden atas berdasarkan tingkat pendidikan

Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase
SMU	31	36%
D3	10	12%
S1	42	49%
S2	2	2%
JUMLAH	**85**	**61%**

Koefisien Determinasi (R^2)

Berikutnya adalah mengenai hasil dari pengujian R Square dengan detail sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542[a]	.294	.268	2.306

Berdasarkan tabel 4 :

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai pada kolom *R Square* sebesar 0.294 atau 29.4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Kompetensi (X1), Kompensasi (X2), dan *Employee Engagement* (X3) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Karyawan (Y) sebesar 29.4%. Sedangkan, 70.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UJI F

Tabel 5. UJI F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.563	3	59.854	11.255	.000[b]
	Residual	430.743	81	5.318		
	Total	610.306	84			

Berdasarkan pada tabel 5, hasil F hitung dari variabel Kompetensi (X1), Kompensasi (X2), dan *Employee Engagement* (X3) adalah sebesar 11.255. Melihat dari perbandingannya, F hitung yang dimiliki X1,X2, dan X3 yaitu sebesar 11.255 > 2.717. Dapat diartikan bahwa variabel Kompetensi (X1), Kompensasi (X2), dan *Employee Engagement* (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y), maka pengambilan keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima.

UJI T

Tabel 6. Uji t

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
Kompentensi	3,612	0,001	Pengaruh & Sig
Kompensasi	0,727	0,470	Pengaruh & Tdk Sig
Employee Engagement	1,535	0,129	Pengaruh & Tdk Sig

Berdasarkan tabel 6 dapat dijelaskan mengenai hasil uji t sebagai berikut :

a. Berikut merupakan hasil pengujian untuk t untuk variabel Kompetensi terhadap variabel Kinerja Karyawan dengan detail sebagai berikut :
Tingkat signifikan adalah sebesar 0,05 apabila variabel dibawah 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Nilai signifikan pada variabel kompetensi adalah 0,01 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Berdasarkan hasil dari pengujian diatas, kompetensi memiliki pengaruh yang signfikan kepada kinerja karyawan. Dalam proses penentuan kompetensi harus mengacu pada visi misi yang telah ditentukan oleh perusahaan, sehingga pada saat proses pembuatan kriteria dapat menunjang tujuan dari perusahaan itu sendiri. Diperlukan adanya kerjasama yang baik antara masing-masing departemen sehingga proses tersebut dapat berjalan dengan lancar dan tidak menimbulkan *gap* antara kebutuhan perusahaan dengan kriteria yang ditentukan. Kompetensi menjadi penting dalam proses untuk mencapai kinerja dikarenakan apabila perusahaan memperkerjakan karyawan yang tidak sesuai dengan kompetensi, maka berdasarkan hasil pra survey didapatkan informasi bahwa terdapat beberapa karyawan yang memiliki keterampilan tetapi belum dapat dimaksimalkan untuk menyelesaikan pekerjaan, hal ini menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan, dikarenakan pada saat proses rekrutment karyawan tersebut tidak sesuai dengan kompetensi bidang pekerjaannya saat ini. Analisis kedua adalah dikarenakan karyawan tersebut hanya memiliki kompetensi dasar, dan perlu dilakukan pengembangan melalui *training* dan *coaching* dengan atas terkait, memberikan *refreshment* terhadap proses bisnis, melakukan ujian untuk menguji kemampuan karyawan, dll. Dengan adanya penentuan kompetensi yang sesuai tujuan perusahaan dan pengembangan kompetensi melalui *training*, *refreshment*, dan ujian diharapkan karyawan tersebut dapat meningkatkan kinerja bagi

perusahaan dan meningkatkan kemampuan, dan keterampilan dari karyawan itu sendiri.

b. Berikut merupakan hasil pengujian untuk t untuk variabel Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan dengan detail sebagai berikut :
Tingkat signifikan adalah sebesar 0,05 apabila variabel dibawah 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Nilai signifikan pada variabel kompensasi adalah 0,470. Oleh karena itu variabel kompensasi dikatakan berpengaruh tetapi tidak signifikan. Berdasarkan dari peneliti terdahulu menyatakan bahwa kompensasi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kinerja, tetapi keadaan aktual yang terjadi pada PT XYZ kompensasi memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan. Hal ini dikarenakan belum adanya sistem KPI pada PT XYZ, sehingga pada saat proses penilaian karyawan apabila diukur sesuai dengan prestasi yang telah dicapai belum dapat diimbangi dengan kompensasi ataupun insentif yang diterima karyawan. Karyawan yang mampu mencapai target dan tidak mencapai target mendapatkan kompensasi yang sama, sehingga pada kondisi seperti ini karyawan merasa kurang termotivasi untuk meningkatkan kinerja. Selain itu salah satu faktor yang membuat kompensasi tidak signifikan dikarenakan penerapan sistem kompensasi pada PT XYZ hanya berupa kompensasi finansial tetapi kompensasi non finansial seperti pekerjaan yang menantang, penghargaan, pengakuan dan promosi peningkatan jabatan belum diberikan secara maksimal oleh perusahaan sehingga membuat karyawan yang ada kurang termotivasi untuk memberikan hasil kerja yang maksimal.

c. Berikut merupakan hasil pengujian untuk t untuk variabel *Employee Engagement* dengan detail sebagai berikut :
Tingkat signifikan adalah sebesar 0,05 apabila variabel dibawah 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Nilai signifikan pada variabel *employee engagement* adalah 0,129. Artinya adalah *employee engagement* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor. Analisis pertama dikarenakan sistem kontrak yang diterapkan oleh PT XYZ terlalu singkat yaitu 3 bulan, 6 bulan, 1 tahun, dan 2 tahun apabila karyawan tersebut dianggap sudah mampu mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan adanya sistem kontrak yang terlalu singkat membuat karyawan tidak *engaged* dikarenakan dalam waktu 3 bulan atau lebih kemungkinan karyawan tersebut tidak diperpanjang oleh perusahaan dan mencari pekerjaan lain cukup tinggi, sehingga kinerja yang diberikan pun belum maksimal. Analisis kedua adalah mengenai faktor karyawan tersebut sudah engaged kepada perusahaan dan mencoba untuk memberikan hasil yang maksimal, tetapi dikarenakan tingkat pendidikan yang tidak memadai, sehingga hasil kinerja

yang diberikan belum dapat maksimal. Dilihat dari latar belakang pendidikan terdapat 36% karyawan yang berasal dari lulusan SMU sederajat. Hal ini menjadi salah satu masalah yang terjadi pada PT XYZ dikarenakan karyawan tersebut belum mempunyai pengalaman sehingga belum mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Dengan kondisi latar belakang pendidikan SMU, banyak karyawan yang sulit untuk mencari pekerjaan ditempat lain, sehingga karyawan tersebut bertahan pada perusahaan PT XYZ dengan memberikan kinerja hanya sesuai dengan kemampuannya saja, tetapi hal ini menjadi salah satu masalah dikarenakan kemampuannya belum mampu memenuhi kriteria yang dibebankan oleh perusahaan.

Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti akan membahas lebih lanjut mengenai hasil pengujian dari setiap variabel yang telah melalui beberap proses pengujian.

1. Pembahasan Variabel Kompetensi

Sumber daya manusia menjadi peran yang penting didalam perusahaan sehingga banyak upaya yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan sumber daya manusia yang berkompeten pada bidangnya. Dikarenakan persaingan yang terjadi antar bidang industri yang sama, membuat perusahaan sulit mendapatkan karyawan yang berkompeten. Sehingga keadaan aktual yang terjadi, perusahaan mampu mendapatkan karyawan kompeten tapi belum secara keseluruhan.

Untuk menentukan kriteria karyawan kompetensi karyawan dibutuhkan kerjasama yang baik antara pihak departemen masing-masing terhadap departemen HR, sehingga kriteria yang dibutuhkan dapat sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil dari kuisioner yang telah dianalisis, masih terdapat beberapa kelemahan yang ada pada kompetensi karyawan. Dimana banyak karyawan yang belum memenuhi kriteria yang disampaikan oleh teori tersebut. Salah satu kompetensi yang lemah dalam penelitian ini terkait dengan mengelola manajemen konflik. Nilai rata-rata dari karyawan untuk kompetensi ini tergolong cukup rendah dan hal ini menunjukkan bahwa karyawan belum mampu mengelola manajemen konflik. Banyak hal yang mempengaruhi hal ini, salah satu faktor yang berpengaruh adalah karyawan tidak diberikan kebebasan untuk proses pengambilan keputusan, sehingga setiap masalah yang terjadi membutuhkan waktu yang lama untuk direspon. Dikarenakan tidak mampu membuat keputusan, karyawan tersebut akan sulit melakukan negosiasi dengan pihak lain atau *customer* dikarenakan tidak mampu memberikan komitmen kepada customer.

Hal ini dipengaruhi juga oleh tingkat pendidikan dari karyawan, karena tingkat pendidikan rendah maka karyawan tersebut belum mampu untuk mengukur resiko terhadap keputusan yang akan diambil, sehingga membuat pihak manajemen tidak

memberikan hak kepada karyawan untuk mengambil keputusan, karena dirasa belum layak dan mampu dalam mengukur resiko dari langkah tersebut. Keadaan aktual yang terjadi pada perusahaan PT XYZ proses pengambilan keputusan menjadi hak penuh dari manager dan direktur, sehingga karyawan lain tidak mampu memberikan keputusan apabila mendapatkan suatu masalah.

Dampak yang terjadi dikarenakan permasalahan ini adalah, semua proses pengambilan keputusan berpusat pada satu titik yaitu *top management* baik itu dari manager ataupun direktur. Sehingga karyawan lain tidak mempunyai kemampuan untuk menghadapi manajemen konflik, dan hal ini berdampak buruk karena karyawan akan terbiasa melempar masalah kepada atas terkait, sehingga membuat karyawan menjadi pasif baik dalam proses memberikan ide dan masukan bagi perusahaan ataupun proses penyelesaian masalah.

Pengaruh lain yang terjadi karena efek tersebut yaitu perusahaan akan menerima banyak komplain dari *customer* dikarenakan lambat dalam proses pengambilan keputusan. Susunan hirarki dalam perusahaan, semakin tinggi posisi seseorang maka akan semakin terbatas juga jumlah karyawan pada posisi tersebut. Sehingga apabila setiap masalah yang terjadi dalam perusahaan hanya berfokus pada seseorang tertentu akan membuat karyawan lain kehilangan fungsi. Dan keadaan aktual yang terjadi pada PT XYZ misalnya pada departemen *project* dimana terdapat dua orang *manager*, yang menjadi pusat pengambilan keputusan dari setiap *project* yang diterima oleh perusahaan. Dikarenakan *scope* yang dikelola oleh *manager* tersebut terlalu luas membuat proses pengambilan keputusan menjadi lambat, fungsi karyawan lain menjadi berkurang karna karyawan dibatasi dalam mengambil keputusan, sehingga karyawan menjadi pasif dan tidak berkembang dalam perusahaan tersebut.

2. Pembahasan Variabel Kompensasi

Kompensasi merupakan salah satu faktor yang memberikan motivasi karyawan untuk bekerja lebih maksimal. Tetapi sering kali pemberian kompensasi oleh perusahaan belum memenuhi sasaran atau masih kurang memuaskan bagi beberapa karyawan. Kompensasi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu kompensasi finansial dan kompensasi non finansial. Kompensasi finansial pada umumnya menjadi salah satu alat motivasi untuk karyawan, oleh karena itu perusahaan harus mengkaji secara lebih detail apa saja kompensasi yang harus diberikan kepada karyawan dan tentunya hal ini di imbangi dengan kemampuan dari perusahaan itu sendiri.

Pada penelitian ini melalui hasil survey gaji yang diberikan kepada karyawan belum memenuhi kebutuhan pokok karyawan. Hal ini menjadi salah satu masalah bagi perusahaan, dikarenakan kompensasi yang paling dasar harus dipenuhi oleh perusahaan. Terdapat masalah yang harus diperhatikan oleh PT XYZ mengenai sistem pemberian gaji. Kompensasi finansial tidak hanya dalam bentuk gaji, tetapi tunjangan juga merupakan salah satu varian dari kompensasi. Semakin tinggi jenjang karir seorang karyawan, maka tingkat pemberian tunjangan juga akan meningkat. Tetapi kendala yang dihadapi oleh PT XYZ tunjangan tidak memberikan motivasi kepada karyawan, hal ini menjadi salah satu faktor yang harus dievaluasi oleh

perusahaan. Sebaiknya perusahaan menyusun ulang strategi penerapan tunjangan, dikarenakan jika tidak memberikan motivasi, berarti ada kesalahan dalam penerapan ataupun alokasi tunjangan tersebut, diharapkan dapat dievaluasi lebih lanjut mengenai tunjangan tersebut.

Sesuai dengan hasil yang peneliti uji, pemberian gaji secara tepat waktu juga menjadi kendala bagi perusahaan. Keadaan aktual yang terjadi pada PT XYZ pemberian gaji tidak tepat waktu, dan hal ini terjadi tidak hanya satu kali, tapi beberapa kali terjadi keterlambatan proses pembayaran gaji. Hal ini menimbulkan rasa tidak aman bagi karyawan, sehingga karyawan merasa tidak termotivasi untuk bekerja lebih maksimal. Apabila hal ini terus berlanjut akan berdampak buruk kepada kinerja karyawan, oleh karena itu sebaiknya dilakukan pengaturan ulang sehingga proses pemberian gaji dapat dilakukan secara tepat waktu. Pada beberapa industri kompensasi sangat mempengaruhi kinerja. (Abadi & Renwarin, 2017)

Dalam proses pemberian kompensasi, sistem pembayaran yang dilakukan oleh perusahaan harus disosialisasikan kepada setiap karyawan. Hal ini bertujuan untuk menimbulkan rasa kepercayaan antara karyawan dengan perusahaan. Dengan adanya sistem pembayaran yang jelas maka karyawan akan merasa aman. Hal ini sudah cukup baik diterapkan oleh PT XYZ sehingga setiap karyawan memahami proses apa saja yang harus dilalui apabila akan dilakukan pembayaran terkait masalah kompenasasi. Hal ini sebaiknya dikembangkan lagi, sehingga tingkat kepercayaan karyawan dapat meningkat.

3. Pembahasan Variabel Employee Engagement

Kondisi dimana karyawan merasa terikat dengan perusahaan merupakan suatu hal yang berdampak baik kepada perusahaan. Untuk menciptakan kondisi seperti ini perlu didukung oleh banyak faktor antara lain dengan memberikan lingkungan organisasi yang kondusif, rasa kekeluargaan, kompensasi yang memadai, dan masih banyak lagi. Apabila karyawan sudah *engaged* dengan perusahaan, maka dengan sendirinya karyawan tersebut akan memberikan usaha yang maksimal kepada perusahaan, dan kondisi ini juga akan berdampak pada kinerja dari karyawan tersebut. Oleh karena itu penting bagi perusahaan agar dapat menciptakan kondisi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan karyawan tidak merasa terinspirasi bekerja pada PT XYZ, hal ini merupakan salah satu bentuk karyawan yang tidak *engaged* kepada perusahaan. Selain itu kondisi lain yang menunjukkan karyawan yang tidak engaged kepada perusahaan adalah karyawan bekerja dengan tidak antusias. Dengan kata lain karyawan hanya bekerja tanpa semangat dan tanpa *passion*. Hal ini berdampak pada kinerja karyawan dimana hasil pekerjaan tidak akan maksimal, karena tidak bekerja dengan sepenuh hati dan antusias.

Keadaan seperti diatas dapat dijadikan bahan evaluasi bagi perusahaan sehingga kondisi tersebut dapat segera diperbaiki. Walaupun dalam kondisi karyawan yang tidak engaged kepada perusahaan, karyawan yang bekerja pada PT XYZ berani untuk dapat bekerja secara jujur. Sehingga dalam keadaan tidak *engaged* pun , karyawan tidak mengambil kesempatan untuk bekerja secara tidak jujur. Dalam suatu bisnis

karyawan yang jujur merupakan suatu hal penting bagi perusahaan, dikarenakan karyawan dengan tipe seperti itu tidak akan membocorkan rahasia perusahaan kepada kompetitor. Sehingga walaupun tidak merasa terinspirasi karyawan pada PT XYZ tetap bertanggung jawab dengan cara bekerja secara jujur.

4. Pembahasan Variabel Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan merupakan suatu upaya atau hasil yang telah dilakukan oleh suatu karyawan untuk mencapai target atau tugas yang dibebankan oleh perusahaan kepadanya. Kinerja karyawan dipengaruhi oleh banyak aspek antara lain menurut (Gibson, et al: 2010) kinerja karyawan dipengaruhi oleh faktor individu, faktor psikologis, dan faktor organisasi. Faktor- faktor tersebut merupakan faktor yang mendukung hasil terhadap kinerja dari karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kinerja yang ada pada PT XYZ kurang optimal, kondisi ini didukung kondisi pada lingkungan organisasi yang belum maksimal dalam penentuan *job desc*. Job desc yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan belum sesuai dengan harapan, hal ini terjadi disaat pada terjadi *overlapping* pekerjaan yang diberikan oleh manajemen kepada karyawan tertentu. Adanya kondisi ini terjadi dikarenakan jumlah karyawan yang tidak memadai baik dari segi kompetensi dan jumlah, hal ini membuat beberapa karyawan diminta untuk melakukan pekerjaan diluar tanggung jawab utama. Hal ini membuat kinerja dari karyawan menjadi kurang maksimal karena tidak fokus antara *job desc* awal dengan aktual pekerjaan yang diberikan oleh pihak manajemen.

Langkah sebaiknya yang harus dilakukan pihak manajemen adalah melakukan evaluasi terkait hal ini sehingga karyawan tidak merasa terbebani dengan kondisi tersebut. Disaat banyak karyawan yang sudah *overlapping* dalam pekerjaan, pihak manajemen kurang dalam memberikan penghargaan kepada karyawan. Hal ini membuat kinerja dari karyawan semakin tidak maksimal dikarenakan pekerjaan yang diberikan tidak sesuai , tidak mendapat penghargaan. Kondisi ini membuat karyawan tidak termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaan secara maksimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kompetensi, kompensasi, dan *employee engagement* apakah memiliki pengaruh terhadap variabel kinerja karywan. Setelah dilakukan penelitian berikut maka, peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1) Variabel Kompetensi (X1) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).
2) Variabel Kompensasi (X2) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).
3) Variabel *Employee Engagement* (X3) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y)

4) Secara simultan variabel Kompetensi (X1), Kompensasi (X2) dan *Employee Engagement* (X3) memiliki pengaruh terhadap Kinerja Karyawan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

A.A. Anwar Prabu Mangkunegara (2000), Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung. PT, Remaja Rosdakarya.

Abadi, F., & Renwarin, J. M. (2017). Analysis on the Influence of Compensation and Leadership on Job Satisfaction and its Effect on Job Performance. In *2017 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2017)*. Atlantis Press.

Gibson, Ivancevich, Donnely, (2000), Organisasi, Perilaku, Struktur, Proses, Jakarta, Bina Rupa Aksara.

Kahn, W.A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. Academy of Management Journal, Vol. 33, No 4, pp. 692-724.

Marwansyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.

Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul.* Kharisma Publishing. Tangerang.

Paloniemi, Susanna. (2006). Experience, Competence And Workplace Learning. University of Jyva skyla, Jyva skyla, Finland. Journal of Workplace Learning, Vol. 18 No. 7/8, 2006 pp. 439-450.

Pratana, A., & Abadi, F. (2018). Analisis Pengaruh Etos Kerja, Hubungan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Komitmen Organisasional Berdampak Pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika, 1(2), 84-92.*

Priyatno Dwi. (2009). Mandiri Belajar SPSS. Mediakom. Yogyakarta

Rivai, Veithzal (2011). *Performance Appraisal. Rajawali. Press.*

Wellins, et. al. (2010). Nine Best Practices For Effective Talent Management. Development Dimensions International.

Strategi meningkatkan Kinerja pegawai dengan memperhatikan Aspek Kompesasi, Gaya Kepemimpinan, dan Disiplin Kerja terhadap pegawai di PT Mpoin cabang Solo

Rahmad Adhi Saputro
STIE Adi Unggul Birwa Surakarta
Email rahmadadhis@gmail.com

ABSTRACK

The purpose of this study was to determine the effect of compensation, leadership style and work discipline on employee performance at PT Mpoin solo branch. The analysis technique in this study consisted of testing the instrument (validity and reliability test), classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test. The results of the Multiple Linear Regression analysis show that the independent variable compensation, leadership style and work discipline have a positive effect on employee performance in PT Mpoin solo branch. The t-test results conclude that compensation, leadership style and work discipline have a significant effect on employee performance in PT Mpoin solo branch. The F test results are known to be as big as F value of 69.585 and the significance level is 0.000 <0.05. So that it can be concluded together the compensation variable, leadership style and work discipline have a significant effect on employee performance in PT Mpoin solo branch. Based on the test of the coefficient of determination above, get the adjusted R square value of 0.675 which means that the performance of employees is explained by compensation, leadership style and work discipline by 67.5% while the rest (32.5%) is explained by other variables not included in the study for example work environment, competence, motivation and others.

kata kunci : kinerja pegawai, kompensasi, gaya kepemimpinan, dan disiplin kerja

A. PENDAHULUAN

Sebuah organisasi atau instansi untuk mencapai sebuah tujuannya bergantung pada kinerja pegawai. Maka dari itu pemberian kompensasi sangat amat penting untuk menunjang kepuasan kinerja pegawai agar produktivitas pegawai semakin baik. Begitu juga dengan memberikan kompensasi atas kinerja para pegawai akan memberikan kontribusi untuk kelangsungan hidup pada organisasi atau perusahaan.

Dalam pemberian kompensasi terkadang menimbulkan kecembruan sosial antara pegawi sau dengan yang lain, jika pemberian kompensasi terebut tidak adil dan baik, yang akan mengakibatkan menurunnya tingkat kinerja para pegawai yang merasa tidak diberlakukan adil dalam pemberian kompensasi. Kondisi tersebut akan mengakibatkan pegawai tidak produktif dalam bekerja dan pekerjaan akan sering selesai tidak tepat waktu. Hal ini sangat merugikan bagi perusahaan karena dirasa tidak efektif, efisien dan optimal.

PT Bangun Indopralon adalah perusahaan manufaktur bahan dan produk plastik yang didirikan pada tahun 1984. Terinspirasi oleh permintaan pasar, perusahaan ini memulai usahanya dengan memberikan material bahan bangunan berbasis plastik yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Hingga saat ini, PT Mpoin telah memproduksi dan mendistribusikan produk ke titik point distribusi yang strategis. Visi perusahaan Mpoin adalah memenuhi kebutuhan pasar dengan produk berkualitas dan harga yang terjangkau oleh beberapa kalangan dan bertujuan untuk menjadi produsen yang akan menaikkan standart kualitas produk plastik berdaya tahan tinggi sehingga kami dapat memuaskan konsumen dengan produk yang tahan lama, tetapi keadaan saat ini, PT Mpoin belum memberi fasilitas yang memadai seperti transportasi,alat alat,bahan yang belum ada pengecekan secara rutin, Manajemen yang kurang teratur, Job desk yang kurang jelas, penataan barang digudang kurang rapi.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo? 2)Apakah gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo? 3) Apakah disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo?. Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui secara empiris pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo, 2)Mengetahui secara empiris pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo, 3) Mengetahui secara empiris pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo.

Budaya disiplin kerja yang baik dan kontinyu akan menunjang kinerja para karyawan. Seandainya saja bila dalam kegiatan kerja setiap hari tidak ditanamkan budaya disiplin kerja dari para pegawai, maka kemungkinan besar rencana-rencana program harian tidak pernah tercapai, sampai saat ini, budaya disipin

kerja di PT MPOIN Cabang Sukoharjo perlu diperhatikan, karena masih ada beberapa pegawai yang tidak tepat waktu dalam jam kerja.

Kedisiplinan karyawan dalam bekerja juga dapat berpengaruh terhadap kinerja kar-yawan. Seorang karyawan yang mempunyai tingkat kedisiplinan yang tinggi akan tetap bekerja dengan baik walaupun tanpa diawasi oleh atasan. Seorang karyawan yang tidak di-siplin akan mencuri waktu kerja untuk mela-kukan hal-hal lain yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan. Demikian juga karyawan yang mempunyai kedisiplinan yang tinggi akan mentaati peraturan yang ada dalam ling-kungan kerja dengan kesadaran yang tinggi tanpa ada rasa paksaan Budaya disiplin kerja yang baik dan kontinyu akan menunjang kinerja para karyawan. Seandainya saja bila dalam kegiatan kerja setiap hari tidak ditanamkan budaya disiplin kerja dari para pegawai, maka kemungkinan besar rencana-rencana program harian tidak pernah tercapai, sampai saat ini, budaya disipin kerja di PT MPOIN Cabang Sukoharjo perlu diperhatikan, karena masih ada beberapa pegawai yang tidak tepat waktu dalam jam kerja.

Kedisiplinan karyawan dalam bekerja juga dapat berpengaruh terhadap kinerja kar-yawan. Seorang karyawan yang mempunyai tingkat kedisiplinan yang tinggi akan tetap bekerja dengan baik walaupun tanpa diawasi oleh atasan. Seorang karyawan yang tidak di-siplin akan mencuri waktu kerja untuk mela-kukan hal-hal lain yang tidak ada kaitannya dengan pekerjaan. Demikian juga karyawan yang mempunyai kedisiplinan yang tinggi akan mentaati peraturan yang ada dalam ling-kungan kerja dengan kesadaran yang tinggi tanpa ada rasa paksaan

Pemimpin dalam kegiatannya memi-liki berbagai gaya. Gaya kepemimpinan dalam organisasi juga memegang peranan yang sangat penting bagi pencapaian tujuan organisa-si. Jenis gaya kepemimpinan yaitu "Gaya ke-pemimpinan otokratis, gaya kepemimpinan demokratik, dan gaya kepemimpinan *laissez faire*" (Kartono Kartini, 2005: 80). Masing-masing gaya kepemimpinan tersebut memba-wa kebijakan-kebjakan yang berbeda dalam perusahaan, termasuk kebijakan dalam pem-berian kompensasi.

Persepsi adalah merupakan suatu proses dengan mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesankesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah 1) Diduga bahwa kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Mpoin cabang Solo. 2) Diduga bahwa Gaya Kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Mpoin cabang Solo. 3) Diduga bahwa Disiplin Kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Mpoin cabang Solo.

B. METODE PENELITIAN

Obyek penelitian ini adalah PT MPOIN Cabang Solo. Obyek penelitian adalah pegawai pada PT MPOIN Cabang Solo yang beralamat di Jl. Solo-Tawangmangu Km 8.

Sumber data yang digunakan sebagai berikut :

pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	keterangan
1	0,639	0,194	valid
2	0,728	0,194	valid
3	0,704	0,194	valid
4	0,691	0,194	valid

- Data Primer : Data yang diperoleh dari hasil kuisioner

  Metode dan Teknik pengumpulan data
- Metode Kuisioner

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini populasi berjumlah 100 orang.

Sampel dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus, yakni keseluruhan populasi memiliki hak secara langsung dari sumbernya oleh peneliti untuk menyatakan masalah risetnya secara khusus, yakni berjumlah 100 orang.

C. HASIL

1. Uji validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam hal ini bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan instrument dalam mengukur variabel kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo. Pertanyaan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

1) Uji Validitas Kinerja Pegawai (Y)

Kinerja pegawai terdiri dari 4 item pertanyaan. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel IV.4

Uji Validitas Variabel Kinerja Pegawai

Sumber : data primer yang diolah, 2016.

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa 4 item pertanyaan semuanya dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel Kompensasi (X_1)

Kompensasi terdiri dari 4 item pertanyaan. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel IV.5
Uji Validitas Variabel Kompensasi

pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	keterangan
1	0,643	0,194	valid
2	0,786	0,194	valid
3	0,798	0,194	valid
4	0,725	0,194	valid

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa 4 item pertanyaan semuanya dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel gaya kepemimpinan(X_2)

Gaya kepemimpinan terdiri dari 4 item pertanyaan. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel IV.6
Uji Validitas Variabel gaya kepemimpinan

pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	keterangan
1	0,697	0,194	valid
2	0,379	0,194	valid
3	0,683	0,194	valid
4	0,717	0,194	valid

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa 4 item pertanyaan semuanya dinyatakan valid

4) Uji Validitas Variabel disiplin kerja (X_3)

Disiplin kerja terdiri dari 4 item pertanyaan. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel IV.7
Uji Validitas Variabel Disiplin kerja

pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	keterangan
1	0,626	0,194	valid
2	0,705	0,194	valid
3	0,546	0,194	valid
4	0,706	0,194	valid

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa 4 item pertanyaan semuanya dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas instrument bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks kepercayaan instrument dari variabel independen. Setelah dilakukan uji validitas dan diperoleh item – item yang valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach alpha*. Keputusan untuk mengetahui bahwa instrument adalah reliable jika nikau r Alpha > 0,6. Dari analisis dengan program SPSS diperoleh hasil uji reliabilitas seperti tabel di bawah ini :

Tabel IV.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kritria Pengujian	keterangan
Kinerja pegawai	0,850	Alpha Cronbach > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kompensasi	0,878		Reliabel
Gaya kepemimpinan	0,793		Reliabel
Disipli kerja	0,822		Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrument keempat variabel yaitu Kinerja pegawai, Kompensasi, Gaya kepemimpinan dan Disipli kerja adalah reliable.

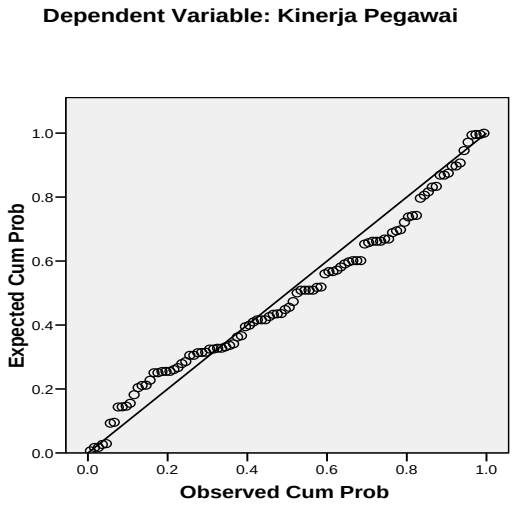
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak

Gambar IV.1

Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan tabel *Kolmogorow-Smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai P-Value yang tercantum dalam *Asymp.Sig.*(2-tailed) 0,998 > 0,05 yang berarti residual bredistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.9
Hasil Uji Multikolinearitas

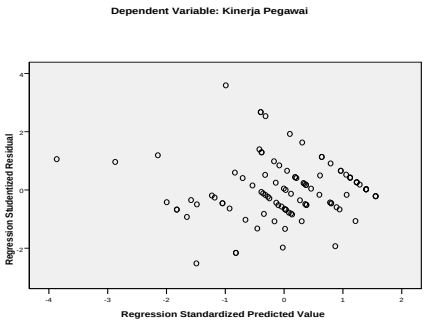
Variabel	Tolerance	VIF	keterangan
Kompensasi	0,579	1,727	Reliabel
Gaya kepemimpinan	0,573	1,746	Reliabel
Disipli kerja	0,735	1,361	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Hasil pengujian yang telah dilakukan seperti pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel independent terbebas dari mulitikolinearitas karena nilai *tolerance value* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan grafik diatas maka dijelaskan bahwa data diatas tidak ada pola yang jelasndan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel IV. 10
Hasil Uji Autokorelasi

model summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,828[a]	,685	,675	1,495	2.203

a. Predictors : (constant), Disiplin kerja, Kompensasi, Gaya kepemimpinan
b. Dependent Variabel : Kinerja pegawai

Sumber : Data Primer yang diolah,2016

Berdasarkan uji autokorelasi diatas diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 2,203 dan akan dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan derajat kepercayaan 5%, jumlah sampel 97 (n) dan jumlah variabel bebas 3 (k=3), maka di tabel Durbin-Watson kan di dapat dengan rumus :

$$dl \leq dw \leq 4 - du$$
$$= 1{,}613 \leq 2{,}203 \leq 4 - 1{,}736$$
$$= 1{,}613 \leq 2{,}203 \leq 2{,}264$$

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisa Regresi Liner Berganda

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisa regresi liniear berganda, bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo. Adapun hasilnya di dapat sebagai berikut :

Tabel IV.11

Hasil Uji Regresi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.985	1.050		1.891	.062		
	Kompensasi	.349	.070	.374	4.964	.000	.579	1.727
	Gaya Kepemimpinan	.195	.063	.234	3.085	.003	.573	1.746
	Disiplin Kerja	.372	.062	.398	5.962	.000	.735	1.361

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil analisa regresi tersebut di atas diperoleh persamaan regresi :

$Y = 1{,}985 + 0{,}349X_1 + 0{,}195X_2 + 0{,}372X_3$

Model regresi tersebut dapat di intrepestasikan bahwa variabel independen kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo.

1) Nilai konstanta sebesar 1,985 artinya jika variabel independen kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja di anggap konstan atau tetap maka peningkatan kinerja pegawai akan tetap positif dengan nilai sebesar 1,985.
2) Nilai $b_1 = 0{,}349$ artinya variabel kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Hal ini berarti apabila variabel kompensasi ditingkatkan, maka kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo akan meningkat.
3) Nilai $b_2 = 0{,}195$ artinya variabel gaya kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Hal ini berarti apabila variabel gaya kepemimpinan ditingkatkan, maka kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo akan meningkat.
4) Nilai $b_3 = 0{,}372$ artinya variabel disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Hal ini berarti apabila variabel disiplin kerja ditingkatkan, maka kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo akan meningkat.

b. Uji t

Tabel IV.12
Hasil Uji t

model	t	sig	ket
1 (Constant)	1.985	.062	
Kompensasi	.349	.000	signifikan (h_1
Gaya Kepemimpinan	.195	.003	terbukti) signifikan (h_2
Disiplin Kerja	.372	.000	terbukti) signifikan (h_3 terbukti)

Sumber : Data yang diolah, 2016

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai PT Mpoin cabang Solo. Adapun perhitungan uji F adalah sebagai berikut :

Tabel IV.13
Hasil Uji F

model	F	sig
1 Regression	69.585	.000[a]
Rasidual		
Disiplin Kerja		

Sumber : Data yang diolah, 2016

Hasil uji serempak diketahui besarnya nilai F sebesar 69,585 dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo.

d. Koefisien determinasi (R^2)

Tabel IV.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.828[a]	.685	.675	1.493	2.203

a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja, Kompensasi, Gaya Kepemimpinan

b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Sumber : Data yang diolah, 2016

Berdasarkan uji koefisien determinasi diatas didapatkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,675 yang berarti kinerja pegawai dijelaskan oleh variabel kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja sebesar 67,5% sedangkan sisanya 37,2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukan dalam penelitian. Misalnya lingkungan kerja, kompetensi, motivasi dan lainnya.

D. PEMBAHASAN

1. Implikasi Manajerial

1) Pengaruh kompensasi terhadap kinerja pegawai

Hasil penelitian menunjukan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo. Hal ini ditunjukan oleh besarnya nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan demikian kinerja pegawai perlu ditingkatkan.

Implikasinya adalah sebaiknya kompensasi lebih ditingkatkan lagi, sesuai hasil penelitian dengan hasil indikator tertinggi yaitu dengan cara :

a. Memberikan gaji sesuai dengan status dan beban kerja.
b. Memberikan tunjangan sesuai dengan jabatan.
c. Memberikan insentif sesuai dengan beban kerja.
d. Memberikan fasilitas sesuai dengan beban kerja dan memadai.

2) Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja pegawai

Hasil penelitian menunjukan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo. Hal ini ditunjukan oleh besarnya nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan demikian variabel gaya kepemimpinan perlu ditingkatkan.

Implikasinya adalah sebaiknya gaya kepemimpinan lebih ditingkatkan lagi, sesuai hasil penelitian dengan hasil indikator tertinggi yaitu dengan cara :

a. Menciptakan iklim saling percaya.
b. Memperhatikan kenyamanan kerja para karyawan.
c. Memperhatikan kesejahteraan para karyawan.
d. Memperhitungkan faktor kepuasan kerja para karyawan dalam menyelesaikan tugas yang dipercayakan.

3) Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

Hasil penelitian menunjukan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo. Hal ini ditunjukan oleh besarnya nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan demikian kinerja pegawai perlu ditingkatkan.

Implikasinya adalah sebaiknya disiplin kerja lebih ditingkatkan lagi, sesuai hasil penelitian dengan hasil indikator tertinggi yaitu dengan cara :

a. Masuk kerja dan tidak absen ketika bekerja.
b. Menjalankan standart operasional kerja seperti aturan yang telah ditetapkan oleh PT Mpoin.
c. Taat pada peraturan kerja.

d. Waspada terhadap pekerjaan yang sudah diberikan agar terselesaikan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal antara lain.

Hasil analisa regresi linear berganda diketahui bahwa variabel kompensasi, gaya kepemipinan dan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai di PT Mpoin cabang Solo berdasarkan jurnal Dwi lestari (2014) , Kakek Ary Setiawan, Ni Wayan ujiati (2017), Novi Sri Rejeki Indra Putri, SL. Ttiyaningsih dan Sutarno (2016).

Strategi yang paling efektif untuk meningkatkan kinerja sebaiknya melalui peningkatan kedisiplinan yaitu dengan Masuk kerja dan tidak absen ketika bekerja, Menjalankan standart operasional kerja seperti aturan yang telah ditetapkan oleh PT Mpoin, Taat pada peraturan kerja, Waspada terhadap pekerjaan yang sudah diberikan agar terselesaikan.

Berdasarkan uji koefisien determinasi diatas didapatkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,675 yang berarti kinerja pegawai dijelaskan oleh variabel kompensasi, gaya kepemimpinan dan disiplin kerja sebesar 67,5% sedangkan sisanya 37,2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukan dalam penelitian. Misalnya lingkungan kerja, kompetensi, motivasi dan lainnya.

F. DAFTAR PUSTAKA

Andrian, Irianto. 2001. Panduan Pengembangan Organisasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Andrianto, Irianto.2001. Panduan Pengembangan Organisasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Anoraga, Pandji dan Piji Pakarti. 2001. Pengantar Pasar Modal. Jakarta:PT Rineka Cipa.

Anwar Prabu Mangkunegara, 2001. Manajemen Sumber Daya Perusahaan, Pt Remaja Rosdakarya, Bandung.

Anwar Prabu Mangkunegara, 2006, Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia, Pen. PT Refika Aditama.

Anwar Prabu Mangkunegara, 2009, Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Anwar Prabu Mangkunegara, 2011, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Arifin, B. 2007. Pengaruh Motivasi dan Kepemimpinan terhadap Prestasi Kerja Karyawan Dikantor kecamatan Klojen Kota Malang. Malang: Universitas Negeri Maulanan Malik Ibrahim.

As'ad S. U, Moh. 2002. Psikologi Industri: Seri Ilmu Sumber Daya Manusia. Edisi le 4. Yogyakarta: Liberty.

Determinants of Certification and Decertifition Activity John J.Lawler

Djumialji 2006. Sinar Grafika. http://opac.kaltimprov.go.id/ucs/index.php?p=show_detail&id=69271

Dwi Lestari. 2001. Dalam Jurnalnya yang berjudul Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Nuansa Nirmana Artistika. Manajemen, Program Sarjana Ekonomi, inus University. Kebon Jeruk, Jakarta Barat , dwidwidwi85@yahoo.com

Fahmi Irham.2012. "Analisis Kinerja Keuangan", Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam, 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gomez, Faustino Cardoso. (1995) Majanejem Sumber Daya Manusia edisi satu. Andi Offer. Yogyakarta.

Greg Hundley first published: September 1983.

Handoko, T. Hani, 2008. Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia, edisi kedua, Yogyakarta, Penerbit:BPFE.

Hartono Jogiyanto, 2004, Metodologi Penelitian Bisnis, Edisi 2004-2005, BPFE, Yogyakarta.

Hasibuan, Melayu. S.P. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi revisi). Bumi Aksara. Jakarta.

http://doi.org/10.1111/j.1468-232X.1983.tb00939.x

Istijanto, 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kadek Ary Setiawan, Ni Wayan ujiati (2016), dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Gaya kepemimpinan dan Kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Astra Honda Nusa Dua Kabupaten Bandung. Bandung.

Kartini Kartono. 2003. Pemimpin dan Kepemimpinan. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Kartini Kartono. 2005, Pemimpin dan Kepemimpinan. Jakarta: Rajawali Pers.

Mathis Robert, Jackson John. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba empat.

Nachrowi D Nachrowi, 2006, Ekonometrika, untuk Analisi Ekonomi dan Keuangan, Cetakan Pertama, Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.

Notoatmodjo, Soekidjo, (1998). Pengembangan sumber daya manusia. Jakarta: Rineka Cipta.

Notoatmodjo, Soekidjo. 1998, "Pengembangan sumber daya manusia". Jakarta: badan Pnerbit Rineka Cipta.

Novi Sri Rejeki Indra Putri, SL. Ttiyaningsih dan Sutarno (2016) dalam jurnal. Pengaruh Disiplin kerja, Gaya kepemimpinan dan Kompensasi terhadap kinerja karyawan di PT Graha service Indonesia cabang Surakarta.

P. Siagan, Sondang.2002. Kepemimpinan Organisasi dan Perilaku Administrasi, Jakarta: Penerbit Gunung Agung.

Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Sastrohadiwiryo, Siswanto. 2001. Manajemen Tenaga Kerja Indonesia. Cetakan kedua. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Siswanto. 2007. Kesehatan Mental. Konsep Cakupan dan Perkembangannya. Yogyakarta. C.V Andi Offset.

Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

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

Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sutrino, Edi. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

the effectiveness of organizationwide compensation stategis in technology intensive firms Autor links open overlay panel Maria Doloressaura Dias R.Gomez-Meji

Tjuttju Yuniarsih dan Suwatno. 2009. Manajemen Sumber daya Manusia. Alfabeta. Bandung.

DECISION MAKING STRATEGY FOR PURCHASING FASHION "ELIZABETH" PRODUCTS BY WATCHING THE ASPECT OF ONLINE SOCIAL MEDIA, BRAND IMAGE, AND CONSUMER TRUST IN KOTA SOLO

STRATEGI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION "ELIZABETH" DENGAN MEMPERHATIKAN ASPEK MEDIA SOSIAL ONLINE, BRAND IMAGE, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI KOTA SOLO

Rina Wati Febri Habsari
Afiliasi Manajemen email : rinahabsari90@gmail.com

Abstract

This study aims to find out how the strategy of making decisions on purchasing "Elizabeth" fashion products in Solo City. The sample in this study were consumers of fashion products "Elizabeth" in the city of Solo, amounting to 100 respondents. This sampling technique uses a non probability sampling technique of 10%. The type of data and data sources are obtained from primary data. Data is collected by making questionnaires about online social media, brand image, and trust. The analysis technique in this study consisted of, instrument testing, classic assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test. From the results of data processing, multiple linear regression equations can be concluded that online social media has a significant effect on purchasing decisions. Brand image has a significant effect on purchasing decisions, and trust has a positive and significant effect on purchasing decisions of "Elizabeth" fashion products in Solo. The most effective strategy for making a decision to purchase "Elizabeth" fashion products should pay attention to aspects of trust.

Keywords: Online Social Media, Brand Image, Trust, and purchasing decisions.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengambilan keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *non probability sampling* sebesar 10%. Jenis data dan sumber data diperoleh dari data primer. Data dikumpulkan dengan cara membuat kuesioner mengenai media sosial *online, brand image,* dan kepercayaan. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari, pengujian instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji R^2. Dari hasil olah data maka persamaan regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa media sosial *online* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo. Strategi yang paling efektif untuk membuat keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* sebaiknya memperhatikan aspek kepercayaan.

Kata kunci : Media Sosial *Online, Brand Image*, Kepercayaan, dan keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan *internet* sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang melatar belakangi perubahan komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital. Perkembangan ini pun menjadi semakin pesat setelah *internet* mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan muncul istilah telepon cerdas *(smartphone). Smartphone* memberikan fasilitas yang beranekaragam, mulai dari SMS, MMS, *chatting, e-mail, browsing*, serta fasilitas *sosial media*.

Saat ini belanja *online* adalah salah satu cara berbelanja yang sedang marak digunakan dalam transaksi jual beli. Toko *online* juga merupakan toko jual beli melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial dimana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk

melihat dan membeli apa yang mereka cari karena dengan adanya belanja *online* mereka tinggal melihat barang yang diinginkan di *internet* kemudian memesan barang sesuai pilihan dan mentransfer uangnya lalu barang dikirim oleh toko *online* dan sampai kerumah (Meskaran *et* al., 2013). Toko *online* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya. Perkembangan teknologi dapat dirasakan didalam berbagai bidang mulai dari transportasi, komunikasi elektronik, bahkan di dunia. Gaya hidup masyarakat saat ini mulai berubah karena perkembangan dari teknologi tersebut, salah satu yang paling mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah *gadget* dan kecenderungan beraktifitas di dunia maya seperti berbelanja secara *online* atau sering disebut sebagai belanja *online* (Setiowati *et* al.,2012).

Brand atau merek memiliki pengertian sebagai sebuah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain atau sebuah kombinasi diantaranya, yang bertujuan untuk mengidentifikasian barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen (Kotler dan Amstrong (2012). Kualitas produk *(product quality)* merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. (Sari, 2013) menyatakan bahwa pada umunya asosiasi merek menjadi pijakan konsumen dalam melakukan keputusan pembeliannya. Bukan tanpa alasan sebuah perusahaan memilih *brand* atau merek salah satunya bertujuan untuk mudah dikenal oleh para konsumenya karena menentukan kualitas produk suatu perusahaan.

Menurut (Siagian dan Cahyono 2014) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya, dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. Menurut Andromeda (2015) kepercayaan konsumen terhadap *webside online shopping* terletak pada popularitas *website online shopping* itu sendiri, semakin bagus suatu *website*, konsumen akan lebih yakin dan percaya terhadap reliabilitas *website* tersebut.

Peneliti mengamati maraknya situs-situs belanja *online* yang sangat menjamur dikalangan masyarakat Indonesia. Bahkan laporan tahunan yang dikeluarkan *We Are Social* menunjukkan presentase masyarakat Indonesia yang membeli jasa secara *online* dalam kurun waktu satu bulan pada tahun 2017 mencapai 41% dari total populasi, naik 15% dibandingkan 2016 yang hanya 26%. Berdasarkan *survei Shopback* terhadap lebih dari 1.000 responden di Indonesia untuk melihat pola belanja masyarakat, sebanyak 70,2% mengaku keberadaan keberadaaan toko *online* mempengaruhi belanja. Mereka menjadi lebih sering berbelanja *online* dibandingkan di toko *offline*. Selain itu, sebanyak 83,1% responden mengaku pernah ke toko *offline* untuk melihat barang, tetapi kemudian membelinya secara *online.*

Masyarakat lebih tertarik berbelanja melalui *online* karena lebih menghemat waktu dan praktis. Ini juga berdampak pada penjual *offline* karena menurunkan omset penghasilan mereka. Banyak toko di Kota Solo khususnya PGS yang kehilangan pelanggan. Mereka lebih memilih untuk menutup toko karena biaya sewa tempat yang mahal tidak dapat tertutupi.

I Gede Wahma Diatmika Giri (2015) menyatakan bahwa" promosi dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian". Michel B. Pontoh (2014) menyatakan bahwa "kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado". Peneliti mengacu kepada penelitian dari I Gede Wahma Diatmika Giri dan I Made Jatra (2014) karena terdapat persamaan variabel citra merek dan keputusan pembelian dan perbedaannya adalah variabel promosi. Dalam penelitian Tito Siswanto (2013) dan Ida Ayu Inten Arsriani (2013) terdapat persamaaan variabel optimalisasi media sosial,

keputusan pembelian dan media sosial *online* dengan perbedaan variabel media pemasaran. Michael B. Pontoh, Lotje Kawet, dan Willem A. Tumbuan (2014), Margaretha Fiani S dan Edwin Japarianto, SE,MM (2012), Luh Alviolita Kusuma Nusarika (2015) dalam penelitiannya terdahulu terdapat persamaan variabel *brand image*, kepercayaan dan keputusan pembelian, serta perbedaan variabelnya adalah niat beli, orientasi belanja, harga, *food quality*, kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

Elizabeth telah bergerak di industri *fashion* sejak tahun 1963 dengan memproduksi tas wanita, tas kerja wanita, tas pria, koper serta dompet. Selain itu, *Elizabeth* juga menyediakan aksesoris untuk wanita berupa jam tangan, kalung, gelang, anting dan kacamata untuk pria maupun wanita. Selama 55 tahun berjualan tas, banyak penghargaan yang telah diraih, diantaranya 21 Kartini Indonesia, Upakarti, dan Top *Brand* yang merupakan bukti dan apresiasi terhadap *Elizabeth* yang telah berkomitmen menyediakan tas, tas kerja, dompet, koper, jam tangan dan aksesoris yang berkualitas dan *trendy*. Hingga saat ini *Elizabeth* memiliki 84 toko yang tersebar di seluruh Indonesia sehingga mampu menyediakan tas terbaik untuk masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Data atau informasi yang dibutuhkan di dapat dari hasil penelitian melalui koesioner yang diisi oleh responden.
2. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden.
3. Data yang diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan berbagai asumsi maupun proses pengujian yang berlaku.
4. Hasil dari pengolahan data penelitian akan diinterprestasikan dan diimplikasikan untuk menjawab masalah, tujuan, kegunaan dalam penelitian.

B. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Solo yang berbelanja ke toko *"Elizabeth"* maupun yang berbelanja secara *online.* Teknik sampel dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar: n = 1,962 / 4 (0,10) 2

n = 96,04 yang dibulatkan menjadi 96

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Guna melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:120).

C. Tehnik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa:

a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner di lapangan**.**

b. Kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh informasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis atau dengan daftar kuesioner dari responden. Pertanyaan dari kuesioner menuntut jawaban responden dalam bentuk skala bertingkat.

D. Tehnik Analisis Data dan Hasil

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dari hasil olah data dapat diketahui bahwa

a) Validitas Variabel Media Sosial *Online* (X_1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,630	0,195	Valid
X1_2	-0,134	0,195	Tidak Valid
X1_3	0,695	0,195	Valid
X1_4	0,684	0,195	Valid
X1_5	0,672	0,195	Valid

Dari perhitungan tabel korelasi item- item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukkan bahwa dari lima item pertanyaan terdapat satu item pertanyaan yang tidak valid (X1_2) sisanya empat item pertanyaan valid.

b) Validitas Variabel *Brand Image* (X_2)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,498	0,195	*Valid*
X2_2	0,592	0,195	*Valid*
X2_3	0,633	0,195	*Valid*
X2_4	0,625	0,195	*Valid*

Dari perhitungan tabel korelasi item- item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukkan bahwa dari empat item pertanyaan semuanya valid.

c) Validitas Variabel Kepercayaan (X_3)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,576	0,195	*Valid*
X3_2	0,516	0,195	*Valid*
X3_3	0,737	0,195	*Valid*
X3_4	0,532	0,195	*Valid*
X3_5	0,660	0,195	*Valid*

Dari perhitungan tabel korelasi item- item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya Tabel diatas menunjukkan bahwa dari lima item pertanyaan semuanya *valid.*

d) Validitas Variabel Keputusan Pembelian (X_4)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X4_1	0,611	0,195	*Valid*
X4_2	0,504	0,195	*Valid*

X4_3	0,675	0,195	*Valid*
X4_4	0,663	0,195	*Valid*
X4_5	0,678	0,195	*Valid*

Dari perhitungan tabel korelasi item- item pertanyaan terhadap variabel yang mempunyai nilai r_{item} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya Tabel diatas menunjukkan bahwa dari lima item pertanyaan semuanya *valid.*

b. Uji Reliabilitas

Data dikatakan tidak reliabiel jika dari nilai *Alpha*< 0,06.

Tabel .5

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Alpha Cronbach*	Kriteria	Keterangan
Media Sosial *Online* (X1)	0,731	*Alpha*	*Reliabel*
Brand Image (X2)	0,780	*Cronbach* >	*Reliabel*
Kepercayaan (X3)	0,813	0,60 Maka	*Reliabel*
Keputusan Pembelian (Y)	0,828	*Reliabel*	*Reliabel*

Sumber : Data Diolah, 2018

Hasil uji *reliabilitas* diatas menunjukkan bahwa semua *instrument* yang digunakan dalam penelitian ini *realiabel.* Hal ini ditunjukkan dengan masing-masing *instrument* memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

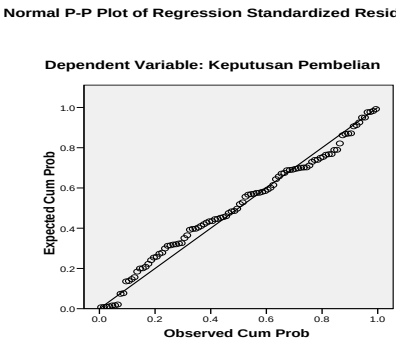
a. Uji multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel terikat dan veriabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Grafik. 1 Hasil Uji Normalitas

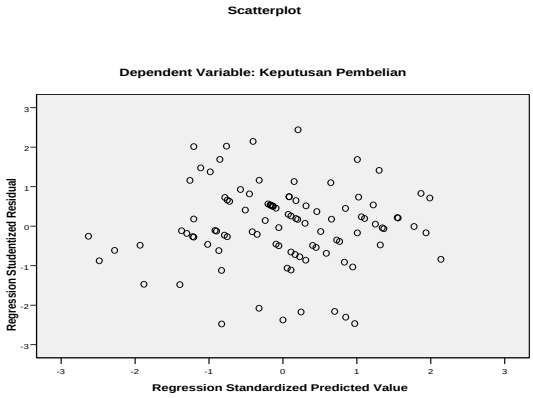


Dari grafik normalitas *probabilityplots* diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan memenuhi uji normalitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari *residual* satu pengamatan-pengamatam yang lain.

Grafik. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Diolah, 2018

Dari grafik di atas *(scatterplots)* terlihat tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak *(random)* baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi antara anggota serangkaian *observasi* yang diurutkan menurut waktu *(time series)* atau secara ruang *(cross sectional)*.

Tabel. 7 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.703[a]	.494	.478	2.21247	1.965

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengaruh Media Sosial, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW) menunjukkan sebesar 1,965. Nilai DW berada diantara -2 sampai +2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Definisi hipotesis adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Uji ini dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat". Adapun persamaan dari veriabel ini adalah sebagai berikut:

Dari pengujian *statistic* dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 1{,}982 + 0{,}173\ X_1 + 0{,}233\ X_2 + 0{,}548\ X_3$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

1) α = nilai konstanta regresi sebesar 1,982, hal ini berarti bahwa apabila variabel media sosial *online*, *brand image*, dan kepercayaan tetap maka keputusan pembelian positif atau meningkat.
2) β_1 = 0,173, variabel media sosial *online* mempunyai pengaruh posistif kepada keputusan pembelian, artinya apabila variabel media sosial *online* meningkat maka

keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi variabel kepercayaan dan *brand image* tetap.

3) β_2 = 0,233, variabel *brand image* mempunyai pengaruh posistif kepada keputusan pembelian, artinya apabila variabel *brand image* meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi variabel kepercayaan dan media sosial *online* tetap.
4) β_3 = 0,548, variabel kepercayaan mempunyai pengaruh posistif kepada keputusan pembelian, artinya apabila variabel kepercayaan meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi variabel *brand image* dan sosial media *online* tetap.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah untuk menguji kebenaran pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sehingga dapat dibuktikan bahwa pengaruh yang didapat bukanlah suatu kebetulan belaka.

Variabel	Uji t	Sig	Keterangan
(Constant)	1.012	0,314	
Pengaruh Media	2.217	0,029	Sig(H.1Terbukti)
Brand Image	2.367	0,020	Sig(H.2Terbukti)
Kepercayaan	6.776	0,000	Sig(H.3Terbukti)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat diimplementasikan sebagai berikut:

1. Media sosial X_1 diperoleh nilai signifikan 0,029 < 0,05 berarti bahwa variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
2. *Brand Image* X_2 diperoleh nilai signifikan 0,020 < 0,05 berarti bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
3. Kepercayaan X_3 diperoleh nilai signifikan 0,000 < 0,05 berarti bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Tabel. 10. Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	458.079	3	152.693	31.194	.000[a]
	Residual	469.921	96	4.895		
	Total	928.000	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengaruh Media Sosial, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai F sebesar 31,194 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel media sosial *online*, *brand image*, dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel yang terikat.

Tabel. 11. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.703[a]	.494	.478	2.21247	1.965

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Pengaruh Media Sosial, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas diperoleh nilai *Adjusted R. Square* sebesar 0,478 , berarti bahwa variabel media soaial *online, brand image,* dan kepercayaan memberikan konstribusi sebesar 47,8% terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo, sedangkan sisanya sebesar 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini, misalnya lokasi, harga, dan promosi.

PEMBAHASAN

1. **Pengaruh Media Sosial *Online* terhadap Keputusan Pembelian**

   Hasil pengujian hipotesis 1 (H_1) menunjukkan variabel media sosial *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika media sosial *online* ditingkatkan maka keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Ida Ayu Inten Arsriani dan Gede Sri Darma (2013) dan Tito Siswanto (2013) yang menyatakan bahwa Media Sosial *Online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen setuju bahwa Media Sosial *Online* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.

2. **Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian**

   Hasil pengujian hipotesis 2 (H_2) menunjukkan variabel *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika *brand image* ditingkatkan maka keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Margaretha Fiani S dan Edwin Japarianto,SE, MM (2012) serta Praba Sulistyawati menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam fenomena penelitian ini menunjukkan konsumen memilih berbelanja produk *fashion "Elizabeth"* karena mudah untuk dikenali, konsumen yang memakai *fashion* merek *"Elizabeth"* memiliki penampilan yang sangat menarik, dan produk *fashion "Elizabeth"* lebih dikenal berkualitas tinggi dibandingkan merek lain.

3. **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian**

   Hasil pengujian hipotesis 3 (H_3) menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika kepercayaan ditingkatkan maka keputusan

pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Michael B. Pontoh, Lotje Kawet, dan Willem A Tumbuan (2014), serta Luh Alviolita Kusuma Nusarika dan Ni Made Purnami (2015) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, diantaranya sebagai berikut :

1. Variabel media sosial *online* berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
   Variabel *brand image* berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
   Variabel kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
2. **Hasil Uji t**
   Variabel pengaruh media sosial *online, brand image,* dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
3. **Hasil Uji F**
   Hasil uji F secara serempak diketahui secara bersama-sama variabel media sosial *online*, *brand image,* dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo.
4. **Hasil Koefisien Determinasi R^2**
   Bahwa variabel media sosial *online, brand image,* dan kepercayaan memberikan konstribusi sebesar 47,8% terhadap keputusan pembelian produk *fashion "Elizabeth"* di Kotas Solo, sedangkan sisanya sebesar 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini, misalnya lokasi, harga, dan promosi.
5. Strategi yang paling efektif untuk membuat keputusan pembelian produk fashion "Elizabeth" di Kota Solo sebaiknya lebih meningkatkan kepercayaan konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini, maka diajukan beberapa saran untuk perusahaan *fashion "Elizabeth"* di Kota Solo sebagai berikut :

1. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian
   a. Meningkatkan percaya diri konsumen saat menggunakan produk *fashion "Elizabeth"*
   b. Membuat konsumen puas dan yakin bahwa saat memakai produk *fashion "Elizabeth"* penampilan mereka menjadi lebih menarik.
   c. Selalu memberikan apa yang konsumen butuhkan.
2. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian
   a. Meningkatkan identitas produk "Elizabeth" agar mudah untuk dikenali oleh masyarakat luas.

b. Mempertahankan *image* para konsumen yaitu bahwa produk *fashion "Elizabeth"* dikenal dengan kualitasnya yang tinggi dibandingkan merek lain.
c. Kepercayaan diri orang yang memakai *fashion "Elizabeth"* menarik.

3. Pengaruh media sosial *online* terhadap keputusan pembelian.
   a. Meningkatkan kemudahan transaksi belanja melalui *online* agar lebih praktis.
   b. Meningkatkan keuntungan bagi konsumen saat berbelanja produk *"Elizabeth"* secara *online.*
   c. Meningkatkan pemberian respon yang cepat dan baik kepada konsumen agar lebih menghemat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Semarang* : BP UNDIP.

Ida Ayu Inten Arsriani, Gede Sri Darma.(2013*). Peran Media Online dan Komunitas Terhadap Keputusan Nasabah Bank*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volume 10, No. 2

Kotler, P., & Keller,K.L.(2007). Manajemen Pemasaran. Jilid I, Edisi 12. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Luh Alviolita Kusuma Nusarika, Ni Made Purnami. 2015. *Pengaruh Presepsi Harga, Kepercayaan, dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8,2015: 2380-2406.

Margaretha Fiani S dan Edwin Japarianto. (2012). Analisa Pengaruh Foof Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Genep's di Kota Sukoharjo. Jurnal : Manajemen Pemasaran. Vol.I.(2012).1-6.

Michael B. Pontoh, Lotje Kawet, Willem A. Tumbuan (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. Jurnal EMBA.Vol.2 No.3. Hal. 285-297.

Santoso, Singgih. 2000, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametik*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Gramedia.

Sari, Anisa. 2013. Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. Jurnal Ilmu Manajemen. 1 (1). pp : 285-296

Setiaji, Bambang, 2004. *Panduan Riset deangan Pendekatan Kuantitatif,* Surakarta: Progam Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah

Subagyo dan Djarwanto. 2005,. *Statistika Induktif Edisi 5. Yogyakarta :* Akademi Manajemen Perusahaan YKPN

Sugiyono, 2003, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Cetakan Kelima, Alfabeta.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan 15*. Bandung : Alfabeta.

Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. 2012, *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sutisna. 2002. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran".* Bandung : PT. Remaja Rodaskaya.

Tito Siswanto (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecli Menengah. Jurnal Liquidity. Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2013,hlm. 80-86.

Ujang Suwarman, 2004*,"Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Penerbit"*. PT Ghalia Indonesia, Bogor.

Sumber Dari *Internet :*

https://etalasepustaka.blogspot.com

https://liputan6.com

http://www.artikelsiana.com

UPAYA PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI YOEDHA REKLAME KALILARANGAN SURAKARTA DITINJAU DARI ASPEK *MARKETING MIX*

PURCHASING DECISION EFFORTS AT YOEDHA REKLAME KALILARANGAN SURAKARTA REVIEWED FROM THE ASPECT OF MARKETING MIX

Sinta Patma Dwijayanti
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AUB Surakarta

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarngan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Yoedha Reklame Kalilarangan. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 90 sampel yang dijadikan responden. Metode analisis penelitian ini terdiri atas pengujian instument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji R^2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa didalam uji validitas dan reliabilitas terhadap semua item pertanyaan yang diajukan terbukti valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa didalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, autokorelasi pada model regresi dan terdistibusi secara normal. Hasil Persamaan koefisien regresi linier berganda menunjukkan bahwa dalam variabel produk berpengaruh negatif dan varibael harga, lokasi, promosi, distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Hasil uji t menunjukkan bahwa produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan untuk harga, promosi dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Hasil uji F menunjukkan bahwa didalamnya terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Sedangkan, hasil uji R^2 (koefisien determinasi) dapat diketahui bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi mampu menjelaskan sebesar 48,4% terhadap variabel keputusan pembelian, dan sedangkan sisanya sebesar 51,6% dijelaskan oleh variabel lain seperti citra merk, brand image, dan loyalitas konsumen

Kata Kunci : *Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to analyze empirically the effect of product, price, location, promotion and distribution on purchasing decisions in Yoedha Reklame Kalilarngan. The population in this study is customers at Yoedha Reklame Kalilarangan. The sample of this study was taken as many as 90 samples used as respondents. The method of analysis of this study consisted of testing instruments, classic assumption tests, multiple linear regression analysis, t test, F test and R ^ 2 test. Based on the results of the analysis show that in the validity and reliability test of all items the questions asked were proven to be valid and reliable. The classic assumption test results show that in this study there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, autocorrelation in the regression model and normally distributed. The results of multiple linear regression coefficient equations show that in the product variable has a negative effect and variance in price, location, promotion, distribution has a positive effect on purchasing decisions in Yoedha Reklame Kalilarangan. The results of the t test show that the product has a negative and insignificant effect on price, promotion and distribution with a positive and significant effect, while the location has a positive and not significant effect on purchasing decisions in Yoedha Reklame Kalilarangan. The results of the F test show that there is a significant influence between the product, price, location, promotion and distribution together on purchasing decisions in Yoedha Reklame Kalilarangan. Whereas, the results of the R ^ 2 test (coefficient of determination) can be seen that the product, price, location, promotion and distribution variables are able to explain 48.4% of the purchase decision variable, and while the remaining 51.6% is explained by other variables such as the image brand, brand image, and consumer loyalty

Keywords: Product, Price, Location, Promotion, Distribution, Purchasing Decisio

Pendahuluan

Semakin beranekaragam usaha-usaha reklame dalam era globalisasi waktu ini ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan reklame yang semakin tinggi dan ketat. Disamping itu perkembangan ilmu dan tekonologi semakin melaju cepat kemajuannya, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern. Hal tersebut menyebabkan perusahaan reklame pada umumnya berusaha untuk mempertahankan industri percetakannya, mengembangkan perusahaan, memperoleh keuntungan yang optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing lain dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncakan. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) yang menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat konsep alat pemasaran praktis dan terkendali yang yang dilaksanakan secara terpadu untuk mendapatkan respon dari para pelanggannya. Sehingga sangat perlu untuk diperhatikan, peranan dari faktor-faktor produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi dalam kaitannya dengan pengaruh terhadap keputusan pembelian yanga akan berdampak pada keputusan pembeluan pelanggan.

Persaingan yang ketat untuk memperebutkan calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi tantangan yang semakin besar dan harus dihadapi oleh perusahaan percetakan dalam memasarkan produknya. Perusahaan wajib meningkatkan penjualannya secara signifikan supaya perusahaan tetap eksis, dan bahkan lebih jauh lagi perusahaan harus lebih maju. Guna meningkatkan volume atau jumlah penjumlahan dari suatu produk yang sudah ditawarkan, maka tidak bisa terlepas dari pemasaran atau *marketing*. Apabila pemasaran berjalan sukses konsumen akan merasa puas terhadap produk yang ditawarkan sehingga memberi dampak positif bagi perusahaan.

Hal ini sejalan dengan Tjiptono (2008) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberiakn manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yamg menguntungkan bagi perusahaaan. Keputusan pembelian yang dilakukan dengan tepat maka membawa dampak pada kepuasan pelanggan. Sedangkan kepuasaan pelanggan ini merupakan tolok ukur dari keberhasilan kegiatan pemasaran, Bila tercapai kepuasan pelanggan, maka akan membawa implikasi positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal inilah yang menjadi pendorong pelaku bisnis memanfaatkan peluang. Salah satunya adalah di bidang industri percetakan. Industri ini telah berkembang pesat di berbagai kota-kota besar. Khusunya industri percetakan di Kalilarangan, Surakarta memiliki tingkat persaingan yang ketat sebab didaerah tersebut termasuk pusat *advertising* dibidang reklame. Salah satu tempat yang ingin diteliti yaitu Yoedha Reklame Kalilarangan karna tempat tersebut memiliki ruangan yang sederhana namun cukup banyak konsumen yang datang.

Pelanggan akan merasa puas bila sudah mengalami proses pembelian (pelanggan sudah pernah menggunakan produk tersebut). Dalam proses pembelian ini tentunya melibatkan pengambilan keputusan. Inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2010). Oleh sebab itu pemahaman akan perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan percetakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen. Perilaku konsumen juga menjadi penentu proses pengambilan keputusan dalam pembelian bertujuan supaya peran setiap konsumen adalah sama, namun seluruh proses tidak selalu dilaksanakan oleh konsumen. Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen yang berdasarkan pada keyakinan dan rasa percaya diri yang cukup kuat dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian MMT, Banner, Stampel dll di Yoedha Reklame seta

meyakinkan bahwa keputusan pembelian yang telah diambilnya adalah hal yang tepat. Sebab keputusan ini merupakan penyelesaian tindakan dari dua atau lebih alternatif, keputusan dibuat jika ada alternatif apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tersebut tidak dapat membuat keputusan. Keputusan ini membuktikan bahwa kontribusi variabel-variabel ini terhadap keputusan pembelian adalah besar jika dilakukan secara simultan.

E.Jerome (2009), menjelaskan konsep bauran pemasaran (marketing mix) yaitu sebuah perangkat alat pemasaran taktis yang terkontrol dan dipadukan oleh perusahann untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar, dalam bauran pemasaran ada lima komponen dasar yaitu produk, harga, lokasi, promosi, distibusi. *Marketing mix* dirancang dirancang untuk mendorong konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2012) menjelaskan ada beberapa konsep dalam bauran pemasaran. Konsep bauran pemasaran terdiri yang dari segi produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi.

Konsep bauran pemasaran atau *marketing mix* tersebut secara singkat dijelaskan sebagai berikut:

Pertama, produk menurut Kotler dan Armstrong (2008) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan, hal tersebut memberi pengaruh besar terhadap reaksi keputusan pengambilan dan yang perlu diperhatikan dalam produk ialah konsumen tidak hanya membeli secara fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut *"the offer"*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heryanto (2015) yang menyatakan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kedua, harga menurut Tjiptono (2008) mengatakan bahwa harga merupakan bauran harga berkenaan dengan strategi dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Harga adalah sesuatu yang merupakan permasalahan dalam dunia usaha, karena itu penetapan harga harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, sedangkan faktor yang tidak langsung adalah harga jual produk yang sejenis yang ditawarkan oleh pesaing, potongan untuk para penyalur dan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heryanto (2015), Sinambow dan Trang (2015), Raharjo dan Santoso (2015) yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ketiga, lokasi merupakan posisi pasti dalam ruang. Hasil penelitian Yuliati (2011) dan Ghanimata dan Kamal (2012), membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila lokasi semakin strategis, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sinambow dan Trang (2015), Raharjo dan Santoso (2015) yang menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keempat, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan, 2008). Tujuan promosi menurut Swastha dan Irawan (2008) adalah modifikasi tingkah laku, memberikan informasi, membujuk (*persuasive*), mengingatkan kembali (*reminding*). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heryanto (2015), Sinambow dan Trang (2015) yang menyatakan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kelima, distribusi merupakan suatu produk (baik itu dalam bentuk barang atau jasa) akan laku di pasaran apabila produk tersebut dapat disalurkan ke berbagai tempat dimana terdapat calon pembeli potensial. Tjiptono (2008) menyatakan bahwa pendistribusian dapat

diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heryanto (2015) yang menyatakan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latarbelakang tersebut maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame?
4. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame?
5. Apakah distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusanpembelian di Yoedha Reklame?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

a. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh produk terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame.
b. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame.
c. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame.
d. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame.
e. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame.

Keputusan pembelian konsumen dapat terjadi jika bauran pemasarannya sesuai dengan keinginan dan harapannya. pelanggan memberikan respon tertentu sebagai hasil evaluasinya terhadap kinerja perusahaan dalam menghasilkan produk sesuai harapan. Evaluasi konsumen ini menjadi penting karena hasil evaluasi itulah yang akan menentukan nilai produk bagi konsumen keputusan pembelian, yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumen yang didasari pada keyakinan dan rasa percaya diri yang kuat dalam mengambil suatu keputusan dalam melakukan pembelian di Yoedha Reklame . Dari latar belakang dan hasil penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul

“ UPAYA PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI YOEDHA REKLAME KALILARANGAN SURAKARTA DITINJAU DARI ASPEK *MARKETING MIX* “

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikannya terhadap keputusan pembelian terhadap produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan produk di Yoedha Reklame dengan sampel 90 responden. Teknik pengambilan sampel dengan cara *random sampling.* Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Yoedha Reklame. Teknik

analisis dalam penelitian ini yaitu uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regrresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R^2.

Hasil Penelitian

Dari hasil analisis diperoleh hasil penelitian sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	*Tolerance*	*VIF*	Keterangan
Produk	0,573	1,744	Tidak Multikolinieritas
Harga	0,559	1,790	Tidak Multikolinieritas
Lokasi	0,373	2,679	Tidak Multikolinieritas
Promosi	0,480	2,085	Tidak Multikolinieritas
Distribusi	0,580	1,725	Tidak Multikolinieritas

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 1 bisa dilihat bahwa setiap variabel independen mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF lebh kecil dari 10. Maka, disimpulkan penelitian ini tidak ada multikolinieritas antara variabel dependent.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,397

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 2,397. Karna nilai DW 2,397 lebih besar dari batas atas (du) 1,77 dan kurang dari 4-1,77 (2,23), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Produk	0,408	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Harga	0,575	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Lokasi	0,584	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Promosi	0,352	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Distribusi	0,062	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 3 diatas hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas karena nilai signifikan > 0,05 maka disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov – Smirnov Z	0,762
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,607

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 diatas hasil uji normalitas didapat hasil sebesar 0,762 dengan tingkat signifikansi 0,607 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari persamaan regresi ini berdistribusi normal.

2. Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.364	2.307		1.892	.062		
	Produk	-.067	.105	-.064	-.635	.527	.573	1.744
	Harga	.295	.119	.252	2.472	.015	.559	1.790
	Lokasi	.048	.138	.044	.351	.726	.373	2.679
	Promosi	.286	.132	.238	2.161	.034	.480	2.085
	Distribusi	.414	.084	.492	4.925	.000	.580	1.725

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari hasil data pengujian diatas dapat dirumuskan model regresi sebagai berikut:

Y = 4,364 - 0,067X1 + 0,295X2 + 0,048X3 + 0,286X4 + 0,414X5 +e

Artinya :

a. Nilai a (konstan) = 4.364, bernilai positif artinya apabila produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi konstan sehingga keputusan pembelian positif di Yoedha Reklame Kalilarangan.
b. Nilai b_1 = -0.067, artinya produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian apabila produk ditingkatkan maka keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan akan menurun
c. Nilai b_2 = 0.295, artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian apabila harga ditingkatkan maka keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan akan meningkat
d. Nilai b_3 = 0.048, artinya lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian apabila lokasi ditingkatkan maka keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan akan meningkat
e. Nilai b_4 = 0.286, artinya promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian apabila promosi ditingkatkan maka keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan akan meningkat
f. Nilai b_5 = 0.414, artinya distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian apabila distribusi ditingkatkan maka keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan akan meningkat

Uji t

Tabel 6
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.364	2.307		1.892	.062		
	Produk	-.067	.105	-.064	-.635	.527	.573	1.744
	Harga	.295	.119	.252	2.472	.015	.559	1.790
	Lokasi	.048	.138	.044	.351	.726	.373	2.679
	Promosi	.286	.132	.238	2.161	.034	.480	2.085
	Distribusi	.414	.084	.492	4.925	.000	.580	1.725

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

1. Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Nilai signifikansi *(p-value)* > 0,05 yaitu (0,527 > 0,05). Hipotesis 1 tidak terbukti.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05 yaitu (0,015 < 0,05). Hipotesis 2 terbukti.
3. Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Nilai signifikansi (*p-value*) > 0,05 yaitu (0,726 > 0,05). H ipotesis 3 tidak terbukti.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Nilai signifikansi *(p-value*) < 0,05 yaitu (0,034 < 0,05). Hipotesis 4 terbukti.
5. Distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan. Nilai signifikansi (*p-value*) < 0,05 yaitu (0,000 < 0,05). Hipotesis 5 terbukti.

Uji F

Tabel 7
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	344.949	5	68.990	17.716	.000[a]
	Residual	327.107	84	3.894		
	Total	672.056	89			

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Promosi, Produk, Harga, Lokasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Hasil uji F diperoleh nilai sebesar 17,716 siginifikan 0,000 < 0.005, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716[a]	.513	.484	1.973	2.397

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Promosi, Produk, Harga, Lokasi

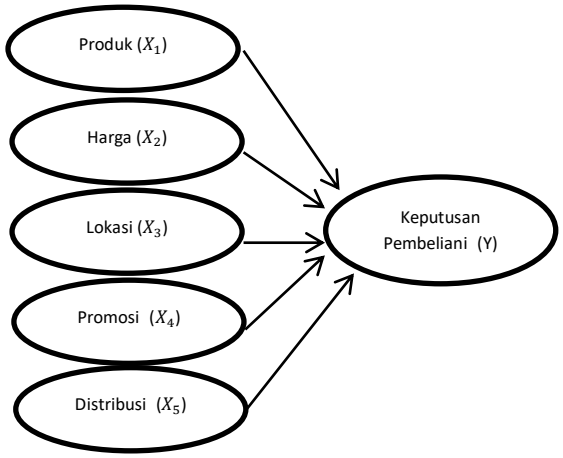
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Hasil uji *Adjusted R Square* diperoleh hasil sebesar 0,484 yang artinya variabilitas keputusan pembelian mampu dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi sebesar 48,4% sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut dimasukkan dalam penelitian ini seperti citra merk, brand image dan loyalitas konsumen.

Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui alur penelitian ini dapat dilihat dalam gambar kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 9 : Kerangka Pemikiran
Sumber : Heryanto (2015), Sinambow dan Trang (2015), Raharjo dan Santoso (2015).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut maka implikasi manajerial yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan menyatakan variabel distribusi (X5) merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Y), maka distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam meningkatkan keputusan pembelian dapat dilakukan dengan cara:
   a. Konsumen diberi jaminan keamanan, kenyamanan dan kepercayaan pelayanan di Yoedha Reklame Kalilarangan, misalnya ada produk rusak atau cacat akan ditukar baru.
   b. Konsumen diberi kemudahan dalam tempat pembayaran yang memadahi untuk mendukung kecepatan pelayanan, misalnya tempat pembayaran berbeda dengan

tempat pemesanan produk sehingga memudahkan dalam pemesanan dan pembayaran
   c. Konsumen diberi bukti transaksi yang mudah dipahami dan tidak membingungksn pelanggan, misalnya pelanggan diberi nota bukti pembyaran
2. Berdasarkan pengujian hipotesis yang menyatakan variabel lokasi (X3) mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Yoedha Reklame Kalilarangan. Dalam meningkatkan lokasi dapat diketahui dengan cara:
   a. Kemudahan lokasi yang dijangkau dari segala arah sangat menguntungkan konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan, contohnya lokasi sangat strategis karna terletak di pusat keramaian kota (daerah khusus advertising).
   b. Tempat parkir yang memadahi di Yoedha Reklame Kalilarangan memudahkan konsumen dalam bertransaksi, contohnya terdapat lahan khusus parkir bagi pelanggan.
   c. Posisi Yoedha Reklame Kalilarangan yang mampu dilihat jelas dari tepi jalan memang menguntungkan konsumen, contohnya neon box Yoedha Reklame terlihat dari kejauhan
3. Berdasarkan pengujian hipotesis yang menyatakan variabel promosi (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Yoedha Reklame Kalilarangan. Dalam meningkatkan promosi dapat diketahui dengan cara:
   a. Materi/ bahan yang digunakan Yoedha Reklame Kalilarangan dalam promosi sangat komunikatif sehingga memudahkan menarik konsumen, contohnya tata bahasa dalam promosi mudah dipahami.
   b. Konsumen memiliki kesan tersendiri dalam menggunakan jasa di Yoedha Reklame Kalilarangan dapat dilihat dalam promosi yang dilakukan sudah dibuat, contohnya Yoedha Reklame membuat sebuah iklan menggunakan cerita bergambar singkat mengenai produknya.
   c. Konsumen membutuhkan promosi yang membantu dalam pengenalan produk yang ditawarkan oleh Yoedha Reklame Kalilarangan, contohnya konsumen diberi lebih banyak lagi iklan yang ada dijalan maupun social media mengenai produk di Yoedha Reklame sehingga lebih mengenal produk apa yang ditawarkan.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis yang menyatakan variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam meningkatkan harga dapat diketahui dengan cara:
   a. Harga produk yang ditawarkan Yoedha Reklame Kalilarangan harus disediakan sesuai kualitas produk yang dibeli.
   b. Harga produk Yoedha Reklame Kalilarangan harus relatif murah dibanding tempat lain.
   c. Harga produk Yoedha Reklame Kalilarangan yang ditawarkan harus terjangkau.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis yang menyatakan varibel produk (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam meningkatkan produk dapat diketahui dengan cara:
   a. Produk jasa yang ditawarkan Yoedha Reklame Kalilarangan harus ditingkatkan agar membantu konsumen dalam kelancaran bisnis.
   b. Produk jasa yang ditawarkan Yoedha Reklame Kalilarangan harus menjadi daya tarik bagi konsumen.
   c. Fasilitas yang ditawarkan Yoedha Reklame Kalilarangan harus sesuai kebutuhan konsumen

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Peningkatan Keputusan Pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan dari Aspek Marketing Mix" yang dilakukan melalui *interview* (wawancara) dan penyebaran kuesioner. Penulis menyimpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:
   a. Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
   b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
   c. Lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
   d. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
   e. Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
2. Berdasarkan Uji F yang dihasilkan adalah:
   Produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan
3. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi yang dihasilkan adalah:
   Variabilitas keputusan pembelian pada Yoedha Reklame Kalilarangan mampu dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, promosi dan distribusi sebesar 48,4% sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut dimasukkan dalam penelitian ini seperti citra merk, brand image dan loyalitas konsumen.

Saran

Terdapat saran-saran yang diajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan perusahaan mempertahankan produk yaitu dengan cara:
   a. Memberikan kualitas produk yang beragam saat pemilihan produk sesuai penggunaan (Stampel, MMT, Banner dll)
   b. Meningkatkan daya tarik pada produk yang dihasilkan (Stampel, MMT, Banner dll)
   c. Memberi fasilitas produk (Stampel, MMT, Banner dll) yang menarik kepada konsumen
2. Dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan perusahaan mempertahankan harga yaitu denga cara:
   a. Meningkatkan kualitas biaya sesuai dengan kualitas produk (Stampel, MMT, Banner dll) yang dibeli
   b. Memberikan harga pada produk (Stampel, MMT, Banner dll) yang relatif murah guna menghemat biaya yang dikeluarkan
   c. Mampu mempertahankan harga produk (Stampel, MMT, Banner dll)
3. Dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan perusahaan mempertahankan lokasi yaitu dengan cara:
   a. Memberikan lokasi yang mudah dijangkau dari segala arah untuk konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan
   b. Meningkatkan fasilitas tempat parkir yang luas untuk memudahkan konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan
   c. Mampu memberikan lokasi yang bisa terlihat jelas dari tepi jalan untuk memudahkan konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan

4. Dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan perusahaan mempertahankan promosi yaitu dengan cara:
   a. Memberikan materi/ bahan promosi yang sangat komunikatif untuk menarik konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan
   b. Menciptakan kesan tersendiri bagi konsumen yang menggunakan jasa di Yoedha Reklame Kalilarangan dalam mempromosikan produknya
   c. Memberikan promosi yang membantu konsumen mengenal produk yang ditawarkan
5. Dalam meningkatkan keputusan pembelian di Yoedha Reklame Kalilarangan perusahaan mempertahankan distribusi yaitu dengan cara:
   a. Memberikankeamanan, kenyamanan, kecepatan pelayanan bagi konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan
   b. Memberikan tempat pembayaran yang memadahi untuk mendukung kecepatan pelayanan bagi konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan
   c. Memberikan bukti transaksi yang sangat mudah dipahami dan tidak membingungkan bagi konsumen Yoedha Reklame Kalilarangan.

Daftar Pustaka

Cannon, Joseph P, William D. Perreault, Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global* Buku 2. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Kotler, P. and Armstrong, Gary., (2008), *Principles of Marketing*. Jilid 1 dan 2. 12th Edition. Prentice Hall, New Jersey.

Kotler, P. and Armstrong. Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.

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

Setiadi, Nugroho, (2010), *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Kencana Prenada Media, Jakarta.

Analisis *Debt Equity Ratio* dan *Current Ratio* terhadap *Return* Saham Dengan Variabel Intervening Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Batubara yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2016)

Djoko Hanantijo[1] Eva Putri Rizkyah[2]

Dosen IKPIA Perbanas[1] djoko.hanantijo@perbanas.id
Alumni Pascasarjana IKPIA Perbanas[2]
Evaghani21@gmail.com

ABSTRACT

This research conduct to prove and analyze the direct impact of debt equity ratio and current ratio on stock returns of coal companies through profitability as intervening variable. Profitability ratio used in this study is Return on Assets (ROA). from 20 coal companies listed on the Jakarta Stock Exchange, there's have 10 sample companies were selected using purposive sampling and the data used were secondary data with data collection period from 2010 to 2016. Hypothesis testing was conducted by using path analysis. Where in this research Debt to equity ratio indirectly to stock return is not stronger through Return on Asset. While Current ratio indirectly to stock return is stronger than on through Return on Asset.

Keywords: *Debt to equity ratio, profitability, return on asset, current ratio and stocks return*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang terjadi dalam indeks saham sektor batubara dapat ditunjukan oleh perubahan harga saham yang diperdagangkan di bursa efek. Pergerakan harga saham dapat memberikan petunjuk tentang peningkatan dan penurunan aktivitas pasar modal dan investor dalam melakukan transaksi jual beli saham. Pada aktivitas pasar sekunder harga saham batubara akan mengalami fluktuasi baik berupa kenaikan maupun penurunan. Pembentukan atas harga saham biasanya didasari atas permintaan dan penawaran para investor atas saham tersebut. Penelitian ini ingin mengetahui apakah rasio profitabilitas sebagai variabel intervening yang dilalui oleh dua varibel independent ini bisa memberikan pengaruh terhadap *return* saham.

1.2 Rumusan Permasalahan

1. Apakah *Debt Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas?
2. Apakah *Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas?
3. Apakah *Debt Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap *return* harga saham batubara?
4. Apakah *Current Ratio* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham batubara?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *return* saham batubara?
6. Apakah *Debt Equity Ratio* melalui Profitabilitas berpengaruh terhadap *return* saham?
7. Apakah *Current Ratio* melalui Profitabilitas berpengaruh terhadap *return* saham?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* (DER) terhadap profitabilitas.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Current ratio* terhadap profitabilitas.
3. Untuk menganalisi pengaruh profitabilitas terhadap *return* saham batubara.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* (DER) terhadap *return* saham batubara.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Current ratio* terhadap *return* saham batubara.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Debt Equity Ratio* melalui Profitabilitas berpengaruh terhadap *return* saham.
7. Untuk menganalisis pengaruh Current Ratio melalui Profitabilitas berpengaruh terhadap return saham.

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Bagi investor**
   Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *return* saham pada sektor pertambangan. Sehingga para investor yang menginvestasikan dananya pada sektor pertambangan dapat memprediksi faktor yang akan mempengaruhi *return* saham sektor pertambangan.
2. **Bagi Masyarakat**
   Penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai hubungan tingkat suku bunga, kurs, dan inflasi terhadap return saham sektor pertambangan. Sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan ketika akan
   melakukan investasi pada sektor pertambangan.
3. **Bagi Penulis**
   Penelitian ini sebagai sarana pembelajaran dalam memahami hubungan antara *Debt Equity Ratio* (DER) dan rasio lancar dengan variabel intervening profitabilitas terhadap harga saham batubara. Selain itu, penelitian ini juga sebagai proses belajar untuk lebih
   kritis dalam menganalisis suatu permasalahan serta membuka wawasan dan pemahaman untuk mencari jawaban atas
   perumusan masalah pada sektor pertambangan yang menjadi sampel penelitian ini.
4. **Bagi akademisi dan peneliti berikutnya** Agar bisa menarik minat para peneliti untuk menelaah sektor saham pertambangan secara lebih mendalam.

III. Metode Penelitian

3.1 Model Penelitian

Untuk kepentingan pembahasan dan analisa serta pengujian hipotesis, data diolah dan dianalisa dengan menggunakan program Amos versi 18.

3.2 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *return* saham perusahaan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode tahun 2010-2016 . Data harga saham *adjusted closing price* diperoleh dari *Yahoo Finance* akhir tahun 2010 sampai dengan 2016. Rumus *return* saham yang digunakan sebagai berikut :

***Return* saham menurut Kuncoro (2004) =**

$R_t = (P_t - P_{t-1} / P_{t-1})$ (3.1)

Keterangan:

P_t = *Price*, yaitu harga untuk periode t

P_{t-1} = *Price*, yaitu harga untuk periode sebelumnya

3.2.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Debt Equity Ratio* dan *Current Ratio*.

$$CR = \left[\frac{\textit{Current Asset}}{\textit{Current Liabilities}} \right] X\ 100\ \% \qquad (3.2)$$

$$= \qquad 100\% \qquad (3.3)$$

3.2.3 Variabel Intervening

Variabel intervening pada penelitian ini adalah profitabilitas

$$ROA = \qquad 100\% \qquad (3.4)$$

3.3.Populasi & Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sesuai dengan publikasi www.idx.co.id . Kriteria yang dimaksudkan adalah perusahaan sudah melkasanakan IPO sebelum tahun 2010. Ini dikarenakan tahun pengamatan adalah dari tahun 2010-2016.

3.4.Metode Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu dengan metode analisis regresi liniear berganda yang diolah menggunakan *Analysis of moment structure* (AMOS) versi Metode analisis regresi linear berganda merupakan analisis regresi yang digunakan dalam menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan lebih dari satu variabel independen yang diuji. Secara umum model analisis regresi adalah studi yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh atau ketergantungan satu variabel dependen terhadap beberapa variabel independen. Hasil yang didapatkan dari analisis regresi adalah koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen. Koefisien tersebut didapat dengan cara memprediksi nilai dari masing-masing variabel independen dengan suatu persamaan.

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berguna untuk menggambarkan besar kecilnya tingkat variabel dalam suatu penelitian. Statistik deskriptif yang digunakan antara lain rata-rata (*mean*), maksimum dan minimum).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model penelitian yang digunakan penyebaran datanya normal dan tidak bias.

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan Jarque Bera (p *value* (*probability*) Jarque Bera > 0.05 maka residual berdistribusi normal).

3.4.2.2 Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi ada tidaknya masalah autokorelasi dalam satu observasi adalah dengan melakukan pengujian Durbin – Watson dengan kriteria: (Ghozali, 2014)

a. dU < d < 4 – dU maka H_0 diterima, tidak terjadi autokorelasi
b. d < dL atau d > 4 – dL maka H_0 ditolak, terjadi autokorelasi
c. dL < d < dU atau 4 – dU < d < 4 – dL maka tidak ada kesimpulan.

3.4.2.3 Uji Multikoliearitas

d. Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berokolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2013:105).

3.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser (Gujarati, 2003) yang dikutip oleh Imam Ghozali (2013:142). Pada uji Glejser, nilai residual absolut diregresi dengan variabel independen. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.

3.4.3 Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda yang menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan jumlah variabel independen lebih dari satu. Analisis regresi berganda terdiri dari uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

Hubungan fungsional antar variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen dapat digunakan teknik regresi berganda dengan bantuan program SPSS 12. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka teoritis yang disajikan sebelumnya, maka model yang digunakan adalah sebagai berikut (Damayanti dan Achyani, 2006):

$$Y = + \beta 1X1 + \beta 2X + \beta 3X3 + \beta 4X4 + e$$

Keterangan:

Y = *Return* Saham
a = Konstanta

β = Koefisien Regresi X_1= CR
X_2 = ROA X_3 = DER
e = Variabel Residual

3.4.4 Uji Hipotesis

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan maka digunakan regresi linier yang kemudian menurut menurut Ghozali (2014: 21) dikembangkan ke analisis jalur (*path analysis*).

Menurut Ghozali (2014: 21) Analisis jalur merupakan pengembangan dari model regresi yang digunakan untuk menguji kesesuaian *(fit*) dari matrik korelasi dari dua atau lebih model yang dibandingkan oleh si peneliti. Regresi dilakukan untuk setiap variabel dalam model. Nilai regresi yang diprediksi oleh model dibandingkan dengan matrik korelasi hasil observasi variabel dan nilai *goodness-of-fit* dihitung. Model terbaik dipilih berdasarkan nilai *goodness-of-fit*.

3.4.4.1 *Absolute Fit Measures*

Absolute fit measure mengukur model *fit* secara keseluruhan (Ghozali, 2014:66).

3.4.4.2 *Incremental Fit Measures*

Incremental Fit Measures yakni ukuran untuk membandingkan proposed model dengan model lainnya yang dispesifikasi oleh peneliti (Ghozali, 2014:66).

3.4.4.3 *Parsimonious Fit Measures*

Parsimonious Fit Measures merupakan *adjusment* terhadap pengukuran *fit* untuk dapat diperbandingkan antar model dengan jumlah koefisien berbeda (Ghozali, 2014:66).

3.4.4.4 Struktural Model *Fit*

Untuk menilai struktural model *fit* melibatkan signifikansi dari koefisien. Dengan tingkat signifikansi tertentu yakni 0,05 maka kita dapat menilai signifikansi masing – masing koefisien secara statistik (Ghozali,2014:70).

3.4.5 Uji Deteksi Pengaruh Mediasi (*Intervening)*

Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dalam Ghozali (2013:248) dan dikenal dengan Uji Sobel (Sobel Test). Uji Sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel eksogen (X) kepada variabel endogen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui M dihitung dengan cara mengalikan jalur X→M (a) dengan jalur M→Y (b) atau ab. Jadi koefisien ab = (c –c‟), dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan c‟ adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Standar error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standar error tidak langsung (indirect effect) Sab dihitung dengan rumus berikut ini :

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Menurut Ghozali (2001), ketetapan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik t.

1). **Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)**

Menurut Ghozali (2001) uji statistik t pada dasarnya menunjukan sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

2) Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F menurut Ghozali (2001) menunjukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determenasi (*Adjusted R Square*)

Untuk mengetahui presentase nilai Y yang dapat dijelaskan oleh garis regresi. Presentase perubahan *return* saham yang dipengaruhi *variable current ratio, return on assets*, dan *debt to equity ratio* (Gujarati, 1999).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisa Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DER	56	.20	354.60	76.5521	83.38588
ROA	56	-16.30	51.43	12.2336	14.73050
CR	56	.20	463.20	107.2909	114.16472
RETURN	56	-9.00	12.00	-.1786	5.26431
Valid N (listwise)	56				

Sumber : Hasil Olah Data Amos 2018

Berdasarkan tabel di atas, *Debt equity ratio* memiliki nilai minimum 0,20; nilai maksimumnya 354,60; rata-ratanya 76,5521; dengan standar deviasi sebesar 83,38588. *Return on Asset* memiliki nilai minimum -16,30; nilai maksimumnya 51,43; rata-ratanya 12,2336; dengan standar deviasi sebesar 14,73050. *Current Ratio* memiliki nilai minimum 0,20; nilai maksimumnya 463,20; rata-ratanya 107,2909; dengan standar deviasi sebesar 114,16472. *Return* memiliki nilai minimum -9,00; nilai maksimumnya 12,00; rata-ratanya -0,1786; dengan standar deviasi sebesar 5,26431.

4.1.2. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini dapat dilihat pada nilai nilai *Critical Ratio* (CR) dari skewness dan kurtosisnya. Jika nilai CR antara rentang - 2.58 sampai dengan 2.58 (±2.58), dapat disimpulkan bahwa bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan AMOS dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas

Variable	Min	Max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
CR	.200	463.200	.791	2.418	.045	.069
DER	.200	354.600	1.958	5.981	3.346	5.111
ROA	-16.300	51.430	.908	2.774	.267	.407
RETURN	-9.000	12.000	.749	2.288	.291	.444
Multivariate					2.091	1.129

Sumber: Hasil olah data Amos (2018)

Berdasarkan hasil output diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai cr (1,129) berada antara rentang - 2.58 sampai dengan 2.58 (± 2.58).

b) Uji Multikoliniertitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Multikolineritas

	CR	DER	ROA	RETURN
CR	12800.84			
DER	-763.674	6829.04		
ROA	93.418	-387.209	213.113	

Sumber: Hasil Olah Data Amos 2018

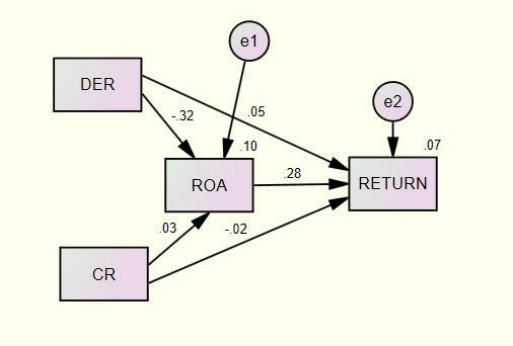
Berdasarkan hasil output diatas yaitu nilai *determinan of sample covariance* matrix lebih besar dari nol, maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas.

4.1.3. Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Pada penelitian ini terdapat variabel-variabel yaitu ada variabel independen, dependen dan variabel intervening. Variabel intervening pada penelitian ini untuk melihat pengaruh langsung yang lebih kuat atau tidak jika dari variabel independent ke variabel dependen. Dimana SEM adalah suatu Teknik modeling statistic yang bersifat sangat cross-sectional, linear dan umum. Yang termasuk dalam SEM adalah analisis faktor (*factor analysis*), analisis jalur (*path analysis*), dan regresi *(regression*).

4.1.4. Persamaan Model Struktural

Gambar 4.1
Model Struktural



Sumber: Hasil olah data Amos (2018)

Berdasarkan gambar di atas diperoleh persamaa structural sebagai berikut:

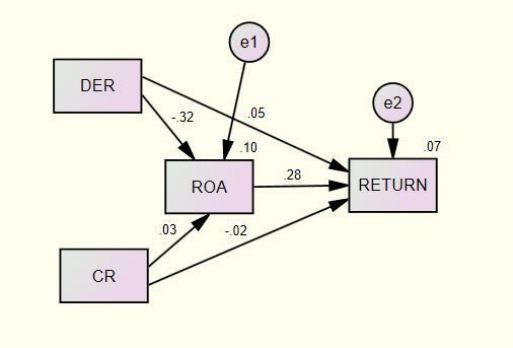
ROA = -0,319*DER + 0,031 CR, errorvar = 0,898, R^2 = 0,102

Return = 0,285*ROA + 0,051*DER -0,023*CR, errorvar = 0,925,R^2 = 0,075

Pada persamaan DER dan CR terhadap ROA, nilai koefisien determinasinya sebesar 0,102 menunjukkan bahwa DER dan CR mempengaruhi ROA sebesar 10,2 persen sedangkan sisanya sebesar 89,8 persen merupakan pengaruh variabel lain selain DER

4.1.4. Persamaan Model Struktural

Gambar 4.1
Model Struktural



Sumber: Hasil olah data Amos (2018)

Berdasarkan gambar di atas diperoleh persamaa structural sebagai berikut:

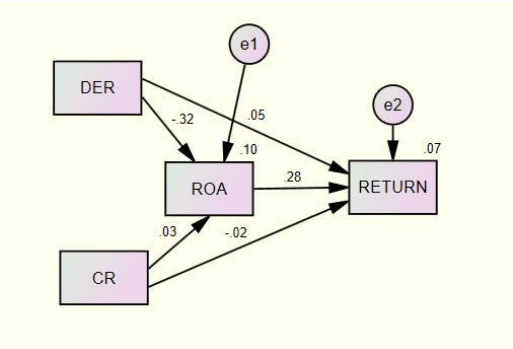
ROA = -0,319*DER + 0,031 CR, errorvar = 0,898, R^2 = 0,102

Return = 0,285*ROA + 0,051*DER -0,023*CR, errorvar = 0,925,R^2 = 0,075

Pada persamaan DER dan CR terhadap ROA, nilai koefisien determinasinya sebesar 0,102 menunjukkan bahwa DER dan CR mempengaruhi ROA sebesar 10,2 persen sedangkan sisanya sebesar 89,8 persen merupakan pengaruh variabel lain selain DER

4.1.4. Persamaan Model Struktural

Gambar 4.1
Model Struktural



Sumber: Hasil olah data Amos (2018)

Berdasarkan gambar di atas diperoleh persamaa structural sebagai berikut:

ROA = -0,319*DER + 0,031 CR, errorvar = 0,898, R^2 = 0,102

Return = 0,285*ROA + 0,051*DER -0,023*CR, errorvar = 0,925,R^2 = 0,075

Pada persamaan DER dan CR terhadap ROA, nilai koefisien determinasinya sebesar 0,102 menunjukkan bahwa DER dan CR mempengaruhi ROA sebesar 10,2 persen sedangkan sisanya sebesar 89,8 persen merupakan pengaruh variabel lain selain DER dan CR. Pada persamaan DER, CR dan ROA terhadap *Return*, nilai koefisien determinasinya sebesar 0,075 menunjukkan bahwa Profitabilitas, DER, dan CR mempengaruhi *Return* sebesar 7,5 persen sedangkan sisanya sebesar 92,5 persen merupakan pengaruh variabel lain selain ROA, DER, dan CR.

4.1.5 Pengujian Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis dilakukan dengan menguji hubungan antar variabel laten dengan melihat nilai P-value yang ada pada tabel bobot regresi dari hasil output AMOS. Dalam penelitian ini Hipotesa diterima P < 0,05.

Tabel 4.4
Hasil Bobot Regresi

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
ROA	<---	DER	-.056	.023	-2.494	.013	par_1
ROA	<---	CR	.004	.016	.239	.811	par_2
RETURN	<---	ROA	.102	.049	2.081	.037	par_3
RETURN	<---	DER	.003	.009	.373	.709	par_4
RETURN	<---	CR	-.001	.006	-.174	.861	par_5

Uji Hipotesis secara parsial

H_1 : *Debt to Equity ratio* berpengaruh terhadap profitabilitas

H_2 : *Current ratio* tidak berpengaruh positif terhadap profitabilitas

H_3 : *Debt to Equity ratio* tidak berpengaruh positif terhadap *return* saham

H_{04} : *Current ratio tidak* berpengaruh positif terhadap *return* saham

H_{05} : Profitabilitas *ratio* berpengaruh positif terhadap *return* saham

Dari tabel di atas menunjukkan nilai P dari DER sebesar 0,013 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara DER terhadap Profitabilitas. Nilai P dari CR sebesar 0,811 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara CR terhadap Profitabilitas.

Nilai P dari DER sebesar 0,709 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara DER terhadap *Return*. Nilai P dari CR sebesar 0,861 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara CR terhadap *Return*.Nilai P dari Profitabilitas sebesar 0,037 yang berarti lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Profitabilitas terhadap *Return*.

4.1.5.1 Uji Sobel

Uji Sobel ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Z) malalui variabel intervening (Y). Pengaruh tidak langsung X ke Z melalui Y dihitung dengan cara mengalikan jalur X $\rightarrow$ Y (p2) dengan jalur Y $\rightarrow$ Z (p3) atau p2p3. Standar error koefisien p2 dan p3 ditulis dengan Sp2 dan Sp3, besarnya standar error tidak langsung *(indirect effect)*.

$$Sp2p3 = \sqrt{p2^2 Sp3^2 + p3^2 Sp2^2 + Sp2^2 Sp3^2} \quad (4.1)$$

Keterangan:

p2 : Koefisien korelasi X $\rightarrow$ Y

p3 : Koefisien korelasi Y $\rightarrow$ Z

p2p3 : Hasil perkalian Koefisien korelasi X $\rightarrow$ Y dengan Koefisien Korelasi Y $\rightarrow$ Z

Sp2 : *Standar error* koefisien p2

Sp3 : *Standar eror* koefisien p3

Sp2p3 : *Standar error* tidak langsung *(indirect effect)*

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka menghitung nilai t dari koefisien p2p3 dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p2p3}{Sp2p3} \quad (4.2)$$

Setelah nilai t hitung diketahui, kemudian dibandingkan dengan t tabel dengan tingkat signifikan 0.05 yaitu sebesar 1.96. Apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel

maka dapat disimpulkan baha koefisien mediasi signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi atau dengan kata lain hipotesis diterima.

Nilai tersebut dimasukkan ke dalam persamaan berikut:

pengaruh DER terhadap *Return* melalui profitabilitas sebagai variabel intervening (profitabilitas berperan sebagai variabel intervening). Maka H_{16} ditolak karena Pengaruh *Debt Equity Ratio* terhadap *return* saham melalui Profitabilitas lebih kuat dari pada secara tidak langsung

4.1.5.2 Uji Hipotesa 7:

$$t = \frac{p2p3}{Sp2p3}$$

$$= \overline{0{,}031\ 0{,}285\ 0{,}00486}$$

t = 1,814

berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai t thitung adalah 1,814. Karena nilai t hitung nya 1,814) < t tabel (-1,96) artinya tidak terdapat pengaruh *Debt to equity ratio* terhadap *Return* melalui profitabilitas sebagai variabel intervening (profitabilitas tidak berperan sebagai variabel intervening). Maka H_{17} diterima karena Pengaruh *Current Ratio* secara tidak langsung terhadap *return* saham lebih kuat dari pada melalui *Profitability*.

4.1.5.3 Efek Langsung Variabel

Untuk mengetahui pengaruh antar variabel dalam penelitian ini, maka dilihat dari efek langsung variabel yang satu dengan variabel yang lain.Adapun efek langsung antar variabel laten dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Efek Langsung Antar Variabel Laten

Jalur	Efek Langsung
DER-->ROA	-0.319
CR-->ROA	0.031
ROA---> RETURN	0.285
DER-->RETURN	0.051
CR-->RETURN	-0.0231

$$t = \frac{p2p3}{-0{,}319 \times 0{,}285\ 0{,}0169}$$

t = -5,352

berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai t thitung adalah -5,352. Karena nilai t hitung nya (-5,352) < -t tabel (-1,96) artinya terdapat

9Tabel di atas menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel laten secara langsung yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Debt to equity ratio* memiliki pengaruh langsung terhadap profitabilitas sebesar 31,9 persen.
2. Variabel *Current ratio* memiliki pengaruh langsung terhadap profitabilitas sebesar 3,1 persen.
3. Variabel profitabilitas memiliki pengaruh langsung terhadap *Return* 28,5 persen.
4. Variabel *Debt to equity ratio* memiliki pengaruh langsung terhadap *Return* sebesar 5,1 persen.
5. Variabel *Current ratio* memiliki pengaruh langsung terhadap *Return* sebesar 2,3 persen.

4.2 Pembahasan

4.2.1 *Debt to equity ratio* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Return on Asset*

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *debt to equity ratio* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil pengujian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Erari (2013) dan Soperadi (2015). Namun tidak mendukung pada pengujian sebelumnya yang dilakukan oleh Malintan (2011) dan Ahya dan Ishadi (2016) yang mana hasil penelitiannya menyatakan *debt to equity ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA.

4.2.2 *Current Ratio* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Return on Asset.*

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hasil pengujian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang mana peneliti sebelumnya Hantono (2015) menguraikan bahwa *current ratio* berpengaruh signifikan terhadap *return on equity* pada perusahaan manufaktur *sector* logam dan sejenisnya. Pengujian ini dilakukan oleh Hantono (2015) secara parsial yang memberikan kesimpulan bahwa *current ratio* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Priharyanto (2009) yang mana hasilnya menujukan bahwa secara parsial variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA pada perusahaan *consumer goods*.

4.2.3 *Debt to equity ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Return* saham

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *debt to equity ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil pengujian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priharyanto (2009) yang mana hasilnya menunjukan bahwa variabel DER secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* saham pada perusahaan *consumer goods*. Namun bertentangan dengan Hantono (2015) menguraikan bahwa *Det to equity ratio* berpengaruh signifikan terhadap *profitability*.

menurun akan berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan tersebut.

4.2.4 *Current ratio* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* saham.

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil pengujian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Malintan (2011). Namun hasil pengujian ini bertentangan dengan Ahya dan Ishadi (2016).

4.2.5 *Return on Asset* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Return* saham.

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *Return on Asset* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil pengujian ini bertentangan dengan Sutriani (2015) yang mana dalam penelitian sebelumnya disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil ini konsisten dengan teori dan pendapat Mogdiliani dan Miller (MM) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi earnings power semakin efisien perputaran aset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan yang tentunya dapat mempengaruhi *return* saham satu tahun ke depan. Simpulan ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu, antara lain Silalahi (2001), Natarsyah (2002), dan Kennedy (2003). Namun penelitian ini bertentangan dengan Malintan (2011), dimana memberikan kesimpulan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham.

4.2.6 *Debt to equity ratio* dan *Current ratio* secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Return* saham

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *Debt to equity ratio* dan *Current ratio* berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil pengujian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Erari (2014), dimana penelitian sebelumnya memberikan kesimpulan bahwa *Current Ratio, Debt to Equity Ratio* dan *Return on Asset* secara simultan berpengaruh terhadap *return* saham. Namun penelitian ini bertentangan dengan Malintan (2011), dimana DER dan CR tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

4.2.7 *Debt to equity ratio, Current ratio, dan Return on Asset* secara Bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* saham

Hasil pengujian ini menunjukan bahwa variabel *Debt to equity ratio, Current ratio* dan *Return on Asset* secara Bersama- sama tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hasil pengujian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Malintan (2011), dimana penelitian sebelumnya memberikan kesimpulan bahwa *Current Ratio, Debt to Equity Ratio* dan *Return on Asset* secara simultan tidak berpengaruh terhadap *return* saham perusahaan pertambangan.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jumlah sampel perusahaan yang hanya terbatas pada perusahaan batubara yang sudah IPO dari sebelum tahun 2010, karena periode penelitian dari tahun 2010 – 2016 dan disesuaikan dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti sehingga banyak emiten yang belum masuk dalam kriteria tersebut.
2. Variabel yang digunakan hanya terbatas hanya pada dua variabel independent dan satu variabel dependen serta satu variabel intervening
3. Peneliti hanya memfokuskan pada faktor mikro dan bukan pada makro sehingga data yang diperoleh hanya sedikit untuk pengolahan data.

5. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Debt to equity ratio* memberikan pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap *Return on Asset*
2. *Current ratio* tidak memberikan pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap *Return on Asset*
3. *Debt to equity ratio* tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap *Return* saham.
4. *Current ratio* tidak memberikan pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap *Return* saham.
5. *Return on Asset* memberikan pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap *Return* saham.
6. *Debt to equity ratio* dan *Current ratio* secara Bersama-sama berpengaruh terhadap *Return* saham.
7. *Debt to equity ratio, current ratio* dan profitabilitas secara Bersama- sama tidak berpengaruh terhadap *Return* saham.

b. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan adalah :

1. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan penambahan perusahaan batubara sebagai objek penelitian dengan kriteria lain yang telah ditentukan. Perusahaan batubara sebagai objek penelitian dapat diperbanyak dengan penambahan periode waktu sesuai dengan kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian.
2. Bagi penelitian-penelitian selanjutnya untuk memperbanyak sampel penelitian. Bukan hanya perusahaan Pertambangan Batu Bara yang terdaftar di BEI saja, melainkan penelitian dengan objek perusahaan Pertambangan Batu Bara yang tidak terdaftar di BEI juga. Serta meningkatkan kualitas penelitian dengan memperluas periode pengamatan penelitian dan perusahaan penelitian serta melakukan pengamatan lebih mendalam tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *return* saham
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel penelitian baik variabel independen maupun variabel dependen.
4. Untuk perusahaan batubara di Indonesia dalam rangka peningkatan profitabilitas dan *return* saham dapat menggunakan strategi bisnis yaitu dengan selalu memperhatikan dan cermat mengambil keputusan dengan mengamati faktor-faktor makro dan mikro yang mempengaruhi fluktuasi perusahaan batubara tersebut.
5. Bagi emiten diharapkan senantiasa meningkatkan kinerja keuangannya dengan mengoptimalkan segala permodalan yang ada untuk dapat memenuhi kewajiban-kewajibannya serta menghasilkan laba, sehingga kinerja keuangan perusahaan akan semakin mengalami peningkatan.
6. Bagi investor diharapkan lebih teliti dalam berinvestasi, terutama dengan memperhatikan tingkat solvabilitas dan profitabiltias perusahaan, sehingga risiko terjadinya kerugian dalam berinvestasi dapat lebih ditekan.

6. Daftar Referensi

Anam, Saeful. (2002). "*Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Leverage terhadap Return Saham Perusahaan:* Studi kasus Industri Manufaktur di BEJ". Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.

Brigham, Eugene F dan F Houston, Joul, (2009), "*Fundamentals of Financial Management*", Edisi Keduabelas: South-Western Cengage Learning.

Desy Arista dan Astohar, (2012), "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Return Saham*", Jurnal Manajemen dan Akuntansi Terapan, Vol. 3, No. 1.

Euisa, Suzka Puluala. (2010), *"Pengaruh Current Ratio (CR) dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PT PG Rajawali II Cirebon Periode 2005- 2009*". Skripsi. Universitas Widyatama, Surabaya.Brigham, Eugene F., dan Joel F, Houston. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. *Jakarta: Salemba Empat.*

Erlina, Nugraha Indah. (2013)." *Analisis Pengaruh Rasio Solvabilitas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang terdaftar di BEI Tahun 2009-2011*. Universitas Muhammadiyah, Surakarta.Dabor, *et al.* (2015). *Impact of Corporate Governance on Firm's Performance. International Journal of Economics, Commerce, and Management. Vol 3. Issued 6, June 2015. Nigeria.*

Erari, Anita (2014). "*Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio, dan Return on Asset Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia"* Universitas Cendrawasih, Papua.

Firdaus, Rizal Wakhid. (2011). " *Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur di BEI*". Skripsi badan penerbit Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Hantono. (2015), "Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009- 2013". Universitas Prima Indonesia.

Hernendiastoro, Andre. (2005). "Pengaruh Kinerja Perusahaan Dan Kondis Ekonomi Terhadap Return Saham Dengan Metode Intervalling (Studi Kasus Pada Saham- Saham LQ 45". Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Horne,Van (2005). "Fundamentals of Financials Management, 12th edition, Prentic-Hall, Inc." Central University College, Dansoman- Ghana

Jatirosa, Sabila Amanu. (2014). "Analisis Pengaruh Harga Minyak Dunia, Inflasi, Tingkat Suku Bunga SBI, Kurs Rupiah//US$ Terhadap Return Saham Sektor Pertambangan Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2003-2013". Universitas Diponegoro, Semarang.

Mahmud, dan Abdul Halim. (2003). "Analisis Laporan Keuangan". STIE YKPN, Yogyakarta.

Maria, Chrystiana J.S. (2016), "Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusdahaan". Skripsi. Universitas Widyatama, Surabaya.

Malintan, Rio. (2013). “Pengaruh Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER), Price Earning Ratio (PER), Dan Return on Asset (ROA) Terhadap Return Saham Perusahaan Pertambangan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2010”. Brawijaya, Malang.

Purnomo, Mega Yolanda Putri (2013), “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”, Skripsi, Tidak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.

Prihartini, Ratna. (2009). “Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, ROA, DER, dan CR Terhadap Return Saham (Studi Kasus Saham Industri Real Estate and Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2003–2006)”. Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Ria Mandasari, Azwir Nasir, Yesi Mutia Basri, (2010), “Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Return Saham pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2010”, Jurnal, Tidak diterbitkan, Universitas Riau, Pekanbaru

Soepardi, Eddy Mulyadi (2015) “Perbandingan Analisis Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Batubara dan Perkebunan Di Bursa Efek Indonesia” Jurnal Akutansi Vol 1, Universitas Pakuan

Ulupui, IGKA (2007), “Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, LeverageAktivitas,Dan Profitabilitas terhadap Return Saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman dengan Kategori Industri Barang Konsumsi di BEJ)”, AUDI Jurnal Akuntansi dan Bisnis, Vol. 1, Januari.

Thrisye, Risca Yulina & Nicodemus Simu. (2012). “Analisis PengaruhRasio Keuangan Terhadap Return Saham BUMN Sektor PertambanganPeriode 2007-2010”. Perbanas Institute, Jakarta

Wingsih, Yulia. (2013). “Analisis Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Solvabilitas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2008 – 2012.” Universitas Dian Nuswantoro,Jakar

ANALYSIS OF MOTIVATION STRENGTH, LEADERSHIP AND COMPENSATION IN IMPROVING EMPLOYEE PERFORMANCE
(A Case Study at PT. Konimex Surakarta)

ANALISIS KEKUATAN MOTIVASI, KEPEMIMPINAN DAN KOMPENSASI DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN
(Studi Kasus Pada PT. Konimex Surakarta)

Mas Aji Agung Bimantoro

Afiliasi Manajemen Email : masajiagungbimantoro@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to analyze the strength of motivation, leadership, and compensation in improving employee performance. The population in this study consisted of all employees of PT. Konimex Surakarta which amounted to 1600 people. The sampling technique used a random sampling method with a portion of the population used as respondents. The analysis method in this study consisted of instrument test, classic assumption test, multiple linear analysis, t test, f test and determination coefficient (R2). Based on the results of multiple linear analysis showed that compensation, leadership and motivation in improving employee performance, in this study compensation variable is the most dominant variable and has a significant positive effect on other variables and has the highest significance value. to improve employee performance, compensation variables should be paid more attention by the company. Based on the results of the t test the variable compensation, leadership and motivation have a significant effect on performance employees of PT. Konimex Surakarta, based on the f test of compensation, leadership and motivation variables together has a significant influence on the performance of employees of PT. Konimex Surakarta. Based on the results of the test of the coefficient of determination (R2) obtained the value of Adjusted R Square of 0.630. This shows that employee performance variables are influenced by variable compensation, leadership and motivation by 63% while the rest is influenced by other variables

.

Keywords: Motivation, Leadership, Compensation and Employee Performance

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kekuatan motivasi,kepemimpinan, dan kompensasi dalam meningkatkan kinerja karyawan.Populasi dalam penelitian ini terdiri atas seluruh karyawan PT. Konimex Surakarta yang berjumlah 1600 orang.Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* dengan sebagian populasi dijadikan responden. Metode analisis dalam penelitian ini terdiri atas uji instrument, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2).Berdasarkan hasil analisis linier berganda menunjukan bahwa kompensasi, kepemimpinan dan motivasi dalam meningkatkan kinerja karyawan, pada penelitian ini variabel kompensasi adalah variabel yang paling dominan dan berpngaruh positif signifikan terhadap variabel-variabel lainnya serta mempunyai nilai signifikansi paling tinggi.untuk meningkatkan kinerja karyawan sebaiknya variabel kompensasi lebih diperhatikan oleh perusahaan.Berdasarkan hasil uji t variable kompensasi, kepemimpinan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta, bedasarkan uji f variabel kompensasi, kepemimpinan dan motivasi secara besama-sama berpengauh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta. Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,630. Ini menunjukan bahwa variable kinerja karyawan dipengaruhi oleh variable kompensasi, kepemimpinan dan motivasi sebesar 63 % sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variable lain.

Kata Kunci : Motivasi, Kepemimpinan, Kompensasi dan Kinerja Karyawan

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran penting sebagai faktor penggerak pembangunan dalam sebuah instansi, terutama dalam instansi yang bersifat profit atau menguntungkan dalam hal ini adalah perusahaan.

Era milenial saat ini dimana teknologi berkembang sangat pesat tentunya sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang berkualitas secara kecerdasan maupun kepribadian atau karakter.

Sumber daya manusia didalam perusahaan memegang peranan sangat penting karena dapat menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam persaingan dengan perusahaan yang serupa.tentunya hal ini sangat tergantung dengan kinerja karyawan pada perusahaan tersebut.

Suatu perusahaan dikatakan berhasil apabila kinerja karyawan dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.Maka dari itu perusahaan diharapkan memiliki karyawan dengan kinerja baik yang didukung dari segi motivasi, kepemimpinan, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan tersebut. Suatu kinerja dalam perusahaan tentunya membtuhkan beberapa hal seperti kualitas pekerjaan *(quality of work)*,kuantitas pekerjaaan *(quantity of work)*,pengetahuan pekerjaan *(job knowledge)*, dan kerjasama tim *(team work)* (Sugiono, 2009,12).

PT. Konimex merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang farmasi atau obat-obatan, PT. tersebut juga memproduksi beberapa produk seperti makanan dan roti serta minuman dan lainnya.PT konimex kepanjangan dari kondang impor ekspor yang didirikan sejak tahun 1967 oleh Djoenadi Joesoef dengan jumlah karyawan ribuan orang yang terbagi menjadi karyawan *staff*, karyawan tetap, dan karyawan pelaksana.

George R. Terry mengartikan kepemimpinan sebagai aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang supaya diarahkan mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan meliputi proses mempengaruhi dalam menentukan tujuan organisasi, memotivasi perilakupengikut untuk mencapai tujuan, mempengaruhi untuk memperbaiki kelompok dan budayanya (Thoha, 2010).

Kompensasi merupakan bagian dari hubungan timbal balik antara organisasi dengan sumber daya manusia. Menurut Gary Dessler (2009: 82) kompensasi karyawan adalah semua bentuk pembayaran atau hadiah yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka dan mempunyai dua komponen : pembayaran langsung (dalam bentuk upah, gaji, insentif, komisi, dan bonus), dan pembayran tidak langsung (dalam bentuk tunjangan keuangan seperti asuransi dan uang liburan yang dibayar oleh perusahaan).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh motivasi, kepemimpinan, dan kompensasi terhadap kinerja sudah banyak dilakukan sebelumnya di antaranya menurut Viki Yuniarti (2015) yang meneliti pengaruh motivasi, kepemimpinan dan kompensasi terhadap kinerja karyawan produksi tali PT. Sumbertex Batang menyimpulkan bahwa motivasi, kepemimpinan dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuli Suwati (2013) dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan PT. Tunas Huijau Samarinda menyimpulkan bahwa variable motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Penelitian tentang hubungan kepemimpinan terhadap kinerja yang dilakukan oleh Ndaru Prastono (2012) menyatakan bahwa kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan, dengan demikian penelitian ini juga berbeda hasil dengan penelitian yang

dilakukan oleh Adlie Liano Anwar (2008) yang menyatakan kepemimpinan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

Penelitian lain yaitu mengenai kompensasi yang dilakukan Windy Aprilia dan Gunasti Hudiwinarsih (2012) mengemukakan bahwa ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan dari variabel kepemimpinan terhadap kinerja karyawan sedangkan penelitian Yuli Suwati (2013) memiliki hasil bahwa kompensasi berpengaruh signifikan pada kinerja pegawai.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Konimex Surakarta".**

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan jenis kuantitatif yang menekankan analisisnya menggunakan data berupa angka yang diolah menggunakan metode statistika. Data diperoleh dengan cara membagikan kuesioner yang diisi langsung oleh reponden, kemudian data yang telah diperoleh di analisis menggunakan metode analisis linier berganda dengan berbagai asumsi dan pengujian yang berlaku, sedangkan hasil penelitian akan di interprestasikan dan di implikasikan guna menjawab rumusan masalah .

Populai dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Konimex Surakarta dengan jumlah 1600 orang karyawan, sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* yaitu dengan cara pengambilan secara acak sederhana, dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Konimex Surakarta

Tehnik Analisi Data dan Hasil

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
   a. Uji Validitas

   Uji validitas dalam hal ini digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu instrument. Instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel.}$ Adapun hasil dari uji validitas yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

   1) Hasil Uji Validitas Item Pertanyaan untuk Variabel Motivasi (X_1)

Tabel 1

Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Motivasi

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,673	0,194	Valid
X1_2	0,608	0,194	Valid
X1_3	0,644	0,194	Valid
X1_4	0,575	0,194	Valid
X1_5	0,688	0,194	Valid
X1_6	0,695	0,194	Valid
X1_7	0,705	0,194	Valid
X1_8	0,746	0,194	Valid
X1_9	0,594	0,194	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

2) Hasil Uji Validitas Item Pertanyakan untuk Variabel Kepemimpinan (X_2)

Tabel 2

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Kepemimpinan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2_1	0,786	0,194	Valid
X2_2	0,786	0,194	Valid
X2_3	0,551	0,194	Valid
X2_4	0,702	0,194	Valid
X2_5	0,533	0,194	Valid
X2_6	0,610	0,194	Valid
X2_7	0,470	0,194	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

3) Hasil Uji Item Pertanyaan untuk Variabel Kompensasi (X_3)

Tabel 3

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Kompensasi

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X3_1	0,725	0,194	Valid
X3_2	0,650	0,194	Valid
X3_3	0,807	0,194	Valid
X3_4	0,799	0,194	Valid
X3_5	0,609	0,194	Valid
X3_6	0,700	0,194	Valid
X3_7	0,589	0,194	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

4) Hasil Uji Validasi Item Pertanyaan untuk Variabel Kinerja (Y)

Tabel 4

Korelasi Item Pertanyaan untuk Terhadap Variabel Kinerja

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1_1	0,600	0,194	Valid
Y1_2	0,762	0,194	Valid
Y1_3	0,754	0,194	Valid
Y1_4	0,771	0,194	Valid
Y1_5	0,539	0,194	Valid
Y1_6	0,669	0,194	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Dari ke empat tabel di atas dapat di dilihat bahwa seluruh item pertanyaan di masing-masing variabel motivasi, kepemimpinan, kompensasi dan kinerja semuanya telah valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Motivasi	0,894	Alpha Cronbach > 0,60 Maka Reliabel	Reliabel
Kepemimpinan	0,860		Reliabel
Kompensasi	0,895		Reliabel
Kinerja karyawan	0,875		Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah. 2018

Berdasarkan hasil uji reliabibilas diatas maka dapat di simpulkan bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel hal ini dapat ditunjukan dengan melihat nilai alpha cronbach yang lebih besar dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode uji Kolomogorov-Smirnov (K-S). Suatu model regresi memiliki distribusi data normal apabila nilai Asymp. Sig (2 tailed) Lebih besar dari 0,05. Berikut hasil dari uji normalitas dalam penelitian ini :

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61536135
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.509
Asymp. Sig. (2-tailed)		.958

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas mununjukan bahwa semua variabel mempunyai distribusi data normal karena memiliki nilai signifikan yang lebi besar dari 0.05 yaitu sebesar 0,958.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain.

Tabel 7

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.655	1.186		3.081	.003
	Motivasi	-.042	.041	-.128	-1.002	.319
	Kepemimpinan	-.054	.065	-.176	-.822	.413
	Kompensasi	.050	.055	.172	.901	.370

a. Dependent Variable: Absut

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari hasil Tabel diatas menunjukan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heterokedastisitas karena signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05. Sehingga apabila data diperbesar akan tidak akan menyebabkan kesalahan yang semakin besar pula.

c. Uji Multikolineritas

Uji ini dilakukan untuk untuk mengetahui korelasi antar variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 8

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.339	2.047		1.142	.256		
	Motivasi	.145	.072	.157	2.022	.046	.616	1.622
	Kepemimpinan	.226	.112	.263	2.015	.047	.219	4.564
	Kompensasi	.385	.096	.469	4.027	.000	.275	3.633

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa besarnya VIF masing-masing variabel berada di posisi lebih kecil dari 10 dan tingkat Tolerance yang tidak lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terjadi di antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 9

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.801[a]	.641	.630	2.656	1.978

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, Motivasi, Kepemimpinan

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah,2018

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW diperoleh nilai 1,978.Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson terletak diantara -2 dan +2 beraiti data tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Linier Berganda

Teknik analis linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel motivasi, kepemimpinan dan komepensasi terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta adapun hasil analisisnya adalah sebagai berikut :

Tabel 10

Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.339	2.047		1.142	.256		
	Motivasi	.145	.072	.157	2.022	.046	.616	1.622
	Kepemimpinan	.226	.112	.263	2.015	.047	.219	4.564
	Kompensasi	.385	.096	.469	4.027	.000	.275	3.633

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah ,2018

Dari data pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = 2{,}339 + 0{,}145\ X_1 + 0{,}226\ X_2 + 0{,}385\ X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Konstanta sebesar 2,339 mempunyai arti bahwa apabila variabel motivasi, kepemimpinan dan kompensasi tetap maka kinerja karyawan PT. Konimex Surakartaguru berpengaruh positif
2) Nilai b_1 adalah 0,145 artinya variabel motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT/ Konimex Surakarta. Hal ini berarti apabila variabel motivasi ditingkatkan maka kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta akan semakin meningkat.
3) Nilai b_2 adalah 0,226 artinya variabel kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta. Hal ini berarti apabila variabel kepemimpinan ditingkatkan kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta juga akan meningkat.
4) Nilai b_3 adalah 0,385 artinya variabel kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta. Hal ini berarti apabila variabel kompensasi ditingkatkan maka kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta juga akan meningkat.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 11
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.339	2.047		1.142	.256		
	Motivasi	.145	.072	.157	2.022	.046	.616	1.622
	Kepemimpinan	.226	.112	.263	2.015	.047	.219	4.564
	Kompensasi	.385	.096	.469	4.027	.000	.275	3.633

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah ,2018

c. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama variabel motivasi,kepemimpinan dan komepnsasi terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta. Adapun hasil dari uji f pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 12
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1211.579	3	403.860	57.254	.000[a]
	Residual	677.171	96	7.054		
	Total	1888.750	99			

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, Motivasi, Kepemimpinan

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari data tabel diatas diketahui nilai F sebesar 57,254 dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05 yang berati bahwa secara bersama-sama variabel motivasi, kepemimpinan dan kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Karyawan PT. Konimex Surakarta.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.801[a]	.641	.630	2.656	1.978

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, Motivasi, Kepemimpinan

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,630 atau 63% hal ini menunjukan bahwa variabel kinerja karyawan dijelaskan oleh variabel motivasi, kepemimpinan dan komepnsasi sebesar 63% selebihnya sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Konimex Surakarta
   Hasil pengujian H_3 ini menunjukan bahwa kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta menunjukkan jika kompensasi ditingkatkan akan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Windy Aprilia Murty dan Gunasti Handiwinarsih (2012) tetapi sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Viki Yuniarti (2013).
2. Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Konimex Surakarta
   Hasil pengujian H_2 ini menunjukan bahwa kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta artinya jika kepemimpinan ditingkatkan kinerja karyawan juga akan meningkat. Hasil dari pnelitian ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ndaru Prastono (2012).
3. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Konimex Surakarta
   Dari hasil pengujian H_1 menunjukan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta .Hasil ini menunjukan jika motivasi ditingkat maka kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta akan meningkat secara signifikan, oleh karena itu untuk memaksimalkan kinerja cukup mempertahankan cara semangat kerja yang sudah ada. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Viki Yuniarti (2015) akan tetapi tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuli Suwati (2013).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Linier Berganda
   Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukan bahwa variabel kompensasi adalah variabel yang paling dominan dan mempunyai nilai signifikan tertinggi dalam meningkatkat kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta.
2. Hasil Uji t
   Variabel motivasi mempunyai berpengaruh positif signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta. Konimex Surakarta, variabel kepemimpinan berpengaruh positif signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta, kemudian variabel ketiga yaitu kompensasi berpengaruh positif signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta.
3. Hasil Uji F
   Dari hasil Uji F menunjukan variabel motivasi, kepemimpinan dan kompensasi secara bersama sama dan variabel kompensasi memiliki kekuatan yang paling tinggi sehingga berpengaruh positif signifikan dalam meningkatkan kinerja karyawan PT. Konimex Surakarta.

4. Nilai *Adjusted R Square*
   Nilai Adjusted R Square yang bernilai sebesar 0,630 atau sebesar 63% menunjukan bahwa variabel kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel motivasi, kepemimpinan dan kompensasi sebesar 63% sedangkan sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti contoh budaya organisasi, lingkungan kerja, disiplin kerja dan lain sebagainya.

Saran

Berdasarkan hasil-hasil diatas bahwa kompensasi mempunyai pengaruh terbesar dalam meningkatkan kinerja karyawan. Untuk meningkatkan kinerja karyawan melalui peningkatan kompensasi, dengan antara lain X_3 yaitu memberikan insentif kepada karyawan yang bekerja diluar jam kerja, X_4 fasilitas yang diberikan perusahaan kepada karyawan sangat menunjang kinerja, X_1 Memberikan gaji yang telah sesuai dengan standar

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Churchill, Gilbert A. Dan Dawn Iacobucci. 2002. Marketing Research Methodological Foundations. Eight Edition. South Western, A Division of Thomson Learning, Natrop Boulevard, Mason, Ohio

Ghozali, Imam. 2005*Aplikasi Analisis multivariate Dengan Program* SPSS, Cetekan IV(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro),h.45.

Hasibuan, Malayu . S.P. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kedelapan.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu. S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Cetakan 9. PT. Bumi Aksara

Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu S.P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Hasibuan, Malayu. S.P 2014.*Manajemen Sumber Daya Manusia (EdisiRevisi)*. BumiAksara. Jakarta

Herman, Sofyandi. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Mahmudi. 2010. *Manajemen Kinerja Sektor Publik, Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM. YKPN.

Mangkunegara, Anwar P. 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.

Mathis, Robert., L, Jackson. John H.2006. *Human Resources Management.*Edisi 10.Jakarta : Salemba Empat

Mulyadi, dan Johny Setiawan, 1999.*Corporate Culture And Performance, Dampak Budaya Perusahaanterhadap Kinerja*. Prenhallindo,Jakarta.

Murty,Windy Aprilia. 2012. *Pengaruh Kompensasi, Motivasi,dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur di Surabaya).*Jurnal The Indonesian Accounting Review Vol 2, No 2, July.

Potu, Aurelia. 2013. *Kepemimpinan, Motivasi, dan Lingkungan Kerja Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kanwil DITJEN KEKAYAAN NEGARA Suluttenggo dan Maluku Utara di Manado.*Jurnal EMBA. Vol 1 No 4, Desember:

Rivai, Veithzal. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Robbins, Stephen P. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. PT. Erlangga. Jakarta.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa Surakarta . 2018. Pedoman

Sedarmayanti, 2001. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Mandar Maju.

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

Sedarmayanti, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama

Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Simamora, H. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: STIE YKPN.

Singodimedjo, Markum, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Surabaya: SMMAS.

Sudarmanto. 2009. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM Teori, Dimensi dan Implementasi dalam Organisasi*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar.

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

Sugiyono, 2011. *Metode Penelelitian Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta : Penerbit Kencana

Suwati,Yuli. 2013. *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja pada PT.Tunas Hijau Samarinda.* Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol 1, No 1.

Umar, H. 2007, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Umar, H. 2008 . *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua.* Jakarta: Rajawali Pers.

Wibowo, 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers

Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

THE ROLE OF THE DISCIPLINARY WORK ENVIRONMENT AND WORK MOTIVATION IN MAXIMIZING EMPLOYEE PERFORMANCE BEHAVIOR IN THE WONOGIRI DISTRICT SOCIAL SERVICE

PERAN LINGKUNGAN KERJA DISIPLIN KERJA SERTA MOTIVASI KERJA DALAM MEMAKSIMALKAN PERILAKU KINERJA KARYAWAN DI DINAS SOSIAL KABUPATEN WONOGIRI

Thomas Hendra P
Afiliasi Manajemen email : thomashendra22gmail.com

Abstract

This study aims to maximize the behavior of the Wonogiri District Social Service employeed by paying attention to the aspects of the work environment, work discipline and work motivation. The population in this study were employees in the Wonogiri district social service while the sample was 55 respondents. The type of data and data sources are obtained from primary data. Data was collected by making a questionnaire about the work environment, work discipline and work motivation. The analysis techniques in this study consisted of, testing the instrument, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, F test and R2 test. From the results of the research data from the results of the t test that the work environment and work discipline have a positive and significant effect while the work motivation has no significant effect. The results of the coefficient of determination from the value of Adjusted R Square were obtained at 0.415 which means that the performance of employees in the Wonogiri District Social Service was able to be explained by the variables of work environment, work discipline and work motivation of 41.5%, while the remaining 58.5%, explained by other variables .

Keywords: work environment, work discipline and work motivation.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memaksimalkan perilaku karyawan Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri dengan memperhatikan aspek lingkungan kerja, disiplin kerja serta motivasi kerja. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan di dinas social kabupaten wonogiri sedangkan sampelnya berjumlah 55 responden. Jenis data dan sumber data diperoleh dari data primer. Data dikumpulkan dengan cara membuat kuesioner mengenai lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari, pengujian instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji R^2. Dari hasil olah data penelitian ini dari hasil uji t bahwa lingkungan kerja dan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan sedangkan motivasi kerja berpengaruh tidak signifikan. Hasil koefisien determinasi dari nilai *Adjusted R Square* didapatkan hasil sebesar 0,415 yang berarti kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri mampu dijelaskan dengan variabel lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja sebesar 41,5%, sedangkan sisanya 58,5%, dijelaskan oleh variabel lainnya.

Kata kunci : lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah merupakan faktor penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Agar aktivitas manajemen berjalan dengan baik, perusahaan harus memiliki karyawan yang berpengetahuan dan berketrampilan tinggi serta usaha untuk mengelola perusahaan seoptimal mungkin sehingga kinerja karyawan meningkat. Menurut Dessler (2006: 5) manajemen sumber daya manusia merupakan proses memperoleh, melatih, menilai dan memberikan kompensasi kepada karyawan, memperhatikan hubungan kerja karyawan, kesehatan, keamanan dan masalah keadilan. Suatu instansi tentu mengharapkan pegawainya

bekerja secara produktif, dengan pengaturan sumberdaya manusia secara professional. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan produktifitas pegawai yaitu kinerja pegawai. Kinerja seorang pegawai merupakan hal yang bersifat individual, karena pegawai memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya. Kinerja pegawai yang baik menentukan pencapaian produktifitas instansi. Namun faktanya tidak semua pegawai memiliki kinerja yang bagus, masih ada pegawai yang memiliki kinerja yang tidak sesuai dengan harapan instansi.

Kinerja merupakan bagian yang sangat penting dan menarik karena terbukti sangat penting manfaatnya. Oleh karena itu upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan manajemen yang paling serius karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya (Syamsuddinnor, 2014). Kinerja dipengaruhi lingkungan kerja berpengaruh signifikan dalam penelitian yang dilakukan Mirza Selvia (2014) dan Anak Agung Ngurah Bagus Dherman, I Gede Adnyana Sudibya & I wayan Mudiartha Utama (2012) sedangkan penelitian Heny Sidanti (2015) berpengaruh tidak signifikan. Kinerja dipengaruhi disiplin kerja berpengaruh signifikan dalam penelitian yang dilakukan Zainul Hidayat, MM & Muchamad Taufiq, MH (2013) sedangkan penelitian Agung setiawan (2013) berpengaruh tidak signifikan. Kinerja dipengaruhi motivasi kerja berpengaruh signifikan dalam penelitian Agung Setiawan (2013) dan Nur Avni Rozalia, Hamida Nayati, Ika Ruhana (2015) sedangkan Anak Agung Ngurah Bagus Dherman, I Gede Adnyana Sudibya & I wayan Mudiartha Utama (2012) berpengaruh tidak signifikan.

Menurut (Susilaningsih, 2013:6) lingkungan kerja merupakan keadaan sekitar tempat kerja baik secara fisik maupun non fisik yang dapat memberikan kesan menyenangkan, mengamankan dan menentramkan. Kondisi lingkungan kerja yang baik akan membuat pegawai merasa nyaman dalam bekerja. Kenyamanan tersebut tentunya akan berdampak pada peningkatan pada kinerja pegawai. Sebaliknya, ketidaknyamanan dari lingkungan kerja yang dialami oleh pegawai bisa berakibat fatal yaitu menurunnya kinerja dari pegawai itu sendiri. Lingkungan kerja yang telat terfasilitasi sarana dan prasarananya yang tentunya akan menunjang kelancaran tugas-tugas yang ada dan akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, karena karyawan tidak merasa terganggu dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga mereka lebih tenang, aktif, tekun dan serius menghadapi tugas-tugasnya.

Disiplin kerja merupakan sikap yang sangat diperlukan dan mendapat perhatian dalam setiap pekerjaan yang dilakukan oleh setiap orang dalam setiap pekerjaan yang dilakukan oleh setiap orang dalam usaha untuk meningkatkan kinerja guna mencapai tujuan organisasi. Menurut Hasibuan (2004:23), disiplin kerja merupakan fungsi manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin kerja yang baik sulit terwujud tujuan maksimal.

Selain faktor lingkungan kerja dan disiplin kerja, faktor lain yang berpengaruh terhadap kinerja adalah motivasi kerja. Motivasi kerja merupakan hal yang penting dalam meningkatkan suatu efektifitas kerja, karena orang yang memiliki motivasi kerja yang tinggi akan berusaha dengan sekuat tenaga agar pekerjaannya dapat berhasil dengan sebaik-baiknya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sandhira dengan (2013) dengan judul Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan mengatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan.

Dinas sosial merupakan unsur pelaksanaan urusan pemerintah bidang sosial yang menjadi kewenaganan daerah. Dinas social sebagaimana dipimpin oleh kepala dinas yang berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada bupati melalui sekertaris daerah. Dinas social sebagaimana mempunyai tugas membantu bupati melaksanakan urusan pemerintah dibidang sosial yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten.

Dinas sosial kabupaten Wonogiri sebagai dinas yang besar dengan jumlah pegawai yang banyak pasti mempunyai banyak tugas yang harus dikerjakan agar pelayanan terhadap masyarakat menjadi optimal. Untuk dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat dibutuhkan kinerja pegawai yang bagus, semakin tinggi kinerja pegawai maka pelayanan kepada masyarakat semakin optimal.

METODE

A. Rencana Penelitian

1. Data atau informasi yang dibutuhkan di dapat dari hasil penelitian melalui koesioner yang diisi oleh responden.
2. Dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan adalah 55 responden.
3. Data yang diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan berbagai asumsi maupun proses pengujian yang berlaku.
4. Hasil dari pengolahan data penelitian akan diinterprestasikan dan diimplikasikan untuk menjawab masalah, tujuan, kegunaan dalam penelitian.

B. Poplasi dan Sampel

1. Populasi

   Menurut Sugiyono (2004 : 115) populasi adalah wilayah generalisasi obyek/subyek yang mempunyau kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri sejumlah 55 orang.

2. Sampel

   Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat mewakili dari keseluruhan populasi, Arikunto (2007:120. Mengingat jumlahkurang dari 100 karyawan, maka dalam penelitian ini dapat menggunakan teknik sensus yaitu pengambilan semua anggota populasi sejumlah 55 karyawan untuk dijadikan responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa:

1. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar seperti literature-literature serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian penulis.
2. Jenis Data kuantitaif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan *(scoring).*

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen
   a. Uji Validitas

      Hasil lengkap pengujian yang dilakukan terhadap semua validitas instrument penelitihan terlihat pada tabel-tabel berikut :

1) Uji Validitas item pertanyakan variable Lingkungan Kerja(X_1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X1_1	0,513	0,260	Valid
X1_2	0,410	0,260	Valid
X1_3	0,747	0,260	Valid
X1_4	0,627	0,260	Valid
X1_5	0,639	0,260	Valid

Variabel yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukan bahwa dari 5 item pertanyaan semua valid.

2) Uji Validitas item pertanyakan variable Disiplin Kerja(X_1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,552	0,260	Valid
X2_2	0,618	0,260	Valid
X2_3	0,485	0,260	Valid
X2_4	0,652	0,260	Valid
X2_5	0,658	0,260	Valid

Variabel yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukan bahwa dari 5 item pertanyaan semua valid.

3) Uji Validitas item pertanyakan variable Motivasi Kerja(X_1)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,600	0,260	Valid
X3_2	0,529	0,260	Valid
X3_3	0,760	0,260	Valid
X3_4	0,666	0,260	Valid
X3_5	0,556	0,260	Valid

Variabel yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukan bahwa dari 5 item pertanyaan semua valid.

4) Uji Validitas item pertanyakan variable Kinerja Karyawan(Y)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
Y_1	0,470	0,260	Valid
Y_2	0,610	0,260	Valid
Y_3	0,595	0,260	Valid
Y_4	0,615	0,260	Valid
Y_5	0,317	0,260	Valid

Variabel yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} merupakan item pertanyaan yang valid dalam menjelaskan variabelnya. Tabel diatas menunjukan bahwa dari 5 item pertanyaan semua valid.

b. Uji Reliabilitas

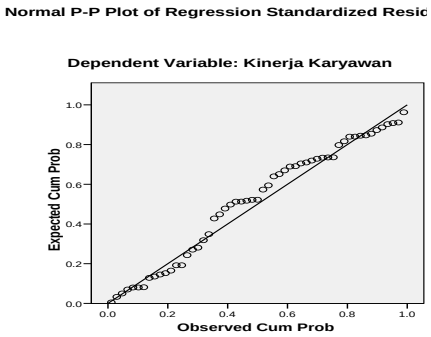
Uji Reabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran konsisten jika dilakukan pengamatan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk mengetahui reliabilitas suatu kuesioner dapat dilakukan dengan teknik *Alpha*

Cronbanch dan untuk lebih mudahnya digunakan program SPSS. Hasil Uji Reliabilitas untuk kuesioner selengkapnya dapat dilihat sebagai berikut :

Variabel	*Alpha Cronbach*	Kriteria	Keterangan
Lingkungan Kerja(X1)	0,801	>0,60	*Reliabel*
Disiplin Keja(X2)	0,804	>0,60	*Reliabel*
Motivasi Kerja (X3)	0,825	>0,60	*Reliabel*
Kinerja Karyawan (Y)	0,758	>0,60	*Reliabel*

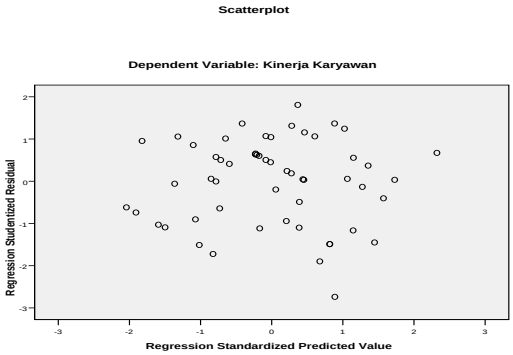
Hasil uji reliabilitas data seperti table IV.5 diatas menunjukan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliable. Hal ini ditunjukan dengan koefisien alpha yang melebihi 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas



Deri gambar grafik normal *probability plot* diatas terlihat titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal, hal ini menunjukan bahwa residual terdistribusi secara normal.

   b. Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar *(scatterplots)* diatas terlihat tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak *(random)* baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Ini dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

   c. Uji Multikolineritas

Uji multikoliniritas dilakukan untuk mengetahui korelasi antar variabel-variabel independen yang dilakukan dalam penelitian. Untuk menguji multikolinieritas akan digunakan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance. Sebuah model

regresi akan bebas dari Multikolinieritas apabila VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka toleransi lebih besar dari 0,10. Hasil tersebut sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.048	2.478		1.634	.108		
	Lingkungan Kerja	.232	.084	.298	2.755	.008	.929	1.077
	Disiplin Kerja	.472	.121	.491	3.905	.000	.686	1.457
	Motivasi Kerja	.049	.101	.059	.484	.631	.718	1.392

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Hasil Uji Multikolinieritas diatas diketahui besarnya VIF masing-masing variable lebih kecil dari 10 dan tingkat tolerance yang tidak lebih besar dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan yang terjadi diantara variable-variable yang diteliti. Untuk mengetahui hal tersebut akan digunakan angka *Durbin Watson* dalam table derajat kebebasan dan tingkat signifikan tertentu. Model regresi akan terbebas dari masalah autokorelasi apabila mempunyai angka DW antara -2 dan +2. Angka *Durbin Watson* menunjukkan sebagai berikut:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.669[a]	.447	.415	1.791	2.042

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

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari table diatas dapat dilihat nilai Durbin Watson sebesar 2,042 jumlah sampel 55 dan jumlah variable bebas 3, maka ditabel Durbin Watson akan didapat 2,042, angka DW tersebut berada antara -2 dan +2 maka diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat autokorelas negatif pada model regresi.

3. Analisis Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.048	2.478		1.634	.108		
	Lingkungan Kerja	.232	.084	.298	2.755	.008	.929	1.077
	Disiplin Kerja	.472	.121	.491	3.905	.000	.686	1.457
	Motivasi Kerja	.049	.101	.059	.484	.631	.718	1.392

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari hasil regresi linier berganda dapat diketahui persamaan koefisien linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Y : $4{,}048+0{,}232X_1+0{,}472X_2+0{,}049X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

a : 4,048 konstanta memiliki nilai positif artinya Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja dianggap konstan maka karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri tetap berkinerja.

b_1 : 0,232 nilai koefisien regresi lingkungan kerja yang bernilai positif dan variable lain dianggap nol maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara

lingkungan kerja dankinerja karyawan. Apabila lingkungan kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri juga akan meningkat.

b_2 : 0,472 nilai koefisien regresi disiplin kerja yang bernilai positif dan variable lain dianggap nol maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara disiplin kerja dan kinerja karyawan. Apabila disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri juga akan meningkat.

b_3 : 0,049 nilai koefisien regresi motivasi kerja yang bernilai positif dan variable lain dianggap nol maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara motivasi kerja dan kinerja karyawan. Apabila motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri juga akan meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.048	2.478		1.634	.108		
	Lingkungan Kerja	.232	.084	.298	2.755	.008	.929	1.077
	Disiplin Kerja	.472	.121	.491	3.905	.000	.686	1.457
	Motivasi Kerja	.049	.101	.059	.484	.631	.718	1.392

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel membuktikan bahwa:

1. Ligkungan kerja (X1) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 2,755 dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 < nilai α = 0,050, yang berarti lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. (Hipotesis I diterima)
2. Disiplin Kerja (X2) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,905 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < nilai α = 0,050, yang berarti disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. (Hipotesis II diterima)
3. Motivasi Kerja (X3) mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,484 dengan nilai signifikan sebesar 0,631 > nilai α = 0,050, yang berarti motivasi kerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. (Hipotesis II tidak diterima)

b. Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.344	3	44.115	13.754	.000[a]
	Residual	163.583	51	3.208		
	Total	295.927	54			

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

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Hasil uji secara serempak (Uji F) diketahui besarnya F = 13,754 signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa variable independen antara Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri.

c. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.669[a]	.447	.415	1.791	2.042

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

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Uji R^2 didapatkan hasil *Adjusted R Square* sebesar 0,415 atau 41,5% yang berarti variabilitas variable kinerja karyawan yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variable lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja sebesar 41,5% sedangkan sisanya sebesar 58,5% dijelaskan oleh variable lainnya seperti pengalaman kerja, budaya organisasi dan kepemimpinan.

PEMBAHASAN

1. **Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan**.
   Hasil pengujian hipotesis 1 (H_1) menunjukkan variabel lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika lingkungan kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Mirza Selvia (2014) dan Anak Agung Ngurah Bagus Dherman, I Gede Adnyana Sudibya & I Wayan Mudiarta Utama (2012) yang menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.
2. **Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan**.
   Hasil pengujian hipotesis 2 (H_2) menunjukkan variabel disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Zainul Hidayat, MM & Muchammad Taufiq, MH (2012) yang menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.
3. **Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan**.
   Hasil pengujian hipotesis 3 (H_3) menunjukkan variabel motivasi kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri. Hasil penelitian ini berarti bahwa jika motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja karyawan di Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri meningkat tetapi tidak signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Anak Agung Ngurah Bagus Dherman, I Gede Adnyana Sudibya & I Wayan Mudiartha Utama (2012) yang menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja karyawan.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Analisis Regresi Linier Berganda

   Hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan dan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

2. Hasil Uji t

   Variable lingkungan kerja, disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri sedangkan motivasi kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja karyawan Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri.

3. Hasil Uji F

   Hasil Uji F didapatkan nilai F = 13,754 signifikan 0,000<0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri.

4. Nilai Adjusted R Square

   Nilai uji *Adjusted R Square* sebesar 0,415 atau 41,5% yang berarti variabilitas variable kinerja karyawan yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variable lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja sebesar 41,5% sedangkan sisanya sebesar 58,5% dijelaskan oleh variable lainnya seperti pelatihan, kompensasi karyawan dan kepemimpinan.

B. Saran

1. Untuk meningkatkan kinerja paling efisien sebaiknya melalui disiplin kerja lebih ditingkatkan agar kinerja karyawan Dinas Sosial Kabupaten Wonogiri dapat meningkat.. Upaya yang dilakukan antara lain:
   a. Karyawan dianjurkan untuk selalu merapikan kembali peralatan kerja setelah dipakai.
   b. Karyawan juga mendapatkan peraturan untuk selalu hadir tepat waktu dengan diadakannya absen menggunakan fingerprint.
   c. Karyawan harus menyelesaikan pekerjaan dalam setiap harinya agar tidak menumpuk untuk pekerjaan berikutnya.
2. Penelitian yang akan datang sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan kinerja karyawan seperti pelatihan, kompensasi karyawan, kepemimpinan.

DAFTAR PUSTAKA

Agung Setiawan. 2013. Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 1 No 4.

Arikunto, S. 2007. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Dessler, Gary. 2006. Manajemen Personalia, (Terjemahan). Erlangga : Jakarta.

Hasibuan, S.P. Malayu, 2004. Manajemen Dasar,Pengertian, dan Masalah, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.

Mirza Selvia. 2014. Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. INTI GENERAL YAJA STEEL Semarang: *Junal Sumber Daya Manusia*

Nur Avni Rozalia, Hamida Nayati, Ika Ruhana. 2015. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan(Studi Kasus Pada Karyawan PT Pattindo Malang): *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB),* Vol 26 No. 2

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Zainul Hidayat, MM & Muchamad Taufiq, MH, 2012.. Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum(PDAM) Kabupaten Lumajang*:Jurnal. WGIA* Vol.2 No 1,

PENGARUH *GREEN PRODUCT, GREEN PRICE* DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU PHILIPS LED DI KOTA SURAKARTA

HAVE GREEN PRODUCT, GREEN PRICE AND CONSUMER LIFESTYLE ON A BUYING DECISION PHILIPS LED LAMP IN SURAKARTA

Ahmad Sanuri

sanumadahmad21@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah membuktikan atau menunjukan hasil signifikansi keputusan pembelian lampu philips LED di tinjau dari aspek green product, green price dan gaya hidup konsumen. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui green product dan green price berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan gaya hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu philips LED di Surakarta.Hasil uji statistik F dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel green product, green price dan gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lampu philips LED di Surakarta. Hasil uji Adjusted R square didapatkan hasil sebesar 0,598 yang berarti variabilitas keputusan pembelian lampu philips LED di Surakarta mampu dijelaskan oleh variable green product, green price dan gaya hidup sebesar 59,8 % sedangkan sisanya 40,2% dijelaskan oleh variable lain yang tidak ikut diobservasi seperti contohnya lokasi, iklan dan pelayanan. Variabel paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah green product, maka upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian perlu menekankan inovasi akan pentingnya green product.

Keywords: Green Product, Green Price, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian.

Abstract

The purpose of this study is to prove or show the results of significance purchase decision of philips LED lamps in terms of aspects of green product, green price and consumer lifestyle. Based on the results of this study it is now that green products,and green price have a positive on consumer purchasing decisions, While lifestyle has a negative and significant effect on the decision to purchase philips LED lamps in Surakarta. The result of the F statistical test can be concluded together that the variables of green product, green price and lifestyles have a significant influence on the decision to purchase Philips LED lamps in Surakarta. The results of the Adjusted R square test were obtained at 0.598 which means that be variability in the decision to purchase Philips LED lamps in Surakarta was exsplained by the variables og green product, green price and lifestyles of 59.8%, while the remaining 40.2% is explained by other variables that are not included in the observation such as location, advertising, and service. The most dominant variable that influence purchasing decisions is green products, so efforts to improve purchasing decisions need to emphasize innovatioin in the importance of green products.

Kata Kunci: Green Product, Green Price, Lifestyle and Buying decision.

PENDAHULUAN

Konsumen dalam melakukan pembelian seringkali kurang memperhatikan dan mempertimbangkan produk yang dibelinya berkaitan akan dampaknya pada lingkungan. Kondisi lingkungan dan alam saat ini sangat memprihatinkan. Suhu yang ekstrim, Banjir, cuaca dan iklim yang tidak menentu, serta panas terik matahari yang semakin meningkat. Semua itu merupakan fenomena alam yang sering dikaitkan dengan pemanasan global *(Global Warming)*. Penyebab pemanasan global salah satunya ialah efek dan akibat dari penggunaan produk berbahaya secara terus-menerus atau boros dalam penggunaan sumber daya. Manusia yang kurang memperhatikan dampak dari segala aktifitas utamanya dalam penggunaan produk-produk yang ramah lingkungan.

Belum adanya peraturan yang ketat mengenai ambang batas baku mutu produk terhadap lingkungan hidup (AMDAL) mengenai analisis dampak lingkungan, membuat perusahaan merasa bebas dan leluasa memproduksi produk-produk yang jauh dari kepedulian terhadap lingkungan. Keadaan tersebut merupakan tantangan bagi perusahaan saat ini agar terus melakukan kreasi dan inovasi dalam mengembangkan bahkan menciptakan produk baru yang hemat akan sumber daya, tidak berbahaya bagi lingkungan hidup serta dapat diperbaharui.

Dari penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian diperoleh gambaran kesenjangan atas temuan para peneliti terdahulu berkaitan dengan arah permasalahan penelitian.

Pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Muhammad Ridwan (2015) dalam hasil penelitianya menyatakan *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkah hasil penelitian Ahmad Guspul (2012) diperoleh kesimpulan bahwa *green product* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

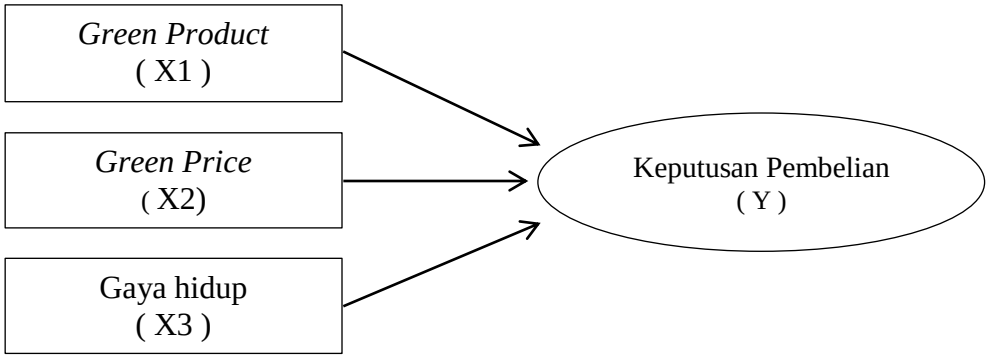
Pengaruh *green price* terhadap keputusan pembelian diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Ahmad Guspul (2012) dalam hasil penelitianya menyatakan *green price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkah hasil penelitian Fadilatul silvia (2014), diperoleh kesimpulan bahwa *green price* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian diperoleh kesimpulan bahwa pada hasil penelitian Arinda Putri Oktaviana (2014), dalam hasil penelitianya menyatakan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkah hasil penelitian Siti Fatimah (2017), diperoleh kesimpulan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Atas dasar kesenjangan pada temuan penelitian di atas maka, peneliti akan menguji kembali arah permasalahan penelitian tersebut.

METODE

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian teoritis yang sudah dipaparkan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Penelitian ini merupakan penelitian yang dalam pengujian untuk mengetahui pengaruh *green product* (X1), *green price* (X2) *dan gaya hidup* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) lampu Philips LED. Lokasi dilakukannya penelitian adalah di kota Surakarta .

Ruang lingkup penelitian yang terdapat pada penelitian ini adalah hanya pada *green product, green price*, gaya hidup dan keputusan pembelian pada lampu Philips LED di Surakarta. Dibatasinya penelitian yang dilakukan hanya pada variable tersebut agar penelitian dapat berjalan fokus dan hasil yang diperoleh dapat lebih cepat.). Populasi yang digunakan adalah konsumen lampu Philips LED di Surakarta dengan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100. Metode untuk menentukan sampel di dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling.* Metode penentuan ini digunakan karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2014:118).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel IV.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.393	1.816		7.925	.000		
	Green Product	.611	.060	.713	10.114	.000	.816	1.226
	Green Price	.360	.076	.307	4.705	.000	.955	1.048
	Gaya Hidup	-.185	.065	-.198	-2.854	.005	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2018

Dari pengujian yang telah dilakukan didapat persamaan regresi sebagai berikut: Y= 14,393 + 0,611 X1 + 0,360 X2 - 0,185 X3.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

1) α = 14,393 menunjukan bahwa apabila variabel *green product, green price* dan gaya hidup sama dengan nol, maka konsumen tetap melakukan pembelian terhadap lampu Philips LED di Surakarta.
2) β_1 = 0,611, apabila variabel *green product* di tingkatkan maka keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi *green price* dan gaya hidup dianggap nol atau konstan.
3) β_2 = 0,360 apabila kualitas *green price* di tingkatkan maka keputusan pembelian juga akan ikut meningkat, dengan asumsi *green product* dan gaya hidup dianggap nol atau konstan.
4) β_3 = – 0,185, apabila gaya hidup ditingkatkan maka keputusan pembelian akan menurun, dengan asumsi *green price* dan *green product* dianggap nol atau konstan.

Uji Statistik t

Uji statistik t bertujuan untuk menguji apakah variabel *green product, green price* dan gaya hidup konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji statistik t dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil Uji Statistik t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.393	1.816		7.925	.000		
	Green Product	.611	.060	.713	10.114	.000	.816	1.226
	Green Price	.360	.076	.307	4.705	.000	.955	1.048
	Gaya Hidup	-.185	.065	-.198	-2.854	.005	.845	1.184

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel diatas dapat diimplementasikan sebagai berikut:

1) *Green product* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *green product* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lampu Philips LED di Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 1 terbukti)**
2) *Green price* mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa *green price* berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian konsumen lampu Pilips LED di Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 2 terbukti).**

3) Gaya hidup mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lampu Philips LED di Surakarta. **(Sehingga Hipotesis 3 terbukti)**

Uji Statistik F

Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	805.352	3	268.451	50.182	.000[a]
	Residual	513.558	96	5.350		
	Total	1318.910	99			

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Green Price, Green Product

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2018

Hasil uji statistik F didapatkan nilai sebesar 50,182 dengan signifikansi 0,000 < 0.05 sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel *green product*, *green price* dan gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada lampu Philips LED di Surakarta.

Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.781[a]	.611	.598	2.313	2.168

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Green Price, Green Product

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2018

Uji adjusted R square didapatkan hasil sebesar 0,598 yang berarti variabilitas keputusan pembelian konsumen lampu philps LED di Surakarta mampu dijelaskan oleh variabel *green product*, *green price* dan gaya hidup sebesar 59,8 % sedangkan sisanya 40,2 % lainnya tidak ikut di observasi atau diluar model penelitian seperti: lokasi, iklan, pelayanan, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil analisis, maka implikasi manajerial yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

Green product berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu Philips LED di Surakarta. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu "Pengaruh *Green Product, Green Advertising* Dan *Green Brand* Terhadap Keputusan Pembelian" Muhammad Ridwan (2015) yang menyatakan bahwa green product mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian dari Ahmad Guspul (2018), yang menyatakan bahwa *green product* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari temuan ini adalah *green product* yang di pasaran dipandang baik. Sebaiknya produk yang ada di tingkatkan kualitasnya dalam kegiatan pemasaran yang akan datang, karena produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Langkah kongkrit yang perlu ditingkatkan dengan melihat hasil uji validitas dari butir di atas 3 skor tertinggi teletak pada butir X1.1, X1.5, dan X1.2, butir ini menandakan perilaku atau sikap yang kuat membentuk variabel *green product* yaitu dengan mengkonfirmasi angket penelitian. Yaitu:

a. Memberi saran kepada manajemen perusahaan untuk melakukan inovasi terhadap kualitas produk yang tahan lama dan tetap ramah lingkungan.
b. Memberi informasi kepada pihak manajemen perusahaan akan penilaian masyarakat di Surakarta bahwa desain produk sudah baik dan terbukti hemat energi sehingga yang perlu di lakukan ialah meningkatkan kualitas lampu Philips LED dengan teknologi yang lebih mumpuni agar lebih hemat akan sumber daya.
c. Memberi informasi kepada pihak manajemen perusahaan bahwa masyarakat sudah percaya akan keamanan dan keramahlingkungan produk karena terdapat *eco label*, sehinggan perlu di pertahankan bahkan ditingkatkan kualitas yang ada agar masyarakat tetap loyal akan pengunaan lampu Philips LED.

Semakin meningkatkan kualitas Produk, baik dari bahan yang lebih aman akan lingkungan dapat menambah kepercayaan pada keunggulan lampu philips LED khususunya bagi masyarakat di Surakarta.

Green price berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Lampu Philips LED di Surakarta.Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu "Pengaruh Pemasaran Hijau, pada Citra Merek Serta Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsultan Independen Di Oriflame Cabang Surabaya)" Fadilatul Silvia (2014), yang menyatakan bahwa *green price* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu "Pengaruh *Green Marketing* dan citra merk terhadap Keputusan pembelian produk Herba Life" Ahmad Guspul (2018), yang menyimpulkan bahwa *green price* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari temuan ini adalah kualitas *green price* yang di tawarkan di pasar baik yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaiknya kualitas *green price* yang ada di tingkatkan kualitas pengenalannya kepada masyarakat dalam kegiatan pemasaran yang akan datang, karena *green price* berdampak postif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Langkah kongkrit yang perlu ditingkatkan dengan melihat hasil uji validitas dari butir di atas 3 skor tertinggi teletak pada butir X2.5, X2.3 dan X2.4, butir ini menandakan perilaku atau sikap yang kuat membentuk variabel *green price* dengan mengkonfirmasi angket penelitian. Yaitu:

a. Memberi informasi kepada pihak manajemen perusahaan bahwa penting untuk melakukan inovasi dan harga bersaing dari lampu Philips LED kedepannya, karena masyarakat khususnya di Surakarta sudah banyak yang menyadari akan kepedulian terhadap kelestarian lingkungan, sehingga akan berdampak pada keputusan pembelian.
b. Memberi saran kepada pihak manajemen perusahaan untuk tetap berusaha menghasilkan produk lampu LED yang aman akan kesehatan, sebab masyarakat khusunya di Surakarta lebih memilih membayar lebih yang terpenting aman dan tidak berbahaya bagi kesehatannya.
c. Memberi saran kepada pihak manajemen perusahaan untuk tetap berusaha menghasilkan produk lampu LED yang lebih hemat energi, karena kebanyakan masyarakat khususnya di Surakarta lebih memilih membayar lebih untuk menghemat biaya.

Gaya hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lampu Philips LED di Surakarta. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu "Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Coffeeshop di Samarinda" dari hasil penelitian Siti Fatimah (2017), dalam hasilnya menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.Temuan penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang relevan yaitu "Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Merek Samsung" Arinda Putri Oktaviana (2014), yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa variabel gaya hidup masyarakat khususnya di Surakarta menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan. Sebaiknya fokus Perusahaan terhadap gaya hidup di masyarakat dipertahankan dan tidak perlu di tingkatkan, untuk itu langkah konkrit yang dilakukan perusahaan berdasarkan butir pernyataan pada kuesioner ialah:

a. Masyarakat memilih lampu Philips LED karena kebiasaanya memakai lampu hemat energi yang dikarenakan untuk menghemat daya dan biaya yang di keluarkan bukan karena pengaruh gaya hidup.

b. Menyarakan kepada perusahaan bahwa gaya hidup yang ada di masyarakat tidak perlu diubah, yang perlu di tingkatkan adalah penekanan perusahaan pada kualitas produk hijau dan kualitas harga hijau.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini, berdasarkan pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Uji persamaan regresi dapat diketahui bahwa
   a. *Green product*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lampu Philips LED di Surakarta dan hipotesis terbukti.
   b. *Green price*, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lampu Philips LED di Surakarta dan hipotesis terbukti.
   c. Gaya hidup, berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lampu Philips LED di Surakarta dan hipotesis tidak terbukti.
2. Hasil uji statistik F didapatkan nilai sebesar 50,182 signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel *green product*, *green* price dan gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen lampu Philips LED di Surakarta.
3. Hasil uji Adjusted R square didapatkan hasil sebesar 0,598 yang berarti variabilitas keputusan pembelian pada konsumen lampu Philips LED di Surakarta mampu dijelaskan oleh *green product*, *green price* dan gaya hidup sebesar 59,8 % sedangkan sisanya 40,2 % dijelaskan oleh variabel lainya yang tidak ikut diobservasi. Sebagai contoh lokasi, pelayanan, kualitas pelayanan dll
4. Variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *green product*, maka upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian perlu menekankan inovasi pentingnya produk, melalui berbagai kegiatan sesuai dengan yang direkomendasikan pada implikasi manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Guspul, 2018. Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran Pemasaran Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Herbalife. Hal 18. Universitas Sains Al-Qur'an. Wonosobo.

Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta,Jakarta: 67.

Basu Swastha, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE

Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran* "*Analisa perilaku konsumen* ". Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta

Basu Swhasta dan Handoko. (2004). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia Volume: 9-11. Yogyakarta: UGM Press.

Fadilatul, Ahmad (2014). Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis, September 2014

Fauziah, Rizki (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Sepatu Merek The Little Things She Needs. Jurnal Bisnis dan Komunikasi, April 2013

Ghozali, Imam. 2010. Analisis Regresi. Jakarta: Salemba Empat

Ghozali, Imam, 2011, ***Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS***,Universitas Diponegoro, Semarang

Hadi, S. 2011. *Efektivitas Metode Observasi Lingkungan.* (Skripsi). IAIN Walisongo:Semarang.http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/103/jtptiain-gdl-saefulhadi-5114-1-saefulh-s.pdf

Handoko (2005) manajemen personalia dan sumber daya alam pemasaran edisi revisi. Yogyakarta: BPFE

Hidayat, A.A. 2007, *Metode Penelitian Keperawatan dan teknik Analisa Data*,.Penerbit Salemba medika

Keller, KL. 2003. Strategic Brand Management, Building measurement And Managing Brand Equity, Upper Sadle River, NJ Pearson Education International

Kinoti, Mary Wanjiru. 2011. Green Marketing Intervention Strategies And Sustainable Development: A Conceptual Paper. *International Journal of Business and Social Science.* Vol. 2(23), pp: 263-273.

Kotler Philip, 2007. Manajemen Pemasaranedisi 12. Jilid Pertama dan Kedua. PT. Indeks: Jakarta.

Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian,* Jilid 2 Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga,Jakarta

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta

Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, danKontrol. Diterjemahkan oleh: Hendra Teguh. SE, Ak. dan Ronny A. Rusli, SE, Ak. Jilid 1.Edisi Kesembilan. Jakarta: PT Prenhallindo.

Kotler dan Amstrong, (2004), *Prinsip-prinsip Marketing,* Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2.* Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Phil diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati. 2009, *manajemen pemasaran*. Indonesia: Pt.Indeks

Kotler And Amstrong, 2010. Marketing: An Introducing My Marketing Lab Series. New York: Prentice Hall

Philip Kotler dan Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran.* Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia Jakarta, 2004

Rahcmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran).*Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2(2), h:143-150.

Rejeki, Denik Sri, dkk. 2015. Pengaruh *Green Marketing* Pada Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26(1), h: 1-7.

Santoso, Singgili, 2012. Buku latihan SPSS Statistik Parametik, Edisi Pertama,PT. Elex Media Komputindo, Jakarta

Setiaji, Bambang. & Sudarsono. 2004. Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen *jjurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 9 No. 2, Desember 2004, pp 1-32.journal.uii.ac.id.*

Setiaji, Bambang, 2008. Cara Mudah Analisis Kuantitatif, Dilengkapi Dengan Tutorial SPSS, Surakarta: Al-Es'af University Press

Siswanto, Bambang. 2010. Perkembangan Konsep dan Penelitian *Green Marketing*: Analisis Pustaka. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 10(1), h: 63-70.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R &D*. Alfabeta: Bandung

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ke-14. CV Alfabeta, Bandung.

Supomo dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakara; Penerbit BFEE UGM.

Tjiptono, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua, Andi Offset, Jakarta

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset,Yogyakarta. 2002

Tjiptono, Fandy, Gregorius Candra, Dadi Adriana. 2008, Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION USING TRANSPORTATION SERVICE OJEK ONLINE
(Study of Gojek Customers in Surakarta City)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI OJEK *ONLINE*
(Studi Pada Pelanggan Gojek Di Kota Surakarta)

Dyah Sriwindari
2015 514 235
Email : dyahsriwindari14@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the customer satisfaction of Gojek online motorcycle taxi users in the city of Surakarta in terms of service quality, price perception and brand image.

This research is a survey research. The population in this study were all customers of Gojek online motorcycle taxi transportation in Surakarta City. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 100 people. Data collection techniques using questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression.

The results showed that there was a positive and significant effect on service quality on price perception and brand image on customer satisfaction Gojek online motorcycle taxi service users in the city of Surakarta, as evidenced by the Adjused R square test results of 0.525 which meant the variability of customer decisions 52.5% while the remaining 47.5% is influenced by other factors not included in this study.

***Keywords: Service** Quality, Price Perception, Brand Image, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek *online* Gojek di Kota Surakarta ditinjau dari kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek.

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Gojek di Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta, dibuktikan hasil uji Adjused R square sebesar 0,525 yang berarti variabilitas keputusan pelanggan jasa transportasi ojek online Gojek di surakarta sebesar 52,5% sedangkan sisanya 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

I. Pendahuluan

Di era modern ini masyarakat mempunyai aktivitas yang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebut masyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alat penunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya. Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatan pelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan armada, ketepatan waktu dan lain sebagainya. Di Indonesia banyak dijumpai sepeda motor juga melakukan fungsi sebagai kendaraan umum yaitu mengangkut orang/barang dan memungut biaya yang disepakati, modal transportasi jenis ini dikenal dengan nama ojek. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini terdapat aplikasi yang

mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi dan memakai standar pelayanan. Saat ini sudah banyak penyedia jasa ojek *online* yang dikenal dengan nama Go-Jek, Uber, Blu-Jek, Taksi Roda Dua, Grab Bike, Ojek Syar'i, Bang Ojek Aja.

Semua memberikan pelayanan yang hampir sama mulai dari mengantarkan orang dengan biaya yang berbeda-beda, namun dengan sistem pemesanan yang sama yaitu pemesanan melalui aplikasi telepon genggam maupun website.

Salah satu perusahaan jasa transportasi yang sedang berkembang di kota Surakarta adalah Gojek. PT. Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2011 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa layanan transportasi sebagai perantara yang menghubungkan antara para pengendara ojek dengan pelanggan.Pada Januari 2015, perusahaan meluncurkan aplikasi *mobile* Gojek berbasis *location-based search* untuk telepon genggam berbasis android dan iOS (*apple*). Melalui aplikasi ini, pengendara ojek dapat melihat order yang masuk dan lokasi pemesannya untuk ditanggapi, dan pelanggan dapat memantau posisi pengendara ojek yang menanggapi order.. Jasa dan layanan Gojek berkembang tidak hanya sebagai transportasi orang (transport), tetapi juga dapat digunakan sebagai pengantar barang ,dokumen,ataupun paket , sebagai mitra perusahaan onine maupun offline yang membutuhkan pengantaran dalam waktu yang sama (shopping) bahkan yang terbaru dapat digunakan sebagai penghantar makanan (Go food).

Go-Jek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile* melalui layanan Go-Ride-nya. Dengan ini, pengguna aplikasi Go-Jek cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh supir ojek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tujuan kepada supir ojek. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang diberlakukan.

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan harga dan banyaknya alternatif pilihan jasa ojek *online*. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan. Mengantisipasi keadaan tersebut maka perusahaan ojek *online* khususnya Gojek harus bisa menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan Menurut Engel, et al., (1990) dalam Tjiptono (2002) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman et al., 1985, yang dikutip (Lupiyoadi, 2001) kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek yang meliputi: kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan (*reliability*); keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap (*responsiveness*); kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya para karyawan (*assurance*); kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik serta perhatian yang tulus kepada pelanggan (*empathy*); dan evaluasi fasilitas fisik (*tangibles*). Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada

kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan memuaskan. Harapan konsumen tersebut tercermin pada pelayanan yang baik, ramah tamah, sopan santun, ketepatan waktu, dan kecepatan menjadi nilai penting yang diharapkan oleh para konsumen. Kosumen yang merasa puas secara tidak langsung akan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Kotler dan Keller, 2007).

Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga.

Faktor ketiga yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah citra merek. Merek juga merupakan hal terpenting, karena merek akan membawa citra suatu perusahaan. Merek adalah nama, istilah, tanda atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing (Kotler dan Keller, 2007).

Perusahaan harus berusaha menciptakan citra merek di masyarakat tentang produknya yang nyaman agar mempunyai keunggulan kompetitif di bidangnya. Alasan dipilihnya variabel citra merek karena citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi. Citra yang baik berarti masyarakat (khususnya konsumen) mempunyai kesan positif terhadap suatu organisasi, sehingga citra yang kurang baik berarti masyarakat mempunyai kesan yang negatif (Sutisna, 2001). Berdasarkan temuan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek *Online* (Studi pada Pelanggan Gojek di Kota Surakarta)".**

II. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa trasnportasi online Gojek di Kota Surakarta?
2. Apakah presepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Surakarta?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Surakarta?

III. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

a) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Gojek di Kota Surakarta

b) Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transortasi Gojek online di Kota Surakrta

c) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Gojek di Kota Surakarta

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran, informasi, pengtahuan atau teori baru tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelangggan jasa transportasi online Gojek di Kota Surakarta, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT. Gojek Indonesia untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasaan konsumen.

b) Manfaat Praktis

1) Peneliti ini dapat menambah pengetahuan dan pemhaman mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek, dan kepuasan pelanggan.
2) Sebagai implementasi atas teori yang telah di dapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.

IV. Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikasinya terhadap kepuasan pelanggan Gojek terhadap kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Gojek disurakarta dengan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan cara *random sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang diberikan oleh pelanggan Gojek di Surakarta. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji R^2.

V. Hasil Penelitian

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,660	0,196	Valid
	X1.2	0,666	0,196	Valid
	X1.3	0,714	0,196	Valid
	X1.4	0,597	0,196	Valid
	X1.5	0,563	0,196	Valid
Presepsi Harga (X2)	X2.1	0,614	0,196	Valid
	X2.2	0,669	0,196	Valid
	X2.3	0,618	0,196	Valid
	X2.4	0,651	0,196	Valid
	X2.5	0,662	0,196	Valid
Citra Merek (X3)	X3.1	0,478	0,196	Valid
	X3.2	0,643	0,196	Valid

	X3.3	0,575	0,196	Valid
	X3.4	0,481	0,196	Valid
	X3.5	0,676	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,552	0,196	Valid
	Y1.2	0,383	0,196	Valid
	Y1.3	0,514	0,196	Valid
	Y1.4	0,395	0,196	Valid
	Y1.5	0,374	0,196	Valid

Dari Tabel diatas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari variabel kualitasi pelayanan (X1),presepsi harga(X2), citra merek (X3), dan variabel kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r $_{hitung}$ yang lebih besar dari r tabel (0,196). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan **valid.**

Tabel .2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Keterangan
Kualitasi Pelayanan (X1)	0,836	Reliabel
Presepsi Harga (X2)	0,838	Reliabel
Citra Merek (X3)	0,789	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,681	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh bahwa semua variabel mempunyai *Conbranch Alpha* yang lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel, maka dapat disimpulkan bahwa butur-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang **reliabel.**

VI. Uji Asumsi Klasik

Tabel .3
Hasil uji autokorelasi

1. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735[a]	.540	.525	1.426	2.007

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diatas, diperoleh nilai DW sebesar 2,007

2. Uji Normalitas

Tabel 4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.40471616
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.073
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.745
Asymp. Sig. (2-tailed)		.635

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil output diatas, hasil sebesar 0,745 dengan tingkat signifikasi 0,635>0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual dari persamaan regresi ini berdistribusi normal.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	***Tolerance***	**VIF**	**Kesimpulan**
Kualitas Pelayanan	0,679	1,479	Non Multikolinieritas
Persepsi Harga	0,695	1,439	Non Multikolinieritas
Citra Merek	0,677	1,477	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	**Sig.**	**Kesimpulan**
Kualitas Pelayanan	0,106	Non Heteroskedastisitas
Persepsi Harga	0,483	Non Heteroskedastisitas
Citra Merek	0,811	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05; sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	**Koefisien Regresi (b)**	**t-hitung**	**Sig.**	**Kesimpulan**
Kualitas Pelayanan	0,128	2,148	0,034	Signifikan
Persepsi Harga	0,299	5,458	0,000	Signifikan
Citra Merek	0,216	3,046	0,003	Signifikan
Konstanta = 8,059				
Adjusted R^2 =0,525				
F hitung = 37,527				
Sig. = 0,000				

Sumber: Data Primer 2018

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$Y= 8,059 + 0,128X_1 + 0,299X_2 + 0,216X_3 + e$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 8,059 dapat diartikan apabila variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan adalah positif.

b. Nilai koefisien beta pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,128 artinya setiap perubahan variabel kualitas pelayanan (X_1), sedangkan perspesi harga dan citra merek dianggap konstan. Peningkatan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

c. Nilai koefisien beta pada variabel persepsi harga sebesar 0,299 artinya setiap perubahan variabel persepsi harga (X_2), maka akan mengakibatkan perubahan kepuasan pelanggan, pada variabel persepsi harga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

d. Nilai koefisien beta pada variabel citra merek sebesar 0,216 artinya setiap perubahan variabel citra merek (X_3) pada variabel citra merek akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

VII. Hasil Uji t

Tabel 8

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.059	1.376		5.857	.000		
	Kualitas Pelayanan	.128	.060	.181	2.148	.034	.676	1.479
	Presepsi Harga	.299	.055	.453	5.458	.000	.695	1.439
	Citra Merek	.216	.071	.256	3.046	.003	.677	1.477

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Penjelasan hasil uji t untuk masingmasing variabel bebas adalah sebagai berikut:

1) Kualitas Pelayanan

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,148 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,128 maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta" **diterima**.

2) Persepsi Harga

Hasil statistik uji t untuk variabel persepsi harga diperoleh nilai t hitung sebesar 5,458 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000<0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,299 maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta" **diterima**.

3) Citra Merek

Hasil statistik uji t untuk variabel citra merek diperoleh nilai t hitung sebesar 3,046 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000<0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,216 maka hipotesis yang menyatakan bahwa "Terdapat pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta" **diterima**.

VIII. Hasil uji F

Tabel 9

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.090	3	76.363	37.527	.000[a]
	Residual	195.350	96	2.035		
	Total	424.440	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 37,527 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan "Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta" **diterima**.

IX. Hasi uji Determinasi

Tabel 10

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735[a]	.540	.525	1.426	2.007

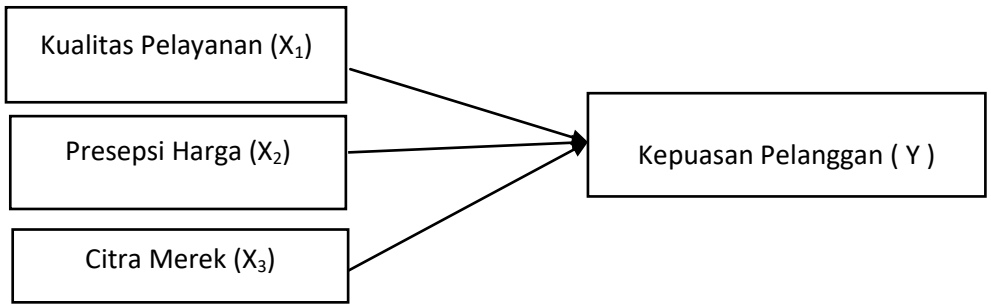
a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Presepsi Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji *Adjusted* R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,525. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek sebesar 52,5%, sedangkan sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian

ini. Misalkan harga menjadi faktor utama kepuasan pelanggan dalam memilih Gojek sebagai alat transportasi online.

X. Kerangka Pemikiran



Gambar II.1
Sumber: Mar'ati (2016), Herliza dan Saputri (2016), Yesenia (2014)
Retna (2013), , Wahyuno (2013), Hidayat (2013), , Laila, dkk (2012: 5), Melanisia (2011)

XI. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,458; nilai signifikansi 0,000<0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,299.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surkarta. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,046; nilai signifikansi 0,000<0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,216.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Surakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,148; nilai signifikansi 0,000<0,05; dan koefisien regresi sebesar 0,128.
4. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 37,527 dengan signifikansi 0,000<0,05.

XII. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi PT. Gojek Indonesia

a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa PT. Gojek Indonesia disarankan untuk meningkatkan kepuasaan dengan cara (1) tarif Gojek disesuaikan dengan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan (2) tarif Gojek dibuat lebih murah dibandingkan ojek online lainnya (3) tarif Gojek disesuaikan dengan layanan yang

diberikan maka kepuasan pelanggan ojek online Gojek disurakarta akan meningkat. hal ini dikarenakan dengan adanya keuuntungan yang di dapat oleh pelanggan sehingga pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui PT. Gojek Indonesia disarankan untuk selalu memberikan kepuasan dengan cara (1) driver Gojek disarankan untuk selalu bersedia mengantar para pelanggan ke lokasi manapun dan bersedia menjemput para pelanggan di tempat penjemputan, meskipun pelanggan berada di lokasi jauh. (2) Driver Gojek memberikan kenyamanan pada saat berkendara agar tercipta image positif di mata pelanggan (3) Tarif Gojek dapat dijangkau masyarakat pada umumnya. dengan adanya citra merek dan image yang positif akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.
c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui PT Gojek Indonesia disarankan untuk memberikan kepuasan ditingkatkan dengan cara (1) waktu penjemputan Gojek disesuaikan dengan jadwal yang diminta pelanggan dengan memberikan kemudahan komunikasi bagi pelanggan pada saat pelanggan memerlukan bantuan untuk memesan layanan Gojek (2) pelayanan driver Gojek yang sopan dan ramah (3) pakaian driver Gojek yang bersih dan rapi. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dimana pelayanan yang baik berakibat terhadap kepuasan pelanggan.

2.Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek, dan kepuasan pelanggan, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menguji faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti: kualitas produk dan nilai pelanggan.

Daftar Pustaka

Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. 1990. *Perilaku Konsumen Jilid I (Boediono. Terjemahan).* Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Herliza, Radita dan Saputri, Marheni Eka. (2016) tentang "Pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Zara di Mall PVJ Bandung".

Hidayat, Ahmad. 2013. tentang "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Member PT.Melia Sehat Sejahtera di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Jakarta: UIN **S**yarif Hidayatullah.

Kotler, P. dan Keller, K, L. 2007. *Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj).* Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta: Indeks.

Laila, dkk (2012: 5). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel AHAS 0002 Semarang Honda Center. *Jurnal*.

Mar'ati, Nafisa Choirul. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Konsumen Gojek di Surabaya). *Jurnal*. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

Melanesia, Herlinda. 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank pada Nasabah PD BPR Bank Sleman di Kabupaten Sleman). *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Yogyakarta: FE UNY.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi II Cetakan Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyuno, Cahyo. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta. *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Yogyakarta: FE UNY.

Yesenia dan Edward H Siregar. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Kentucky Fried Chicken* di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Vol V, No 3, Desember 2014*. Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.

EFFECT OF WORK DISCIPLINE, WORK MOTIVATION, OFFICE AND LEADERSHIP SPACE AGAINST PERFORMANCE OF EMPLOYEE DEPARTMENT CITY OF SURAKARTA

PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI KERJA, TATA RUANG KANTOR DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS PENDIDIKAN KOTA SURAKARTA

Lusi Alvita Widyaningsih

Afiliasi Manajemen, STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

alvitalusi239@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze leadership moderating the influence of work discipline on the performance of Surakarta City Education Office employees, to analyze leadership to moderate the effect of work motivation on the performance of Surakarta City Education Office employees, to analyze leadership to moderate the effect of office space on the performance of Surakarta City Education Office employees , to analyze the influence of leadership on the performance of Surakarta City Education Office employees, to analyze the effect of work discipline on the performance of Surakarta City Education Office employees, to analyze the effect of work motivation on the performance of Surakarta City Education Office employees, to analyze the effect of office layout on the performance of Education Office employees Surakarta City. The data analysis technique uses the instrument test which includes validity and reliability, while the data analysis method uses the classic assumption test, linearity test, multiple linear regression test, t test, F test and Determination Coefficient test (R2) and correlation test. The technique of collecting data using a questionnaire, the sample used is the Surakarta City Education Office employees, amounting to 75 people. The result of this research could be concluded that (1) The direct influence of the independent variables of work discipline and work motivation on the dependent variable (performance) is smaller than the indirect influence through leadership, the use of moderating leadership variables in order to improve performance, for work discipline variables and work motivation is effective (2) The direct effect of independent office space variables on the dependent variable (performance) is greater than the indirect effect through leadership, the use of moderating leadership variables in order to improve performance, for office spatial variables is ineffective.

***Keywords**: Work discipline, work motivation, office layout, leadership, performance*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kepemimpinan yang memoderasi pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, menganalisis kepemimpinan untuk memoderasi pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, untuk menganalisis kepemimpinan memoderasi pengaruh ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, untuk menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, untuk menganalisis pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta, untuk menganalisis pengaruh tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen yang meliputi validitas dan reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji linieritas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji Koefisien Determinasi (R2) dan uji korelasi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sampel yang digunakan adalah pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta yang berjumlah 75 orang. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Pengaruh langsung variabel independen disiplin kerja dan motivasi kerja terhadap variabel dependen (kinerja) lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung melalui kepemimpinan, penggunaan variabel kepemimpinan moderasi untuk meningkatkan kinerja, untuk variabel disiplin kerja dan motivasi kerja efektif (2) Pengaruh langsung variabel ruang kantor independen terhadap variabel dependen (kinerja) lebih besar daripada efek tidak langsung melalui kepemimpinan, penggunaan variabel kepemimpinan moderat untuk meningkatkan kinerja , untuk variabel spasial kantor tidak efektif.

Kata kunci: Disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor, kepemimpinan, kinerja

PENDAHULUAN

Setiap organisasi yang dibentuk dan bergerak dalam suatu bidang pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tentunya dalam usaha mencapai tujuan tersebut suatu organisasi seringkali mendapatkan permasalahan dalam kelancaran proses pelaksanaan suatu pekerjaan. Salah satu upaya agar pekerjaan dapat berjalan dengan lancar adalah dengan cara menjalankan setiap aktivitas organisasi dengan berlandaskan pada efisiensi, yaitu perbandingan terbaik antara usaha yang dilakukan dengan hasil yang dicapai.

Dinas Pendidikan Kota Surakarta merupakan instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang pendidikan yang beralamat di Jalan D.I. Panjaitan 07 Surakarta Kelurahan Setabelan Kecamatan Banjarsari. Dalam melaksanakan kegiatannya, Dinas pendidikan didukung oleh sumber daya manusia, keuangan dan sarana prasarana. Dukungan sumber daya manusia terdiri dari berbagai profesi kegiatan, administrasi serta tenaga pendukung. Sebagian besar merupakan pegawai negeri sipil daerah, dan sebagian lain merupakan tenaga kontrak. **(Baxter et al., 2008)**.

Dinas pendidikan Kota Surakarta dipimpin oleh seorang Kepala Dinas, dengan dibantu kelompok Jabatan Fungsional, Sekretaris, Kasubbag dan Subbag Kepegawaian, Keuangan, Perencanaan. Dalam menjalankan fungsinya Dinas Pendidikan Surakarta melaksankan beberapa program yaitu Kreaso, Pendidikan Karakter, Pagar Hijau, Pembangunan Sekolah, DAK, Pelatihan Garment, PPDB Online, Ujian Nasional, BOS, Lomba Kompetensi SMK, BMPKS. Dalam rangka mewujudkan visi dan misi Pemerintah Kota Surakarta terutama dalam hal peningkatan pelayanan dan perluasan akses masyarakat di bidang pendidikan, maka Dinas Pendidikan Kota Surakarta menghadirkan sebuah media informasi dinamis yang aktif, transparan, dan terpadu guna melaporkan salah satu agenda besar kegiatannya yaitu mengenai Bantuan Masyarakat Kota Surakarta (BPMKS). BPMKS sendiri telah diujicobakan pertama kali pada tahun 2010 dan akan terus dikembangkan dan diperbaiki, baik kuantitas maupun kualitasnya sehingga tepat sasaran dan benar-benar bermanfaat bagi warga Surakarta yang masih bersekolah di jenjang setara SD, SMP, dan SMA**.**
(http://dinaspendidikan.surakarta.go.id/bpmks)

Keberhasilan suatu organisasi juga dipengaruhi oleh faktor internal pegawai yaitu disiplin kerja dan motivasi kerja selain itu juga terdapat masalah untuk tata ruang kantor. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa di Dinas Pendidikan Kota Surakarta disiplin kerja dan motivasi kerja perlu ditingkatkan lagi dan mengenai tata ruang kantor terdapat fasilitas televisi, AC (*Air Conditioner*), fasilitas komputer di setiap meja kerja, mushola, kamar mandi, kantin, dan tempat_parkir. Namun tata ruang kantor di Dinas Pendidikan Kota Surakarta belum bisa memasuki ruangan ini, maka yang pertama kali terlihat adalah begitu banyak berkas yang tertumpuk di atas meja kerja, sehingga pegawai yang berada di balik meja kerja hampir tidak terlihat. Pengaturan meja kerja

di ruang PEP ini perlu diperhatikan agar pengaturan lorong-lorong untuk lalu lintas pegawai tidak sempit dan dapat meningkatkan efisiensi kerja pegawai. Seharusnya berkas-berkas yang menumpuk tersebut diletakkan dalam tempat tersendiri**. (Ristia Isnaeni, 2017)**

Kinerja adalah suatu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang telah dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya. **(Mangkunegara, 2013)**

Kepemimpinan yang handal sangat dibutuhkan organisasi demi tercapainya tujuan, karena kepemimpinan adalah suatu proses dalam mempengaruhi kegiatan seseorang atau kelompok dalam usaha pencapaian tujuan. **(Kamilah et al, 2017)**

Tata ruang kantor dikatakan baik dan memberikan manfaat bagi para pegawainya apabila manajemen perusahaan memperhatikan beberapa aspek; yaitu memanfaatkan penggunaan segenap ruang yang ada secara efektif, mengembangkan lingkungan kerja yang nyaman bagi pegawai, memberikan kesan yang positif terhadap pelanggan perusahaan, menjamin efisiensi dari arus kerja yang ada, meningkatkan produktivitas kerja pegawai, dan mengantisipasi pengembangan organisasi di masa depan melalui perencanaan layout yang fleksibel. **(Penn, 2010)**

Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. **(Mangkunegara, 2013).**

Disiplin kerja adalah alat yang digunakan oleh manajer untuk berkomunikasi dengan pegawai sehingga mereka bersedia mengubah perilaku sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kemauan untuk mematuhi semua peraturan perusahaan dan norma yang berlaku sosial**. (Mangkunegara & Octorend, 2015)**

Pengaturan meja kerja di ruang PEP (Pengawasan, Evaluasi dan Pelaporan) juga masih belum efisien karena masih menghalangi lalu lintas pegawai dalam bekerja. Apabila Berdasarkan uraian di atas penulis berminat untuk melakukan suatu penelitian mengenai "Pengaruh Disiplin kerja, Motivasi Kerja, Tata Ruang Kantor Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta."

Permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Apakah kepemimpinan memoderasi pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta ? 2) Apakah kepemimpinan memoderasi pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta ? 3) Apakah kepemimpinan memoderasi pengaruh tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta ? 4) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta ? 5) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta ? 6) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta? 7) Apakah terdapat pengaruh yang signifikan tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan

Kota Surakarta ?. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui secara empiris kepemimpinan memoderasi pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 2) Untuk mengetahui secara empiris kepemimpinan memoderasi pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 3) Untuk mengetahui secara empiris kepemimpinan memoderasi pengaruh tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 4) Untuk mengetahui secara empiris pengaruh signifikansi kepemimpinan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 5) Untuk mengetahui secara empiris pengaruh signifikansi disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 6) Untuk mengetahui secara empiris pengaruh signifikansi motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta 7) Untuk mengetahui secara empiris pengaruh signifikansi tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini mengikuti bentuk penelitian deskriptif kuantitatif. Peneliti tidak mengubah apapun dari objek yang diteliti. Penelitian kuantitatif ini hanya mengumpulkan data dan fakta sesuai dengan keadaan di lapangan, kemudian peneliti menyimpulkan hasil data yang telah diolah dengan uraian kata-kata ataupun penjelasan untuk memecahkan permasalahan yang ada.

Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 75 pegawai Dinas Pendidikan Kota Surakarta. Sampel dari penelitian ini adalah seluruh pegawai yaitu sebanyak 75 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang di bagikan langsung kepada responden. Dalam pengukurannya setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Responden diminta pendapatnya mengenai pernyataan, dengan skala penilaian 1 sampai dengan 5.

HASIL PENELITIAN

Sebelum penelitian dilakukan, perlu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan.

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

   Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatan valid.

Tabel 1
Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Disiplin kerja (X_1)

Item Pertanyaan	ritem	Rtabel	Keterangan
X1_1	0,282	0,224	Valid
X1_2	0,434	0,224	Valid
X1_3	0,316	0,224	Valid
X1_4	0,385	0,224	Valid
X1_5	0,453	0,224	Valid
X1_6	0,506	0,224	Valid
X1_7	0,474	0,224	Valid
X1_8	0,530	0,224	Valid

Sumber data diolah, 2018

Tabel 2
Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Motivasi kerja (X_2)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X2_1	0,296	0,224	Valid
X2_2	0,454	0,224	Valid
X2_3	0,415	0,224	Valid
X2_4	0,272	0,224	Valid
X2_5	0,266	0,224	Valid
X2_6	0,380	0,224	Valid
X2_7	0,250	0,224	Valid
X2_8	0,375	0,224	Valid
X2_9	0,394	0,224	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018

Tabel 3
Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Tata Ruang Kantor (X_3)

Item Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X3_1	0,418	0,224	Valid
X3_2	0,483	0,224	Valid
X3_3	0,444	0,224	Valid
X3_4	0,375	0,224	Valid
X3_5	0,357	0,224	Valid
X3_6	0,449	0,224	Valid
X3_7	0,342	0,224	Valid
X3_8	0,484	0,224	Valid
X3_9	0,341	0,224	Valid
X3_10	0,252	0,224	Valid
X3_11	0,383	0,224	Valid
X3_12	0,594	0,224	Valid
X3_13	0,589	0,224	Valid
X3_14	0,528	0,224	Valid
X3_15	0,489	0,224	Valid
X3_16	0,561	0,224	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018

Tabel 4
Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Kepemimpinan (X4)

Item Pertanyaan	Ritem	rtabel	Keterangan
X4_1	0,567	0,224	Valid
X4_2	0,577	0,224	Valid
X4_3	0,528	0,224	Valid
X4_4	0,623	0,224	Valid
X4_5	0,542	0,224	Valid
X4_6	0,314	0,224	Valid
X4_7	0,333	0,224	Valid
X4_8	0,353	0,224	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018

Tabel 5
Korelasi item pertanyaan terhadap variabel Kinerja (Y)

Item Pertanyaan	Ritem	rtabel	Keterangan
Y_1	0,428	0,224	Valid
Y_2	0,352	0,224	Valid
Y_3	0,427	0,224	Valid
Y_4	0,457	0,224	Valid
Y_5	0,535	0,224	Valid
Y_6	0,374	0,224	Valid
Y_7	0,359	0,224	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2018

Dari tabel 1,2,3,4,5 diatas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan tentang Variabel dinyatakan valid dengan melihat hasil korelasi dan signifikan dari hasil uji nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel}

2. Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hasil perhitungan menunjukkan hasil nilai *Cronbach's Alpha*

pada variabel kinerja pegawai (Y) sebesar 0,703,

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Disiplin	0,727	Alpha Cronbach > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Motivasi	0,669		Reliabel
Tata Ruang Kantor	0,831		Reliabel
Kepemimpinan	0,776		Reliabel
Kinerja	0,703		Reliabel

Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Autokorelasi

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,481[a]	,231	,187	2,059	1,604

a. Predictors: (Constant), Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Tata Ruang Kantor

b. Dependent Variable: Kinerja

Dari tabel IV. 10 dapat dilihat nilai Durbin-Waston sebesar 1,604 yang berarti terletak diantara -2 sampai dengan 2+. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi tersebut.

2. Uji Normalitas

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,00273138
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,088
	Negative	-,049
Kolmogorov-Smirnov Z		,760
Asymp. Sig. (2-tailed)		,610

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data diolah, 2018

Berdasarkan tabel IV.11 diatas didapatkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov Z nilainya 0,760 > 0,05 hal ini berarti bahwa nilai probabilitas > 0,05 maka Ho diterima dan populasi berdistribusi normal.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 9
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Sig	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
(Constant)	,000		
Disiplin kerja	,034	,461	2,171
Motivasi kerja	,002	,238	4,210
Tata ruang kantor	,039	,117	8,552
Kepemimpinan	,044	,441	2,265

a Dependent Variabel : Kinerja

Hasil Uji Multikolinieritas diatas diketahui besarnya nilai tolerance masing-masing variabel lebih besal dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,428	1,861		,230	,819
	Disiplin Kerja	,095	,063	,259	1,518	,133
	Motivasi Kerja	,154	,088	,416	1,755	,084
	Tata Ruang Kantor	-,101	,073	-,469	-1,388	,169
	Kepemimpinan	-,032	,063	-,088	-,505	,615

a. Dependent Variable: Absut

Sumber data diolah, 2018

Hasil uji Heteroskedastisitas tabel IV. 13 dapat diketahui bahwa koefisien signifikan untuk tiap-tiap variabel adalah lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model

regresi tersebut tidak terjadi Heteroskedastisitas.

5. Uji Linieritas

Tabel 11
Hasil Uji Linieritas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,000[a]	,000	-,057	2,05915739

a. Predictors: (Constant), Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Tata Ruang Kantor

Dari hasil uji linieritas menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,000 Dengan jumlah sample 75, besarnya nilai c^2 hitung = 75 x 0,000 = 0 , sedangkan nilai c^2 tabel sebesar 92,11 Nilai c^2 hitung < c^2 tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linier.

Analisis Regresi Linier Berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan 2 (dua) persamaan.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29,986	2,933		10,222	,000		
	Disiplin Kerja	-,214	,099	-,335	-2,168	,034	,461	2,171
	Motivasi Kerja	-,452	,138	-,704	-3,272	,002	,238	4,210
	Tata Ruang Kantor	,242	,115	,645	2,104	,039	,117	8,552
	Kepemimpinan	,204	,099	,324	2,052	,044	,441	2,265

a. Dependent Variable: Kinerja

$Y_1 = 29,986 – 0,335X_1 – 0,704X_2 + 0,645X_3 + 0,324X_4$

α = 29,986, artinya bahwa kinerja (Y) mempunyai nilai positif apabila disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan mempunyai nilai tetap atau konstan.

β1 = -0,335, yang artinya disiplin kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β2 = -0,704, yang artinya motivasi kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β3 = 0,645, artinya tata ruang kantor berpengaruh positif terhadap kinerja, artinya apabila tata ruang kantor ditingkatkan maka kinerja pegawai akan meningkat.

β4 = 0,324, artinya kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja, artinya apabila kepemimpinan ditingkatkan maka kinerja pegawai akan meningkat.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36,269	3,723		9,742	,000
	Disiplin Kerja	-,413	,135	-,647	-3,057	,003
	Motivasi Kerja	-,451	,138	-,702	-3,259	,002
	Tata Ruang Kantor	,248	,114	,660	2,178	,033
	Moderat 1	,006	,003	,540	2,038	,045

a. Dependent Variable: Kinerja

$Y_2 = 36,269 – 0,647X_1 – 0,702X_2 + 0,660X_3 + 0,540X_1X_4$

α = 36,269 , yang artinya bahwa kinerja (Y) mempunyai nilai positif apabila disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan mempunyai nilai tetap atau konstan.

β_1 = -0,647, yang artinya disiplin kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_2 = -0,702, yang artinya motivasi kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_3 = 0,660, yang artinya tata ruang kantor berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila tata ruang kantor ditingkatkan maka kinerja pegawai akan meningkat.

$\beta_1\beta_4$ = 0540, yang artinya disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja yang diperkuat dengan kepemimpinan sebagai variabel moderating.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 3

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	36,765	3,740		9,832	,000
	Disiplin Kerja	-,206	,098	-,323	-2,096	,040
	Motivasi Kerja	-,639	,141	-,995	-4,521	,000
	Tata Ruang Kantor	,234	,114	,624	2,052	,044
	Moderat 2	,006	,003	,551	2,207	,031

a. Dependent Variable: Kinerja

$$\mathbf{Y_3 = 36,765 - 0,323X_1 - 0,995X_2 + 0,624X_3 + 0,551X_2X_4}$$

α = 36,765 , yang artinya bahwa kinerja (Y) mempunyai nilai positif apabila disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan mempunyai nilai tetap atau konstan.

β_1 = -0,323, yang artinya disiplin kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_2 = -0,995, yang artinya motivasi kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_3 = 0,624, yang artinya tata ruang kantor berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila tata ruang kantor ditingkatkan maka kinerja pegawai akan meningkat.

$\beta_2\beta_4$ = 0,551, yang artinya motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja yang diperkuat dengan kepemimpinan sebagai variabel moderating.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 4

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	36,573	3,744		9,768	,000
	Disiplin Kerja	-,212	,099	-,331	-2,149	,035
	Motivasi Kerja	-,455	,137	-,708	-3,315	,001
	Tata Ruang Kantor	,139	,145	,371	,956	,342
	Moderat 3	,003	,001	,559	2,128	,037

a. Dependent Variable: Kinerja

α = 36,573 , yang artinya bahwa kinerja (Y) mempunyai nilai positif apabila disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan mempunyai nilai tetap atau konstan.

β_1 = -0,331, yang artinya disiplin kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila disiplin kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_2 = -0,708, yang artinya motivasi kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja, apabila motivasi kerja ditingkatkan maka kinerja pegawai akan menurun.

β_3 = 0,371, yang artinya tata ruang kantor berpengaruh positif terhadap kinerja, apabila tata ruang kantor ditingkatkan maka kinerja pegawai akan meningkat.

$\beta_3\beta_4$ = 0,559, yang artinya tata ruang kantor berpengaruh positif terhadap kinerja yang diperkuat dengan kepemimpinan sebagai variabel moderating.

Hasil uji t (parsial) dari tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kepemiminan memoderasi disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,045 < 0,05.

H1: Kepemiminan memoderasi disiplin kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Kepemiminan memoderasi motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,031 < 0,05.

H2: Kepemiminan memoderasi motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Kepemiminan memoderasi tata ruang kantor terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,037 < 0,05.

H3: Kepemiminan memoderasi motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,044 < 0,05.

H4: Kepemiminan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Tata Ruang Kantor berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,039 < 0,05.

H5: Tata Ruang Kantor berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,034 < 0,05.

H6: Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu 0,002 < 0,05.

H7: Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta (Hipotesis terbukti)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamasama terhadap variabel dependen. Hasil uji ANOVA atau *F test* sebesar 5,256 dengan nilai probabilitas signifikansi 0.001<0.05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja pegawai Kantor Dinas Pendidikan Kota Surakarta. Hal ini berarti hipotesis yang berbunyi "ada pengaruh secara simultan antara disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai Kantor Dinas Pendidikan Kota Surakarta " diterima.

Hasil koefisien determinasi total (R^2) maka nilai R^2 total adalah= 1- (ε_1 x ε_2 x ε_3 x ε_4) = 1 – (0,769 x 0,770 x 0,762 x 0,766) = 1 – 0,345 = 0,655 atau 65,5% . Ini berarti bahwa kinerja pegawai Dinas Pendidikan kota Surakarta, dijelaskan oleh variabel disiplin kerja, motivasi kerja, tata ruang kantor dan kepemimpinan sebagai variabel moderating sebesar 65,5%, dan sisanya sebesar 34,5% dijelaskan di variabel lain diluar model penelitian, misalya budaya organisasi, kompensasi dan lain-lain.

Menghitung dengan analisis korelasi untuk persamaan struktur 1, 2, 3 dan 4, serta menghitung kuat lemahnya korelasi (r) atau arti harga dikonfirmasikan dengan tabel intepretasi nilai r sebagai berikut:

Correlations

		Disiplin Kerja	Motivasi Kerja	Tata Ruang Kantor	Kepemimpinan	Kinerja
Disiplin Kerja	Pearson Correlation	1	,387**	,668**	,516**	-,009
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,936
	N	75	75	75	75	75
Motivasi Kerja	Pearson Correlation	,387**	1	,832**	,495**	-,136
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,243
	N	75	75	75	75	75
Tata Ruang Kantor	Pearson Correlation	,668**	,832**	1	,722**	,070
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,552
	N	75	75	75	75	75
Kepemimpinan	Pearson Correlation	,516**	,495**	,722**	1	,268*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,020
	N	75	75	75	75	75
Kinerja	Pearson Correlation	-,009	-,136	,070	,268*	1
	Sig. (2-tailed)	,936	,243	,552	,020	
	N	75	75	75	75	75

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

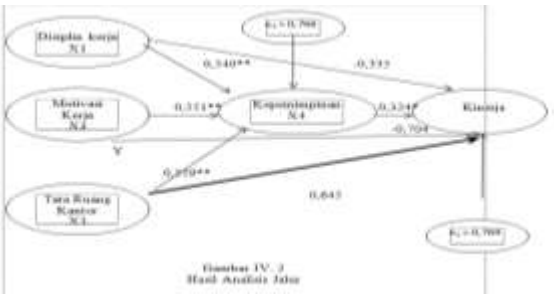
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Disiplin kerja dengan kinerja pegawai Dinas pendidikan kota Surakarta adalah -0,009 dan signifikansi = 0,936, diartikan bahwa hubungan disiplin kerja

dengan kinerja lemah dan tidak signifikan.

b. Disiplin kerja dengan kepemimpinan Dinas pendidikan kota Surakarta adalah 0,516 dan signifikansi = 0,000, diartikan bahwa hubungan disiplin kerja dengan kepemimpinan cukup kuat dan signifikan.
c. Motivasi kerja dengan kinerja pegawai Dinas pendidikan kota Surakarta adalah -0,136 dan signifikansi = 0,243, diartikan bahwa hubungan motivasi kerja dengan kinerja lemah dan tidak signifikan.
d. Motivasi kerja dengan kepemimpinan Dinas pendidikan kota Surakarta adalah 0,495 dan signifikansi = 0,000, diartikan bahwa hubungan motivasi kerja dengan kepemimpinan cukup kuat dan signifikan.
e. Tata ruang kantor dengan kinerja pegawai Dinas pendidikan kota Surakarta adalah 0,070 dan signifikansi = 0,552, diartikan bahwa hubungan tata ruang kantor dengan kinerja cukup kuat tetapi tidak signifikan.
f. Tata ruang kantor dengan kepemimpinan Dinas pendidikan kota Surakarta adalah 0,722 dan signifikansi = 0,000, diartikan bahwa hubungan tata ruang kantor dengan kepemimpinan kuat dan signifikan.
g. Kepemimpinan dengan kinerja pegawai Dinas pendidikan kota Surakarta adalah 0,268 dan signifikansi = 0,020, diartikan bahwa hubungan kepemimpinan dengan kinerja cukup kuat dan signifikan.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ujuan analisis jalur adalah memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung, berdasarkan hasil analisis diatas dapat disusun kesimpulan analisis secara menyeluruh pada tabel dibawah ini:



Jalur efektif yang dipilih adalah jalur yang dicetak tebal yaitu Tata ruang kantor menuju kinerja secara langsung daripada melalui variabel kepemimpinan sebagai variabel moderating.

DAFTAR PUSTAKA

(2011), M. (2004) dalam K. (2013). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL MODERATING, 55–60.

Baxter, R., Hastings, N., Law, a., & Glass, E. J. . (2008a). [No Title]. *Animal Genetics*, *39*(5), 561–563.

Baxter, R., Hastings, N., Law, A., & Glass, E. J. . (2008b). Sumber Daya Manusia. *Animal Genetics*, *39*(5), 561–563.

cascio. (1995). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawi.

Edison. (2016). Pengaruh Motivasi, Disiplin..., Deni Ariska, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2018, 195.

Mangkunegara. (2013). Pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja terhadap kinerja pegawai dinas pendidikan kota surakarta.

Mangkunegara, A. P., & Octorend, T. R. (2015). Effect of Work Discipline,

Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Organizational Commitment in the Company (Case Study in PT. Dada Indonesia). *Universal Journal of Management*, *3*(8), 318–328. https://doi.org/10.13189/ujm.2015.030803

U.,Sarjana,G.,&Wijayanti,D.W. (2012). *PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT . DAYA ANUGERAH SEMESTA SEMARANG*.

Quible. (2007). Pengaruh Tata Ruang Kantor Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Jurnal Ilmu Administrasi Volume XI | Nomor 3*, 189.

Rahardjo, P. H. M., & Si, M. (2017). Desain Penelitian Studi Kasus (Pengalaman Empirik), 1–15.

Rosgen, J., Pettitt, B. M. ., & Bolen, D. W. . (2007). Pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai. *Protein Science*, *16*(4), 733–743. https://doi.org/10.1161/01.STR.32.1.139

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian dan Variabel Penelitian, 39. https://doi.org/10.1242/dev.034157

Swasto, B. (2016). The Influence of Leadership Styles and Motivation of Employees Job Satisfaction. *International Journal of Economics and Finance*, *8*(10), 176. https://doi.org/10.5539/ijef.v8n10p176

Syahyuti. (2010). Motivasi kerja pegawai dalam pelayanan publik di sekretariat pemerintah daerah kabupaten takalar.

Tanjung, A. dan. (2004). EFEK MODERATOR GAYA KEPEMIMPINAN PADA PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN Kasus pada Karyawan Tetap Dinas Perhubungan dan Transportasi, Jl. Babarsari No. 30, Depok Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi PROGRAM STUDI MANAJEMEN JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA 2016*, (30), 31–48.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR FACTORS TO THE USE OF REGIONAL FINANCIAL ACCOUNTING SYSTEMS (Empirical Study on Regional Organizations in Surakarta)

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR KEPERILAKUAN ORGANISASI TERHADAP KEGUNAAN SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH (Studi Empiris pada Organisasi Perangkat Daerah di Surakarta)

Atika Choirunnashoha
Program Studi Akuntansi, STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
e-mail : achoirunnashoha@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of organizational behavior that is measured by training, clarity of purpose, superiors' support, and use of information technology to the use of the Regional Financial Accounting System (SAKD). The technique of analysis used are the research instrument test, the classical assumption test, the analysis of multiple linear regression, t test, F test, and R2 test. The sampling technique used is purposive sampling. The study was conducted on 100 respondents who are authorized in the field of accounting / finance in 21 Organization of regional city in Surakarta (OPD). This study used quantitative approach, and primary data in the form of research questionnaires. The results show(1) the training has a positive and insignificant influence to the use of SAKD (2) the clarity of purpose has a positive and significant influence to the use of SAKD (3) the supervisors' support has a negative and significant influence to the use of SAKD, and (4) there is a positive and significant influence of information technology to the use of SAKD. The results of the F test show simultaneously that organizational behavior factors have a positive and significant influence to the use of SAKD.

Keywords : *Training, Clarity of purpose, Superiors' Support, the use of information technology, and the use of Regional Financial Accounting Systems.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keperilakuan organiasi yang diukur dengan faktor pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Teknik analisis menggunakan Uji instrumen penelitian, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji R^2. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian dilakukan kepada 100 responden yang berwenang di bidang akuntansi/keuangan pada 21 Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, serta menggunakan data primer berupa kuisioner penelitian. Hasil penelitian menunjukkan (1) pelatihan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kegunaan SAKD (2) kejelasan tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan SAKD (3) dukungan atasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kegunaan SAKD, serta (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kegunaan SAKD. Hasil uji F menunjukkan secara simultan faktor keperilakuan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan SAKD.

Kata kunci : Pelatihan, Kejelasan Tujuan, Dukungan Atasan, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah.

PENDAHULUAN

Otonomi daerah merupakan bagian dari demokratisasi dalam menciptakan sebuah sistem yang *power share* pada setiap level pemerintahan serta menuntut kemandirian sistem manajemen di daerah, dengan adanya pemberian otonomi daerah pada kabupaten dan kota maka pengelolaan keuangan sepenuhnya berada di tangan pemerintah daerah. Pemerintah bertanggungjawab atas keuangan yang dikelolanya dalam bentuk penyampaian laporan keuangan sehingga diperlukan sistem dan prosedur pengelolaan keuangan daerah baru yang dimuat dalam PP No 105/2000 dan No.108/2000 menuntut kepala daerah untuk bertanggungjawab atas pengelolaan keuangan daerah dalam bentuk laporan pertanggungjawaban (LPJ) berdasarkan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Menurut Permendagri No.13 Tahun 2006 yang diperbaharui Permendagri No.21 Tahun 2011 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah, menyatakan bahwa sistem akuntansi keuangan pemerintah daerah meliputi serangkaian prosedur mulai dari proses pengumpulan data, pencatatan, pengikhtisaran sampai dengan pelaporan keuangan dalam rangka pertanggungjawaban pelaksanaan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) yang dapat dilakukan secara manual atau menggunakan aplikasi komputer. Proses akuntansi tersebut didokumentasikan dalam bentuk buku jurnal dan buku besar, apabila diperlukan ditambah dengan buku besar pembantu.

Sejalan dengan pelaksanaan otonomi daerah serta penyelenggaraan sistem akuntansi keuangan daerah, sesuai dengan Permendagri No.64 tahun 2013 tentang Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrual pada Pemerintah Daerah, pemerintah Kota Surakarta mengadakan bimbingan teknis serta pelatihan akuntansi berbasis akrual kepada para Pejabat Penatausahaan Keuangan (PPK) Organisasi Perangkat Daerah (OPD) agar menghasilkan sumberdaya aparatur yang kompeten dan memahami penerapan sistem akuntansi keuangan daerah serta sistem akuntansi pemerintah yang handal agar laporan keuangan dapat mengedepankan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangannya, peningkatan kualitas sistem, kelembagaan, maupun individu yang berorientasi pada pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin sehingga berdampak signifikan pada perubahan disemua bidang termasuk dalam pengelolaan keuangan daerah yang makin modern, serta adanya rancangan pengendalian intern akuntansi yang memadai diharapkan pihak pengelola keuangan daerah khususnya bagian akuntansi mampu melaksanakan tugas dan fungsi akuntansi dengan baik sehingga menghasilkan laporan keuangan yang bernilai serta terciptanya *good governance*.

Pengertian Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terdapat dalam Keputusan Mendagri No.29 Tahun 2002, tentang pedoman pengurusan, pertanggungjawaban dan pengawasan keuangan daerah serta tata cara penyusunan anggaran pendapatan dan belanja daerah, pelaksanaan tata usaha keuangan daerah dan penyusunan perhitungan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah yang berbunyi: ”Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) adalah suatu sistem akuntansi yang meliputi proses pencatatan, penggolongan, penafsiran, peringkasan transaksi atas kejadian

keuangan serta pelaporan keuangannya dalam rangka pelaksanaan APBD, dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi". (Pasal 70: ayat 1)

Faktor keperilakuan organisasi dalam penelitian ini meliputi adanya pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, serta bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam penerapan sistem akuntansi keuangan daerah sehingga dapat meningkatkan kegunaan SAKD guna memenuhi tuntutan masyarakat tentang transparansi dan akuntabilitas lembaga sektor publik, karena SAKD berguna untuk mengelola dana secara transparan, ekonomis, efektif, efisien, dan akuntabel.

Shield (1995) berpendapat bahwa pelatihan dalam desain, implementasi, dan penggunaan suatu inovasi seperti adanya sistem baru memberikan kesempatan bagi organisasi untuk dapat mengartikulasikan hubungan antara implementasi sistem baru tersebut dengan tujuan organisasi serta menyediakan suatu sarana bagi pengguna untuk dapat mengerti, menerima, dan merasa nyaman dari perasaan tertekan atau perasaan khawatir dalam proses implementasi.

Menurut Robbins (2008) perilaku organisasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan individu atau kelompok organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kejelasan tujuan organisasi pemerintah dapat dilihat dari visi dan misi organisasi terkait yang menunjukkan transparansi organisasi berkaitan dengan alur yang harus dilalui atau dicapai seluruh anggota organisasi dalam bekerja serta bagaimana keseriusan organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Faktor adanya dukungan atasan organisasi dalam meningkatkan kegunaan dari penerapan SAKD menurut Shield (1995) dukungan manajemen puncak (atasan) dalam suatu inovasi sangat penting dikarenakan adanya kekuasaan manajer terkait dengan sumber daya yang diperlukan, tujuan, dan inisiatif strategi yang direncanakan jika manajer sepenuhnya mendukung implementasi.

Pemanfaatan teknologi informasi adalah perilaku/sikap menggunakan teknologi informasi untuk menyelesaikan tugas dan meningkatkan kinerjanya (Thomson et.al, 1991). Kinerja organisasi dipengaruhi oleh penguasaan teknologi informasi karyawan sehingga organisasi akan mengalami perubahan sistem manajemen, dari sistem tradisional ke sistem manajemen kontemporer. Teknologi informasi berkaitan dengan kualitas pelayanan, yaitu kecepatan pelayanan (Parasuraman et al., 1988), dimana dimensi tersebut berkaitan dengan teknologi informasi yang bertujuan untuk menyampaikan pengumuman atau pemberitahuan, memberikan pelayanan kepada masyarakat, dan menerima masukan dari masyarakat, serta membantu pengolahan data yang lebih cepat, efektif, dan efesien.

Penelitian yang dilakukan oleh Shoffiyatuz Zahro (2012) menyatakan bahwa pelatihan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cecilia Engko (2013) menunjukkan bahwa pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah.

Penelitian oleh Riyanita (2012) menunjukkan bahwa pengaruh variabel kejelasan tujuan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi

keuangan daerah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yulistia (2017) menunjukkan bahwa kejelasan tujuan tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah.

Pengaruh variabel dukungan atasan terhadap sistem akuntansi keuangan daerah menurut penelitian Siti Nurlaela dan Rahmawati (2010) menyatakan bahwa temuannya berpengaruh signifikan untuk meningkatkan Kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cyntia Carolina (2013) temuannya menunjukkan bahwa dukungan atasan tidak berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mranani, Beti Lestiorini (2011) menyatakan bahwa pengaruh variabel penggunaan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rasyidah Nadir dan Hasyim (2017) temuannya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kegunaan sistem akuntansi keuangan daerah.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH FAKTOR KEPERILAKUAN ORGANISASI TERHADAP KEGUNAAN SISTEM AKUNTANSI KEUANGAN DAERAH (Studi Empiris pada Organisasi Perangkat Daerah di Surakarta)".

METODE

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pegawai bagian akuntansi/keuangan pada 34 Organisasi Perangkat Daerah Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 133 pegawai dari 21 Organisasi Perangkat Daerah Kota Surakarta. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Riduwan, 2005 : 65) dengan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 5% atau 0,05 sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N.(d^2)+1}$$

$$n = \frac{133}{133.(0{,}05^2)+1}$$

n = 99,81 ➔ dibulatkan 100 responden

Keterangan :
n = ukuran sampel
N = ukuran populasi
d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel yang di olah dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pada OPD di Kota Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden secara langsung. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji, yaitu : 1) Uji Instrumen Penelitian yang meliputi; Uji validitas dan Reliabilitas, 2) Uji

Asumsi Klasik yang meliputi; Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi, 3) Regresi Linier Berganda, 4) Uji t, 5) Uji F, 6) Uji Koefisien Determinasi Parsial (Adjusted R^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Suatu pernyataan dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}, tingkat signifikansi dari skor butir instrumen (Sig 2 tailed) < 0,05 (5%). Berikut adalah hasil uji validitas angket uji coba :

1) Variabel Pelatihan (X_1), hasil pengujian validitas menunjukkan korelasi dari 9 item pernyataan terhadap variabel Pelatihan (X_1) yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} valid dalam menjelaskan variabelnya.
2) Variabel Kejelasan Tujuan (X_2), berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa korelasi dari 8 item pernyataan terhadap variabel Kejelasan Tujuan (X_2) yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} valid dalam menjelaskan variabelnya.
3) Variabel Dukungan Atasan (X_3), berdasarkan hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa korelasi dari 10 item pernyataan terhadap variabel Dukungan Atasan (X_3) yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} valid dalam menjelaskan variabelnya.
4) Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_4), hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa korelasi dari 9 item pernyataan terhadap variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_4) yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} valid dalam menjelaskan variabelnya.
5) Variabel Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (Y), hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa korelasi dari 8 item pernyataan terhadap variabel Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (Y) yang mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} valid dalam menjelaskan variabelnya.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan data hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian (pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, pemanfaatan teknologi informasi, dan kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah) dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal ini berarti kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh hasil bahwa variabel Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD), pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, dan pemanfaatan teknologi informasi menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov 1,029 dan Asymp. Sig (2-tailed) 0,240 > 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Berdasarkan uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel pelatihan sebesar 0,238, nilai *tolerance* pada variabel kejelasan tujuan sebesar 0,440, nilai *tolerance* pada variabel dukungan atasan sebesar 0,185, serta nilai *tolerance* pada variabel pemanfaatan teknologi informasi sebesar 0,375. Sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel pelatihan sebesar 0,238, nilai *tolerance* pada variabel kejelasan tujuan sebesar 0,440, nilai *tolerance* pada variabel dukungan atasan sebesar 0,185, serta nilai *tolerance* pada variabel pemanfaatan teknologi informasi sebesar 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *tolerance* keempat variabel lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10,0 maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan Uji Glejser. Berdasarkan hasil pengolahan uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (α) yaitu variabel pelatihan sebesar 0,342, variabel kejelasan tujuan sebesar 0,086, variabel dukungan atasan sebesar 0,053, dan variabel pemanfaatan teknologi informasi sebesar 0,81.

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin Watson* sebesar 1,874 yang terletak diantara 2 (antara 1,5 sampai dengan 2,5) menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : **Y = 3,834 + 0,106 X1 + 0,233 X2 - 0,231 X3 + 0,756 X4**
Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diinterprestasikan :

a. Nilai konstanta (α) = 3,834 menunjukkan bahwa variabel pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, pemanfaatan teknologi informasi tetap atau konstan, maka Sistem Akuntansi Keuangan Daerah positif.
b. Nilai β1 = 0,106, menunjukkan bahwa variabel Pelatihan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. Apabila variabel Pelatihan ditingkatkan maka kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah akan meningkat dengan asumsi variabel kejelasan tujuan, dukungan atasan, dan pemanfaatan teknologi informasi konstan.
c. Nilai β2 = 0,233, menunjukkan bahwa variabel Kejelasan Tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. Apabila variabel Kejelasan Tujuan ditingkatkan maka Sistem Akuntansi Keuangan Daerah akan meningkat dengan asumsi variabel pelatihan, dukungan atasan, pemanfaatan teknologi informasi konstan.

d. Nilai β3 = -0,231, menunjukkan bahwa variabel Dukungan Atasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. Apabila variabel Dukungan Atasan menurun maka kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah semakin rendah dengan asumsi variabel pelatihan, kejelasan tujuan, pemanfaatan teknologi informasi konstan.

e. Nilai β4 = 0,756, menunjukkan bahwa variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah. Apabila variabel pemanfaatan teknologi informasi ditingkatkan maka kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah akan meningkat dengan asumsi pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan konstan.

4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Kesimpulan berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan sebagai berikut:

a. Pengaruh Pelatihan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,275 > 0,05 menunjukkan bahwa variabel pelatihan berpengaruh tidak signifikan terhadap kegunaan SAKD, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.

b. Pengaruh Kejelasan Tujuan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 menunjukkan bahwa variabel kejelasan tujuan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan SAKD, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

c. Pengaruh Dukungan Atasan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,040 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel dukungan atasan berpengaruh signifikan terhadap kegunaan SAKD, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

d. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan SAKD, sehingga hipotesis keempat (H_4) diterima.

5. Uji Statistik F

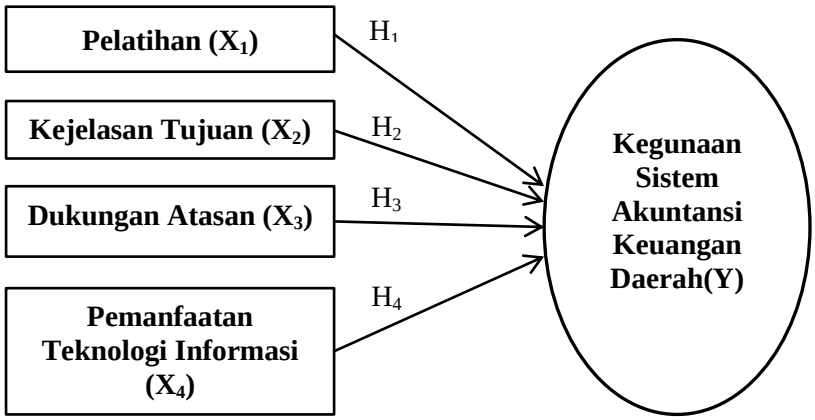
Berdasarkan Uji F yang telah dilakukan diperoleh hasil uji secara simultan diketahui sebesar 57,795 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD).

6. Koefisien Determinasi Parsial (Adjusted R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan diperoleh hasil sebesar 0,696 menunjukkan bahwa variabel Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) mampu dijelaskan oleh Variabel Pelatihan (X_1), Kejelasan Tujuan (X_2), Dukungan Atasan (X_3), dan Pemanfaatan Teknologi

Informasi (X_4) sebesar 69,6% sedangkan sisanya 31,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya motivasi kerja, disiplin kerja, dan komitmen organisasi.

Dari hasil analisis yang telah di lakukan, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

PEMBAHASAN

a. Pelatihan (X_1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikansi sebesar 0,275 menunjukkan bahwa variabel pelatihan yang ada belum memberikan kontribusi sepenuhnya dalam membentuk kegunaan SAKD. Langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk memperbaiki efisiensi dan efektifitas kerja pegawai dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu mengadakan pelatihan, meningkatkan pengetahuan karyawan, keahlian karyawan, serta sikap karyawan terhadap tugas-tugasnya.
b. Kejelasan Tujuan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikansi sebesar 0,005. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kejelasan tujuan merupakan suatu teknik yang ampuh untuk memotivasi pegawai dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan keterampilan dan kompetensi yang dimiliki pegawai dalam menjalankan tugasnya, selain itu kejelasan tujuan yang ada dapat menentukan keberhasilan sistem serta memberikan kontribusi dalam membentuk kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah.
c. Dukungan Atasan (X_3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikansi sebesar 0,040. Dukungan atasan dapat diartikan sebagai keterlibatan atasan dalam mendukung implementasi kemajuan proyek dengan penerapan sistem baru dan menyediakan sumber daya yang diperlukan, tujuan, serta inisiatif strategi yang direncanakan. Hasil penelitian dapat

disimpulkan bahwa variabel dukungan atasan yang ada belum sepenuhnya memberikan kontribusi dalam membentuk kegunaan SAKD. Hal ini kemungkinan dikarenakan pemimpin dalam bidang akuntansi/keuangan sendiri belum sepenuhnya mengetahui dan mampu memahami tentang Sistem Akuntansi Keuangan Daerah sehingga berdampak pada dukungan atasan yang diberikan kepada para pegawai, selain itu mungkin saja sistem yang dimiliki instansi pemerintahan tersebut masih kurang bagus sehingga dapat mempengaruhi tujuan yang telah direncanakan oleh instansi.

d. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Hal ini dapat dilihat dari besarnya tingkat signifikansi sebesar 0,000. Teknologi informasi digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan serta merupakan informasi yang strategis dalam pengambilan keputusan. Teknologi informasi berperan penting dalam meningkatkan kegunaan SAKD, dengan fasilitas komputer dan *software* yang lengkap serta memadai, tersedianya jaringan internet yang terpasang pada setiap unit kerja, serta adanya pemeliharaan peralatan yang dijadwalkan secara teratur dapat menunjang pekerjaan pegawai lebih cepat, relevan, akurat, tepat waktu, dan terintegrasi.

KESIMPULAN

Penelitian bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh faktor keperilakuan organisasi yang meliputi pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD). Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa (1) pelatihan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kegunaan SAKD (2) kejelasan tujuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan SAKD (3) dukungan atasan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kegunaan SAKD, serta (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kegunaan SAKD.
2. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan variabel yang paling mempengaruhi tingkat kegunaan SAKD, kemudian diikuti dengan variabel pelatihan, dukungan atasan, dan kejelasan tujuan.
3. Hasil Uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel pelatihan, kejelasan tujuan, dukungan atasan, dan pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaan SAKD.
4. Hasil uji Adjusted R Square diperoleh hasil sebesar 0,696 menunjukkan bahwa variabel Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (SAKD) mampu dijelaskan oleh variabel Pelatihan (X_1), Kejelasan Tujuan (X_2), Dukungan Atasan (X_3), dan Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_4) sebesar 69,6% sedangkan sisanya 31,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya motivasi kerja, dan disiplin kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Akdon dan Riduwan, 2005. *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik.* Bandung : Alfabeta.

Cyntia, C. 2013. *Pengaruh Kejelasan Tujuan dan Dukungan Atasan Terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (Pada Dinas di Pemerintaha Kota Padang)*. Universitas Negeri Padang.

Engko, C. 2013. *Analisis Faktor Organisasional dalam Implementasi Sistem Akuntansi Keuangan Daerah*. Universitas Negeri Jakarta. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Vol 11, No 1. ISSN : 1693-9018.

http://surakarta.go.id

Mranani, Muji dan Beti Lestiorini. 2011. *Faktor Keperilakuan Organisasi terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah dengan Konflik Kognitif dan Konflik Afektif sebagai Intervening*. Fokus Ekonomi (FE), Hal 193-203, Vol 10, No 3.

Nur laela, S. dan Rahmawati. 2010. *Pengaruh Faktor Keperilakuan Organisasi terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah di Subosukawonosraten*. SNA XIII, Purwokerto.

Parasuraman, Et, al., (1988), Zeithmal and Bitner (1996), *Konsep dan Teknik Pengukuran Kualitas Produk Jasa, Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol 4, No I, Hal 55-56.

Peraturan Pemerintah Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 Tentang Perubahan Atas Permendagri No 21 Tahun 2011 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah.

Peraturan Pemerintah Dalam Negeri No.64 tahun 2013 tentang Penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Berbasis Akrual pada Pemerintah Daerah.

Riyanita, Risya. 2012. *Pengaruh Pelatihan, Kejelasan Tujuan, dan Dukungan Atasan terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah*. Skripsi. Padang : Universitas Bung Hatta.

Robbins, P Stephen dan A Judge Timothy. (2008). Perilaku Organisasi Buku 2. Salemba Empat : Jakarta.

Shields, M. D., and S. M. Young. (1995). *Behavioral Model for Implementing Cost Management Sistem*. Journal of Cost Management (Winter), 17:25.

Thompson, Ronald L, Haggings, Christoper A., dan Howell, Jane M. (1991), "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization", Mis Quarterly, pp.125-143Model of Utilization", MIS Quarterly, 125-143.

Yulistia, dkk. (2017). *Analisis Faktor Keperilakuan Organisasi Terhadap Kegunaan Sistem Akuntansi Keuangan di Badan Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat*. Jurnal Benefita 2 (179-193). Padang : Universitas Ekasakti.

Zahro, Shoffiyatuz, 2012. *Pengaruh Faktor Keperilakuan Organisasi dalam Implementasi Sistem Akuntansi Keuangan Daerah (Studi Kasus Instansi Pemerintah Se- Kota Madiun)*. Skripsi tidak diterbitkan, Surakarta : UMS

STRATEGI MEMBENTUK PERILAKU NASABAH UNTUK LOYAL DENGAN MEMPERHATIKAN ASPEK KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
(Studi Kasus Nasabah BPR di Solo Raya)

Siti Fatonah
Program Studi Magister Manajemen STIE "AUB" Surakarta
siti.fatonah@stie-aub.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi meningkatkan keloyalan nasabah terhadap BPR di wilayah solo raya. Penelitian ini merupakan penelitaian survei. Sampel terdiri dari 100 responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Data dalam penelitian ini adalah data primer dengan kriteria nasabah yang masih aktif dan berdomisili di Solo Raya. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis jalur. Kuesioner disusun secara berjenjang berdasarkan skala pengukuran Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah untuk meningkatkan loyalitasnya. Kepercayaan tidak efektif sebagai variabel intervening untuk kepuasan dan kepuasan efektif sebagai variabel intervening untuk kepercayaan. Strategi yang paling efektif yang harus dilakukan dengan meningkatkan kepuasan untuk membentuk perilaku nasabah dalam meningkatkan loyalitasnya.

Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, Perilaku Nasabah Untuk Loyal

Abstract

The purpose of this study was to find out how the strategy of increasing customer loyalty to rural banks in solo areas. This research is a survey research. The sample consisted of 100 respondents with a sampling method using purposive sampling and data collection techniques with a questionnaire. The data in this study are primary data with the criteria of customers who are still active and domiciled in Solo Raya. The analysis used in this study is descriptive analysis and path analysis. The questionnaire was arranged in stages based on the Likert measurement scale. The results showed that satisfaction has a positive effect on trust, trust has a positive effect on satisfaction. Satisfaction and trust have a positive effect on customer behavior to increase loyalty. Trust is not effective as an intervening variable for satisfaction and satisfaction effectively as an intervening variable for trust. The most effective strategy that must be done by increasing satisfaction is to shape customer behavior in increasing loyalty.

Keywords: Satisfaction, Trust, Customer Behavior for Loyalty

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi tidak bisa lepas dari keberadaan lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank. Namun lembaga keuangan bank lebih mempunyai nilai reputasi tinggi dibanding lembaga keuangan non bank. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bagian dari lembaga keuangan bank. Sustainable BPR sangat dipengaruhi oleh nasabah. Oleh karena itu nasabah perlu diperhatikan dengan selalu diberi kepuasan.

Kepuasan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi perioritas utama bagi bank. Untuk Kepuasan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas Iayanan *(expected quality)* dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *(perceived quality)*. Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan (Parasuraman *et al.*, 2013). Kepuasan harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa Kepuasan saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal

nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya. Tjiptono, (2014:386). Kepuasan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan 5 (lima) dimensi spesifik dari layanan. Zeithaml dan Bitner (2006:123) berpendapat bahwa Kepuasan lebih ekslusif yang dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas Iayanan, kualitas produk, harga, promosi, faktor situasi dan faktor manusia.

Kepercayaan merupakan sebuah jenis refleksi emosional bagi nasabah. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan, maka nasabah tersebut akan dikatakan sebagai nasabah yang tidak puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa (Stefanus, 2008).

Kepuasan dan Kepercayaan merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan nasabah dengan apa yang telah diterima nasabah. Apabila yang didapatkan oleh nasabah melebihi harapanya maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan dan akan memunculkan sikap kepercayaan, dan apabila harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkan maka nasabah tersebut belum terpuaskan bahkan sikap tidak percaya yang akan didapatkan. Dalam hal ini industri harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga nasabah tidak beralih pada industri lain untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya, (Kusmayadi, 2007)

Jika kepercayaan dari nasabah telah dibentuk, maka tugas selanjutnya dari pihak perusahaan adalah mendapatkan dan memelihara loyalitas dari nasabah. Semua bisnis yang menyediakan layanan jasa sangat tergantung pada bagaimana membangun hubungan jangka panjang yang berkonsentrasi pada mempertahankan loyalitas nasabah (Rousan, 2010). Loyalitas nasabah dapat dibentuk dari rasa percaya yang telah diciptakan sebelumnya yang berada dibenak nasabah, hal tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Qin Hong (2008). Apabila nasabah atau konsumen loyal pada suatu perusahaan, maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk menginvestasikan uangnya, sehingga dapat menguntungkan ke dua belah pihak.

Ishak dan Luthfi (2011) memberikan informasi bahwa loyalitas konsumen dipengaruhi beberapa faktor diantaranya kepuasan dan kepercayaan. Kertajaya (2007) mengemukakan bahwa pelanggan yang puas pasti akan mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas. Kepercayaan pelanggan merupakan aset perusahaan untuk mencapai loyalitas pelanggan. Menurut Kotler (2009) kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa.

Berdasarkan landasan teori, hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi pada beberapa BPR Daerah Solo Raya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Strategi Membentuk Perilaku Nasabah Untuk Loyal dengan Memperhatikan Aspek Kepuasan dan Kepercayaan (Studi Kasus Nasabah BPR di Solo Raya)".

METODE

Variabel penelitian ini adalah Kepuasan dan Kepercayaan (X), variabel kepuasan dan kepercayaan sebagai variabel intervening, sedangkan untuk variabel dependen (Y) adalah perilaku nasabah untuk loyal pada BPR di Solo Raya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang berkunjung pada beberapa BPR di Solo Raya yaitu sebanyak lebih dari 1000 nasabah. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 10% dari populasi yaitu sebesar 100 nasabah.

Teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Daftar pernyataan yang diberikan kepada nasabah adalah bertujuan mencari informasi yang lengkap dengan kuesioner yang disediakan dengan memberikan tanda silang (X) atau melingkari jawaban nasabah berdasarkan skala likert berjenjang

Teknik analisis statistik yang digunakan adalah jalur (path analisis). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) sebagai berikut :

Persamaan Regresi :

Y1 = b1 X2 + e1

Y2 = b1 X1 + e2

Y3 = b1 X1 + b2 X2 + e2

Keterangan:

Y3	= Perilaku Nasabah untuk Loyal
X1/Y1	= Kepuasan
X2/Y2	= Kepercayaan
b1, b2, b3,	= Koefisien regresi
e1 – e3	= residual error

HASIL PENELITIAN

1. Hasil Uji Instrument
   1) Uji Validitas
      Semua r item lebih besar dari r tabel, yang bisa diartikan bahwa dalam uji validitas semuanya valid.
   2) Uji Reliabilitas
      Semua hasil *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6, yang bisa diartikan dalam uji reliabilitas semuanya reliable.

2. Hasil Uji Regresi

	Pengaruh	Langsung	Tidak Langsung
Pengaruh Langsung	X_1 ke X_2	0,398	
	X_1 ke Y	0,338	
	X_2 ke X_1	0,693	
	X_2 ke Y	0,068	
Pengaruh Tidak Langsung	X_1 ke X_2 ke Y		0,398 x 0,068 = 0,027
	X_2 ke X_1 ke Y		0,693 x 0,338 = 0,234

Sumber: data yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisa jalur dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

Persamaan 1 yaitu :

$Y_1 = 0{,}693X_1 + \epsilon$

Sig (0,000)**

Hasil diatas bisa diartikan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan

Persamaan 2 yaitu :

$Y_2 = 0{,}398\ X_1 + \epsilon$

Sig (0,015)**

Hasil diatas bisa diartikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

Persamaan 3 yaitu :

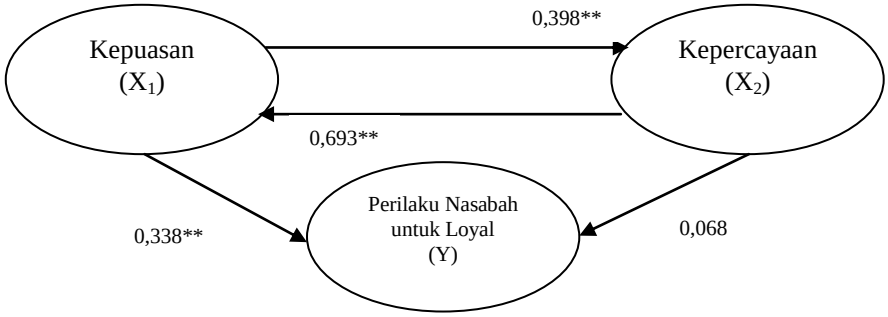
$Y_3 = 0{,}338\ X_1 + 0{,}068 + \epsilon$

Sig (0,018)** (0,209)

Hasil diatas bisa diartikan bahwa:

1. kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah untuk loyal.
2. kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah untuk loyal.

Model Hasil Analisis:



Gambar Hasil analisis jalur

PEMBAHASAN

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa untuk membentuk perilaku nasabah dalam meningkatkan loyalitas menggunakan variabel Kepuasan sebagai variabel independen dan Kepercayaan sebagai variabel intervening. Pengaruh langsung Kepuasan terhadap perilaku nasabah dalam meningkatkan loyalitas sebesar 0,338 dan pengaruh tidak langsung melalui variabel Kepercayaan sebesar 0,027. Hal ini menunjukkan variabel kepercayaan tidak efektif sebagai variabel intervening untuk variabel kepuasan dalam membentuk perilaku nasabah untuk meningkatkan loyalitas. Hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah
   1) Meningkatkan kualitas pelayanan karyawan kepada nasabah
   2) Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana BPR di Solo Raya
   3) Meminimalkan biaya administrasi yang harus dikeluarkan oleh nasabah
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa untuk membentuk perilaku nasabah dalam meningkatkan loyalitas menggunakan variabel Kepercayaan sebagai variabel independen dan Kepuasan sebagai variabel intervening. Pengaruh langsung Kepercayaan terhadap perilaku nasabah dalam meningkatkan loyalitas sebesar 0,068 dan pengaruh tidak langsung melalui variabel Kepuasan sebesar 0,234. Hal ini menunjukkan variabel Kepuasan efektif sebagai variabel intervening untuk variabel Kepercayaan dalam membentuk perilaku nasabah untuk meningkatkan loyalitas. membentuk perilaku nasabah untuk meningkatkan loyalitas pada BPR di Solo Raya dengan cara membentuk Kepercayaan yang dapat mempengaruhi Kepuasan. Hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:
   1) Meningkatkan pengetahuan yang dimiliki karyawan BPR di Solo Raya agar membuat nasabah percaya untuk selalu menggunakan jasanya.
   2) Meningkatkan rasa aman dan nyaman ketika bertransaksi di BPR di Solo Raya.
   3) Meningkatkan kemampuan karyawan agar dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap BPR di Solo Raya

   Sedangkan langkah konkret yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan adalah:
   1) Meningkatkan kualitas pelayanan karyawan kepada nasabah
   2) Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana BPR di Solo Raya
   3) Meminimalkan biaya administrasi yang harus dikeluarkan oleh nasabah
3. Hasil pengaruh langsung antara Kepuasan dan Kepercayaan dalam membentuk perilaku nasabah untuk meningkatkan loyalitas pada BPR di Solo Raya menunjukkan bahwa pengaruh langsung Kepuasan lebih besar dari pengaruh langsung Kepercayaan (0,388 > 0,068). Untuk itu BPR di Solo Raya sebaiknya lebih memperhatikan Kepuasan nasabahnya daripada kepercayaan. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alida P (2007) dan Rina R (2014) yang menyatakan bahwa Kepuasan berpengaruh langsung terhadap loyalitas

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada BPR di Solo Raya.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada BPR di Solo Raya.
3. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah untuk loyal pada BPR di Solo Raya

4. Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah untuk loyal pada BPR di Solo Raya.
5. Kepercayaan tidak efektif sebagai variabel intervening untuk kepuasan.
6. Kepuasan efektif sebagai variabel intervening untuk kepercayaan.
7. Untuk membentuk perilaku nasabah dalam menambah keloyalan terhadap BPR di Solo Raya yang paling efektif sebaiknya melalui peningkatan kepuasan BPR secara langsung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Dalam membentuk perilaku nasabah untuk loyal terhadap BPR di Solo Raya lebih efektif melalui peningkatan kepuasan. Dengan jalan antara lain :
   1) Meningkatkan kualitas pelayanan karyawan kepada nasabah
   2) Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana BPR di Solo Raya
   3) Meminimalkan biaya administrasi yang harus dikeluarkan oleh nasabah.
2. Apabila mengefektifkan variabel kepuasan sebagai variabel intervening untuk variabel kepercayaan, maka untuk menigkatkan kepercayaan yang dapat meningkatkan kepuasan dengan jalan antara lain :
   1) Meningkatkan pengetahuan yang dimiliki karyawan BPR di Solo Raya agar membuat nasabah percaya untuk selalu menggunakan jasanya.
   2) Meningkatkan rasa aman dan nyaman ketika bertransaksi di BPR di Solo Raya.
   3) Meningkatkan kemampuan karyawan agar dapat menumbuhkan kepercayaan terhadap BPR di Solo Raya

DAFTAR PUSTAKA

Ishak, A., dan Luthfi, Z. 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. Jurnal Siasat Bisnis. Vol. 15, No. 1.

Kertajaya, Hermawan. 2007. Seri 9 Hermawan Kertajaya on Marketing Mix. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.

Kotler, P. 2009. Manajemen pemasaran. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.

Kusmayadi,Tatang,(2007),"Pengaruh relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan",STIE STAN Indonesia mandiri

Palilati, Alida. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen PetraVol. 9, No. 1 Hal. 73-81.

Parasuraman, V., A. Zeithaml and L. L. Beny. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing Research.* 49. pp. 41-50

Qin, H. dan Prybutok, V.R. 2008. Determinant of Customer-Perceived Service Quality in Fast Food Restaurants and Their Relationship to Customer Satisfaction and Behavioral Intentions. *The Quality Management Journal*, 15(2): h; 35-50.

Rahmawati, Rina. 2014. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Makanan). Jurnal TEKNOBUGA, Vol.1, No. 1 Hal. 66-79.

Rousan, Al, M. Ramzi dan Mohamed, B. 2010. Customer Loyalty and the Impactsof Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan. International *Journal ofHuman and Social Sciences*, 5(13): h; 886-892.

Stefanus, T. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Nasabah Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurhal Manajemen F'akultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. http://www.petra.ac.i* d/-puslit/journals/dir.php?DepartmentID=MAN

Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra, (2014), Service, Quality & Satisfaction, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Zeithaml, Bitner and Gremler, 2006, Service Marketing, Fourth edition, Prentice Hall; exclusive right by Mc Graw-Hill.

THE EFFECT OF TAX-AMNESTY, APPLICATION OF E-FILING AND TAX SANCTIONS ON THE AWARENESS AND COMPLIANCE OF INDIVIDUAL TAXPAYERS
(Empirical Study At The Tax Service Office In Surakarta)

PENGARUH *TAX-AMNESTY*, PENERAPAN *E-FILING* DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KESADARAN DAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI
(Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta)

Sofiya
Program Studi Akuntansi, STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta

E-mail
Sofiarefat09@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to provide empirical evidence that the Tax-Amnesty variable, the application of E-Filing and tax sanctions have a significant effect on personal taxpayer compliance and awareness at the Pratama Tax Service Office in Surakarta.Questionnaire testing uses validity test, reliability test, while data analysis uses linearity test, correlation test, partial test (test), R^2 test and path analysis test. The results of testing the hypothesis are as follows: (1) The effect of Tax-Amnesty on awareness has a positive but not significant effect (2) the application of E-Filing to abwareness has a positive but not significant effect (3) the effect of tax sanctions on awareness has a positive but not significant effect (4) the effect of Tax-Amnesty on compliance has a positive and significant effect (5) the application of E-Filing to compliance has a positive but not significant effect (6) the effect of tax sanctions on compliance has a positive and significant effect (7) the effect of awareness of compliance has a positive and significant effect. R^2 variable test of taxpayer compliance in KPP Pratama Surakarta can be explained by the Tax-Amnesty variable, the application of E-Filing, tax sanctions and awareness of 44.65% and the remaining 55.35% explained by other variables outside the model. Path analysis test results Use of awareness variables as an ineffective intervening variable, it is more effective to use the direct line of the most effective variable, namely tax sanctions on compliance.

***Keywords**: Tax-Amnesty influence, application of E-Filing, tax sanctions, awareness, compliance.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris bahwa variabel *Tax-Amnesty*, penerapan *E-Filing* dan sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak orangpribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta. Pengujian kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, Sedangkan uji analisis data menggunakan uji linieritas, uji korelasi, uji partial (uji t), uji R^2 dan uji analisis jalur. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut : (1) Pengaruh *Tax-Amnesty* terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (2) penerapan *E-Filing* terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (3) pengaruh sanksi pajak terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (4) Pengaruh *Tax-Amnesty* terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan, (5) penerapan *E-Filing* terhadap kepatuhan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (6) pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan (7) pengaruh kesadaran terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan. Uji R^2 variabel kepatuhan wajib pajak di KPP Pratama

Surakarta dapat dijelaskan variabel *Tax-Amnesty*, penerapan *E-Filing*, sanksi pajak dan kesadaran sebesar 44,65% dan sisanya 55,35% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hasil uji analisis jalur Penggunaan variabel kesadaran sebagai variabel intervening tidak efektif, lebih efektif menggunakan jalur langsung dan variabel paling efektif yaitu sanksi pajak terhadap kepatuhan.
Kata kunci : Pengaruh *Tax-Amnesty*, Penerapan *E-Filing*, Sanksi pajak, Kesadaran, Kepatuhan.

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan Negara yang memiliki penghasilan tinggi, salah satu penghasilan Negara terbesar untuk meningkatkan perekonomian Negara didapat dari pajak. Pajak juga merupakan penghasilan Negara yang nantinya akan dikembalikan kepada masyarakat berupa fasilitas-fasilitas umum, namun banyak masyarakat yang tidak tahu akan hal tersebut, masyarakat perlu mengetahui peranan pengetahuan pajak dengan benar, hal ini sangatlah penting demi kemajuan pajak untuk perekonomian di Indonesia. Indonesia masih berkutat pada permasalahan rendahnya penerimaan perpajakan, hal ini dapat dilihat dari rendahnya rasio penerimaan pajak (*taxratio)* Indonesia yang saat ini berada pada kisaran 11,8% masih berada dibahwah standard Negara-negara ASEAN dan *Organisation on Economic Coorperation and Development.* Rendahnya penerimaan pajak di Indonesia disebabkan karena kurang kesadaran dan kepatuhan wajib pajak sehingga untuk melakukan kewajiban berpajaknya, masyarakat belum sepenuhnya menyadari akan kewajibannya.Situasi seperti ini membuat Negara Indonesia jauh lebih rendah dan tertinggal dibandingkan Negara-negara di ASEAN (www.pajak.go.id).

Tabel I.I

Tabel jumlah Wajib Pajak yang Terdaftar di KPP Pratama Surakarta

	2016	2017	2018
WP Terdaftar	105,59	114,684	121,299
1. Badan	9,910	10,492	11,014
2. OP Non karyawan	25,275	28,722	30,657
3. OP Karyawan	70,407	75,470	79,628

Sumber : Data dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta (2018)

Pada tabel I.I dapat kita ketahui bahwa Wajib pajak yang terdaftar di KPP Pratama Surakarta baik Badan, Orang Pribadi Non Karyawan dan Karyawan dari tahun 2016-2018 mengalami peningkatan, akan tetapi peningkatan tersebut belum

diikuti dengan kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang menyampaikan SPT Tahunan. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta memberikan fasilitas kemudahan-kemudahan dalam mendaftarkan diri sebagai wajib pajak melaluii *e-Registrasion*, kemudahan-kemudahan dalam menyampaikan SPT tahunan wajib pajak orang pribadi atau badan melalui *e-filing*, dan kemudahan-kemudahan dalam membayar pajak melalui *e-Billing*, serta melakukan sosialisasi yang sangat gencar pada pusat perbelanjaan di wilayah surakarta, dilakukan oleh unit-unit Bidang Pelayanan, Penyuluhan dan Hubungan Masyarakat (P2Humas) Kantor Wilayah (Kanwil-Kanwil), serta oleh Direktorat P2Humas Kantor Pusat DJP baik melalui sosialiasi tatap muka langsung, *Car Free Day* dengan banyak kegiatan *outdoor*, sosialisasi tanpa tatap muka langsung melalui situ www.pajak.go.id.

Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan beberapa langkah dan dibutuhkan upaya-upaya yang nyata demi tercapainya target penerimaan Negara dan sektor perpajakan, serta mengimplementasikan dalam bentuk kebijakan pemerintah. Salah satunya adalah kebijakan *Tax Amnesty* (pengampunan pajak), dimana banyak Asset warga Negara Indonesia yang ditempatkan di luar wilayah kesatuan Republik Indonesia. Tujuan *Tax Amnesty* adalah untuk meningkatkan penerimaan Negara dan pertumbuhan perekonomian serta meningkatkan kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam melaksanakan kewajiban pajaknya, Selain untuk meningkatkan penerimaan Negara, penerapan *Tax Amnesty* di Indonesia juga dibuat untuk jalan keluar tingkatkan kepatuhan pajak dan penurunan sengketa pajak(Nurlita, 2017). Hasil Penelitian Ragimun (2015) menunjukan bahwa *Tax Amnesty* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, tetapi menurut Nurulita (2017) *Tax Amnesty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Diretorat Jenderal Pajak (DJP) juga melakukan perubahan dengan membuat suatu program untuk mempermudah wajib pajak dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Program tersebut adalah program secara online yang di zaman sekarang hampir semua masyarakat memakai jasa online untuk berkehidupan. Salah satu program online tersebut yaitu *e-filing* atau *electronic filing system* yaitu suatu cara penyampaian SPT Tahunan atau Pemberitahuan Perpanjangan SPT Tahunan yang dilakukan secara *online* yang *real time* melalui Penyedia Jasa Aplikasi atau *Application Service Provider* (ASP) yang membatu wajib pajak untuk mempersiapkan, memproses dan melaporkan pajak ke kantor Pelayanan Pajak secara benar dan tepat waktu. Dengan diterapkannya *E-Filing* maka wajib pajak dapat membayar pajak dimana saja dan kapan saja dengan kemudahan tersebut maka pemerintah mengharapkan menjadi strategi untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan membayar pajak.Berbagai sosialisasi kepada masyarakat tentang *E-filing* dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam pelaporan SPT dan pembayaran sekaligus.

Tabel I.2

Tabel tingkat penggunaan E-Filing KPP Pratama Surakarta

Tahun	Badan	OP (1770 dan 1770S)	Jumlah
2017	1,529	15,439	16,968
2018	1,943	22,758	24,701

Sumber : Data dari Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta

Hasil data tabel I.2 diatas menyatakan penggunaan *E-Filing* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta meningkat dari 2017 ke 2018, tetapi dengan peningkatan tersebut belum mencapai target yang di inginkan oleh pihak Pelayanan Pajak karena peningkatan dari tahun 2017 sampai bulan Nopember 2018 belum ada 50% dari angka tahun sebelumnya. Dari hal ini pihak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta menginformasikan bahwa penerapan *E-Filing* yang di pantau dari tahun 2017 kemarin belum sepenuhnya berhasil karena adanya masalah pada bidang individu dengan perbedaan generasi individu dan pemahaman dunia digital yang modern membuat wajib pajak yang belum sepenuhnya paham digitalisasi menjadi tertinggal. Hasil penelitian menurut Rahayu dkk (2009) mendapat temuan bahwa pengaruh penerapan *E-Filing* perpajakan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, Sedangkan menurut Handayani (2016) penerapan *E-Filing* perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Sanksi adalah suatu tindakan berupa hukuman yang diberikan kepada orang yang melanggar peraturan, sanksi diberlakukan agar peraturan atau Undang-Undang tidak dilanggar, jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan dituruti,ditaati,dipatuhiatau dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Arum 2012). Hasil penelitian menurut Ningsih (2016) menyatakan bahwa sanksi perpajakan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, sedangkan Rahayu (2017) sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kesadaran wajib pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, masyarakat harus sadar akan keberadaannya sebagai warga negara dan harus selalu menjunjung tinggi Undang-Undang Dasar 1945 sebagai dasar hukum penyelenggaran Negara (Jatmiko 2016).hasil penelitian Jatmiko (2016) menemukan bahwa kesadaran perpajakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

METODE

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wajib pajak yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Probability sampling* dengan teknik *Random Sampling.* Sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 121.299. penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin (Abdurrohman, 2010) dengan tingkat kesalahan 10% atau 0,01 sebagai berikut:

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

$$n = \frac{121.299}{1+121.299(10\%^2)}$$

$$n = \frac{121.299}{121.300(0,01)}$$

$$n = \frac{121.299}{1.213}$$

$$n = 99.991$$

berdasarkan hasil perhitungan sampel diatas maka sampel yang diolah dalam penelitian ini 100 responden pada KPP Pratama Surakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji linieritas, uji hipotesis, analisis koefisien determinasi dan analisis jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Uji Instrumen
   a. Suatu pernyataan dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.
      1) Variabel Tax-Amnesty (X_1) menunjukan korelasi 8 item pernyataan terhadap kepatuhan(Y_2) yang mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dalam menjelaskan variabelnya.
      2) Variabel E-Filing (X_2) menunjukan korelasi 10 item pernyataan terhadap kepatuhan (Y_2) yang mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dalam menjelaskan variabelnya.
      3) Variabel sanksi pajak (X_3) menunjukan korelasi 7 item pernyataan terhadap kepatuhan (Y_2) yang mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dalam menjelaskan variabelnya.
      4) kesadaran (Y_1) menunjukan korelasi 8 item pernyataan terhadap kepatuhan (Y_2) yang mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dalam menjelaskan variabelnya.
   b. Uji reabilitas
      1) Berdasarkan hasil uji reabilitas seluruh variabel penelitian (pengaruh tax-amnesty,penerapan E-Filing dan sanksi pajak) dinyatakan reliabel karena nilai cronbach alpha > 0,06.

c. Uji linieritas

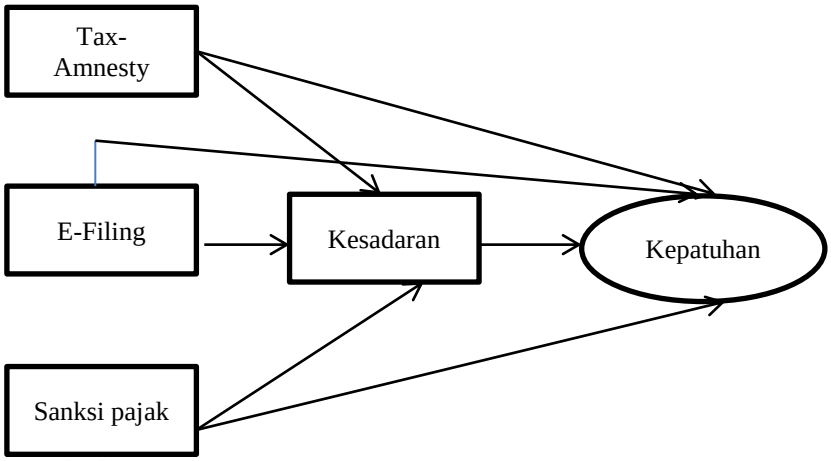
Dari hasil uji linieritas menunjukan nilai R^2Sebesar 0,001 dengan jumlah sampel 100,besarnya nilai c^2 hitung = 1000 X 0,001 = 0,1 sedangkan nilai c^2 tabel sebesar 65,17 nilai c^2 hitung $<c^2$ tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah modellinier.

2. Uji analisis jalur
   a. Persamaan 1
      1) β_1 = Koefisien Regresi Variabel *Tax-Amnesty*(X_1) berpengaruh positive terhadap Kesadaran (Y_1).
      2) β_2 = Koefisien Regresi Variabel *E-Filing*(X_2) berpengaruh positive terhadap Kesadaran (Y_1).
      3) β_3 = Koefisien Regresi Variabelsanksi pajak(X_3) berpengaruh positive terhadap Kesadaran (Y_1)
   b. Persamaan 2
   1) β_4 = Koefisien Regresi Variabel *Tax-Amnesty*(X_1) berpengaruh positive terhadap Kepatuhan (Y_2).
   2) β_5=Koefisien Regresi Variabel *E-Filing* (X_2) berpengaruh positive terhadap Kepatuhan (Y_2).
   3) β_6 = Koefisien Regresi Variabel sanksi pajak(X_3) berpengaruh positive terhadap Kepatuhan (Y_2).
   4) β_7 = Koefisien Regresi Variabel Kesadaran$(X_4/(Y_1)$ berpengaruh positive terhadap Kepatuhan (Y_2).
3. Uji t
   a. Persamaan 1
      1) Tax amnesty berpengaruh tidak signifikan terhadap kesadaran wajib pajak.
      2) E-Filing berpengaruh tidak signifikan terhadap kesadaran wajib pajak.
      3) Sanksi pajak berpengaruh tidak signifikan terhadap kesadaran.
   b. Persamaan 2
      1) Tax amnesty berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
      2) E-Filing berpengaruh tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
      3) Sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
      4) kesadaran berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.
4. Uji F

   Hasil Uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai F = 15,479 signifikansi 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama bahwa Tax-*Amnesty*, Penerapan *E-Filing*, sanksi pajak dan kesadaran mempengaruhi kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta.
5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) Total dapat diperoleh sebagai berikut :
Uji (R^2) persamaan 1 didapatkan hasil 0,085
$e_1 = \sqrt{1 - {R_1}^2} = \sqrt{1 - 0{,}085} = \sqrt{0{,}915} = 0{,}956$
Uji (R^2) persamaan 2 didapatkan hasil 0,395
$e_1 = \sqrt{1 - {R_1}^2} = \sqrt{1 - 0{,}395} = \sqrt{0{,}605} = 0{,}777$
R^2total = 1- (${e_1}^2$ x ${e_1}^2$)
= 1 – (0,915 x 0,605) = 1 – 0,5535 = 0,4465
Nilai R^2total sebesar 0,4465 artinya variabel kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta dapat dijelaskan variabel *Tax-Amnesty*, penerapan *E-filing*, sanksi pajak dan kesadaran sebesar 44,65%dan sisanya 55,35% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

6. Pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total
   Hasil pengaruh langsung,tidak langsung dan pengaruh total menunjukan bahwa pengaruh langsung lebih efektif dibanding pengaruh tidak langsung. Variabel yang paling efektif yaitu sanksi pajak.



Pembahasan

a. *Tax-Amnesty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, hal ini dapat dilihat dari signifikansi 0,038 menunjukan bahwa *Tax-Amnesty* sudah memberikan kontribusi kepatuhan pada KPP Pratama Surakarta.
b. Penerapan *E-Filing* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, dapat dilihat dari signifikansi 0,650. Penggunaan variabel intervening kesadaran dalam rangka peningkatan kepatuhan wajib pajak untuk variabel *E-Filing* adalah tidak efektif
c. Sanksi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, hal ini dapat dilihat dari signifikansi 0,003 menunjukan bahwa sanksi pajak sudah memberikan kontribusi kepatuhan pada KPP Pratama Surakarta.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel penerapan tax-amnesty, E-Filing dan sanksi pajak terhadap kesadaran dan kepatuhan wajib pajak.

1. Hasil pengujian hipotesis sebagai berikut : (1) Pengaruh *Tax-Amnesty* terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (2) penerapan *E-Filing* terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (3) pengaruh sanksi pajak terhadap kesadaran berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (4) Pengaruh *Tax-Amnesty* terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan, (5) penerapan *E-Filing* terhadap kepatuhan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (6) pengaruh sanksi pajak terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan (7) pengaruh kesadaran terhadap kepatuhan berpengaruh positif dan signifikan.
2. Nilai R^2total sebesar 0,4465 artinya variabel kepatuhan wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Surakarta dapat dijelaskan variabel *Tax-Amnesty*, penerapan *E-filing*, sanksi pajak dan kesadaran sebesar 44,65% dan sisanya 55,35% dijelaskan oleh variabel lain diluar model misalnya sosialisasi,pengetahuan dll.
3. Hasil analisis jalur menunjukan bahwa: Peningkatan sanksi pajaklebih efektif melalui jalur langsung, karena hasil pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung.Pengaruh langsung sanksi pajak terhadapkepatuhan mempunyai pengaruh yang paling efektif (dominan) sebesar 0,270.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrohman, S., Domai, T., & Shobaruddin, M. (2010). IMPLEMENTASI PROGRAM E-FILING DALAM UPAYA PENINGKATAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bojonegoro). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, *3*(5), 807–811.

Anam, M. C., & Andini, R. (2016). MELAKUKAN KEGIATAN USAHA DAN PEKERJAAN BEBAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi di KPP Pratama Salatiga). *Journal of Accounting*, (1), 16.

Dalgleish, T., Williams, J. M. G. ., Golden, A.-M. J., Perkins, N., Barrett, L. F., Barnard, P. J., … Watkins, E. (2007). pengaruh sanksi perpajakan,kesadaran,pelayanan fiskus dan tingkat pemahaman terhadap kepatuhan wajib pajak. *Journal of Experimental Psychology: General*, *136*(1), 23–42.

Husnurrosyidah. (2016). Pengaruh Tax Amnesty Dan Sanksi Pajak Terhadap. *P-Issn: 2355-0228, E-Issn: 2502-8316*, *4*(Jurnal Ekonomi Syariah), 211–226.

I G. A. M. Agung Mas Andriani Pratiwi, & Putu Ery Setiawan. (2014). REKLAME DI DINAS PENDAPATAN KOTA DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia melakukan tindakan penghindaran , pengelakan dan pelalaian pajak yang pada akhirnya akan oleh beberapa faktor , salah

satunya adalah kesad. *E Journal Akuntansi UDAYANA*, *1*, 139–153.
Kusuma, I. L., & Dewi, M. W. (2018). Kebijakan Tax Amnesty : Suatu Peninjauan dalam Perspektif Etika Deontologi Sebagai Bentuk Pilihan Wajib Pajak dalam Melaksanakan Kewajiban Perpajakan. *Stie Aas Jurnal*, *18*(2), 204–214.
Nurhidayah, Sari. 2015, pengaruh penerapan sistem *e-filling*Terhadap kepatuhan wajib pajak denganPemahaman internet sebagai variabel pemoderasiPada kpp pratama klaten

Rahayu, N. (2017). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan , Ketegasan Sanksi Pajak , Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Akuntansi Dewantara*, *1*(1), 15–30.
Setiyani, N. M., Andini, R., & Oemar, A. (2018). Pengaruh Motivasi Wajib Pajak Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Kesadaran Wajib Pajak Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 1–18.
Suparni. 2018. Peran motivasi kerja dalam membangun perilaku kinerja pegawai kantor pelayanan pajak pratama Surakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Adi Unggul Bhirawa: *Thesis*.
Susmita, putu R., & Supadmi, N. L. (2016). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Penerimaan pajak adalah penerimaan dalam negeri yang paling aman dan handal , karena bersifat fleksibel terhadap pendapatan negara , dan menjadi salah satu instrumen bagi pemerinta. *Jurnal Udayana*, *14.2*(pajak), 1239–1269.

PENGARUH KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP LITERASI KEUANGAN MASYARAKAT KOTA BENGKULU

Dewi Rahmayanti, SE.,MSM
Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Kota Bengkulu di Kecamatan Gading Cempaka dan melihat pengaruh karakteristik demografi secara simultan dan parsial terhadap literasi keuangan pada masyarakat Kota Bengkulu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non random dengan metode convinience sampling sebanyak 120 orang. Hasil penelitian menyatakan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki, berusia 35- 50 tahun, berpendapatan Rp 5 juta – Rp 10 juta, mempunyai rekening di bank, berstatus tidak menikah mempunyai tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi daripada kategori pembandingnya. Usia merupakan variabel yang sangat mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat pengetahuan keuangan (financial knowledge). Semakin tinggi tingkat usia seseorang semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang keuangannya.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the level of Literasi Financial Society of Bengkulu City in District Gading Cempaka and see the influence of demographic characteristics simultaneously and partially to the financial literacy in the community of Bengkulu City. The research method used in this research is descriptive and verification method, with sampling using non random technique with convinience sampling method as much as 120 people. The results of the study indicate that respondents with male gender, aged 35-50 years, have an income of Rp 5 million to Rp 10 million, have an account at the bank, unmarried status has a higher level of financial literacy than the comparison category. Age is a variable that greatly affects the high level of financial knowledge (financial knowledge). The higher the person's age level the higher the level of knowledge about his finances.

BAB.I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai kesejahteraan. Pentingnya pengelolaan keuangan pribadi menjadi sangat jelas setelah krisis keuangan global pada tahun 2008. Sebagian besar dari rumah tangga menghadapi kesulitan keuangan, karena kehilangan pekerjaan dan tidak memiliki tabungan yang cukup untuk membayar hipotek (Navickas *et al.*, 2014). Masalah pengelolaan keuangan dikenal dengan istilah manajemen keuangan personal. Manajemen keuangan personal dapat didefinisikan sebagai suatu proses mengelola uang untuk mencapai kepuasan ekonomi atau kesejahteraan personal (Kapoor,Dlabay & Hughes, 2012).

Banyak faktor yang dapat menentukan keberhasilan seseorang dalam melakukan pengelolaan keuangan. Dalam risetnya Nyamute (2010) meneliti tentang pengaruh literasi keuangan terhadap manajemen keuangan personal dengan unit analisisnya para pegawai lembaga keuangan dan perbankan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara manajemen keuangan personal responden yang memiliki literasi keuangan dengan yang tidak.

Hasil survei literasi keuangan yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2013 sejalan dengan hasil survey Mastercard (2014). OJK menyatakan tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih sangat rendah. Survei tersebut dilaksanakan di 20 provinsi dengan jumlah responden total sebanyak 8.000 orang dengan beragam latar belakang sosial, pendidikan dan ekonomi. Hasil Survey OJK juga menyatakan skor literasi keuangan pada industri perbankan berada di angka 21, 80 %, artinya adalah dari 100 orang Indonesia, kurang lebih hanya 21 orang saja yang paham makna, fungsi dan pengelolaan keuangan di industri perbankan.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Nidar & Bestari, 2012). Faktor internal yaitu faktor karaktersitik pribadi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, ras, dan status pernikahan. Faktor eksternal yaitu faktor lingkungan seperti kondisi ekonomi (misal: inflasi, tingkat suku bunga). Beberapa peneliti menggunakan faktor karakteristik demografi (Chen & Volpe,1998; Peng*et al*, 2007, Lusardi & Mitchell, 2008a;), faktor karakteristik demografi dan keuangan (Worthington, 2006), pendidikan keuangan (Peng *et al* ., 2007),pengalaman keuangan (Mandel ,2008; Nidar & Bestari 2012; Sohn *et al*.,2012) *financial socialization agents (*Sohn *et al*.,2012*),* dan pengalaman masa kanak-kanak (Grohman *et al*., 2015).

Penelitian ini dilakukan di daerah kota Bengkulu dengan unit analisisnya adalah masyarakat yang ada di kota Bengkulu di Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka. Pengambilan Kota Bengkulu sebagai lokasi penelitian dan masyarakat di Kota Bengkulu sebagai unit analisis didasarkan pada beberapa pertimbangan dan fenomena yang terjadi. Kota Bengkulu merupakan

pusat pemerintahan yang ada di Provinsi Bengkulu. Berdasarkan data dari BPS (2012) jumlah penduduk di Kota Bengkulu sebesar 319 098. Berdasarkan Data dari Bank Indonesia pertumbuhan ekonomi diprovinsi Bengkulu pada kuartal II tahun 2015 tumbuh 5,33 % lebih rendah dibandingkan triwulan sebelumnya sebesar 5,43 %. Tekanan Inflasi meningkat pada triwulan II tahun 2015 sebesar 9,90 % (yoy) dibandingkan dengan triwulan sebelumnya sebesar 7,65 % (yoy).

Seiring dengan melambatnya perekonomian daerah, perkembangan perbankan di Bengkulu juga mengalami perlambatan (www.bi.go.id). Secara umum sejak tahun 2011 rasio jumlah simpanan terhadap jumlah rekening nasabah di perbankan Sumatera mengalami penurunan seiring dengan kondisi perekonomian Sumatera yang menunjukkan trend perlambatan. Tingkat penghimpunan dana di Provinsi Bengkulu jika dibandingkan provinsi lain di Sumatera menempati posisi yang terendah. Hal ini bisa dilihat dari gambar 1.3 dibawah ini :

Sumber: http: www.bi.go.id

Gambar 1.3 Rasio jumlah simpanan terhadap jumlah rekening nasabah di perbankan Sumatera

Selain rendahnya jumlah simpanan masyarakat kota Bengkulu, data dari Bank Indonesia menunjukkan pertumbuhan kredit konsumsi selama dua tahun terakhir (2014-2015) mengalami pertumbuhan yang stabil dan lebih besar daripada kredit investasi dan modal kerja. Meningkatnya jumlah hutang rumah tangga (kredit konsumsi) perlu mendapat perhatian yang serius, implikasinya tidak hanya bagi individu yang terlibat tetapi dampak pada sistem keuangan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan

1.2.Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pada uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas, bahwa keberhasilan atau kegagalan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya sangat ditentukan oleh tingkat literasi keuangan yang dimilikinya. Berdasarkan pada identifikasi masalah diatas, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu?
2. Apakah variabel karakteristik demografi secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap literasi keuangan pada masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu?
3.

1.3.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Kota Bengkulu di Kecamatan Gading Cempaka
2. Untuk menghasilkan kajian tentang pengaruh karakteristik demografi secara simultan dan parsial terhadap literasi keuangan pada masyarakat Kota Bengkulu di Kecamatan Gading Cempaka

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan teoritis yaitu sebagai masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang konsep literasi keuangan. Selain itu penelitian ini diharapkan juga akan memberikan kegunaan praktis bagi para pengambil kebijakan khususnya Otoritas Jasa Keuangan untuk bisa memetakan tingkat literasi keuangan, sehingga bisa mengambil kebijakan lebih lanjut.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Literasi Keuangan

Beragam definisi literasi keuangan yang telah dikemukakan oleh beberapa peneliti dan organisasi. *The Presidents Advisory Council on Financial Literacy* (PACFL, 2008) memberikan suatu konsensus definisi literasi keuangan yaitu kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup. Namun definsi yang diberikan olehPACFL tidak jelas seberapa luas definisi tersebut diterima. Literasi keuangan didefinisikan dalam berbagai varasi yaitu sebagai (a) bentuk spesifik pengetahuan, (b) kemampuan atau keterampilan untuk menerapkan pengetahuan (c) *perceived knowledge* (d) perilaku keuangan yang baik, dan bahkan (e) pengalaman keuangan. (Hung *et al*.,2009).

2.2. Pengetahuan Keuangan

Seseorang yang melek keuangan akan mempunyai beberapa pengetahuan dasar tentang konsep-konsep kunci keuangan. Pengetahuan keuangan didefiniskan oleh Bowen (2002) sebagai pemahaman istilah dan konsep kunci keuangan yang diperlukan untuk digunakan sehari hari dalam kehidupan bermasyarakat

Terdapat dua riset tentang pengetahuan keuangan. Dalam studi yang pertama, reponden menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan pengetahuan keuangan yang umum (Nidar & Bestari, 2012; Chen & Volpe, 1998), sedangkan kelompok studi yang kedua menggunakan pengetahuan keuangan sebagai proksi untuk literasi keuangan .

Sebagai suatu proksi dari literasi keuangan, beberapa peneliti seperti Brown & Graf (2013), Grohmann *et al.* (2015), Almenberg & Soderbergh(2011), menggunakan tiga pertanyaan inti yang pertama kali dikembangkan untuk Survey Kesehatan dan Pensiun Amerika tahun 2004 yang didesain oleh Lusardi dan Mitchell untuk mengukur pengetahuan keuangan. Pertanyaan itu meliputi pertanyaan tentang bunga majemuk, inflasi dan diversifikasi resiko. Indikator yang didesain oleh Lusardi dan Mitchel ini banyak digunakan oleh peneliti untuk mengukur tentang literasi keuangan.

Pemahaman mengenai tingkat suku bunga sederhana ditambah perhitungan bunga majemuk, risiko investasi, diversifikasi, inflasi dan pemahaman produk keuangan sederhana merupakan pertanyaan perngetahuan yang digunakan oleh OECD / INFE untuk mengukur pengetahuan keuangan (Atkinson & Messy, 2011)

Atkinson dan Messy (2012) menggunakan delapan pertanyaan inti yang didesain untuk mengukur pengetahuan. Delapan pertanyaan yang digunakan itu adalah : pengetahuan mengenai pembagian (*Division*) ,pengetahuan tentang nilai waktu uang (*Timevalue of money*), pembayaran bunga pinjaman (*Interest paid on loan*),

perhitungan bunga ditambah pokok (*Calculation of interest plus principle*), bunga majemuk (*Compound interest*), resiko dan return (*Risk and return),* definisi inflasi (*Definition of inflation*), dan diversifikasi (*Diversification*). OECD / INFE mensyaratkan seseorang itu mempunyai literasi keuangan jika mampu menjawab dengan benar 6 pertanyaan dari delapan pertanyaan tersebut. Hasil survey itu menyatakan bahwa tidak ada negara memiliki lebih dari 70% dari populasi mereka yang bisa menjawab setidaknya 6 pertanyaan.

2.3. Karakteristik demografi

2.3.1 Usia dan literasi keuangan

Merupakan lamanya waktu hidup seseorang dalam tahun yang dihitung sejak dilahirkan sampai berulang tahun yang terakhir. Beberapa peneliti yang menggunakan usia sebagai variabel karakteristik demografi membedakan usia respondennya dalam beberapa kategori berbeda. *Khrisna et al.* (2010) meneliti mengenai tingkat literasi keuangan dikalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, membagi usia respondenya kedalam kategori usia 17-20 tahun, 21-23 tahun, dan lebih dari 23 tahun. Hasil penelitian ditemukan bahwa tingkat usia tidak berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan mahasiwa. Sebaliknya Survey yang dilakukan oleh Australia New Zealand Bank (ANZ) pada tahun 2014 menemukan bahwa kelompok usia dibawah 25 tahun mempunyai tingkat literasi keuangan yang paling rendah. Hasil serupa juga ditemukan oleh Sekita (2011), dan Lusardi *et al.*(2010).

Lusardi & Tufano (2015) dalam penelitiannya mengenai literasi hutang, pengalaman keuangan dan kelebihan hutang membagi usia respondennya kedalam lima kategori yaitu responden usia < 30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, 51-65 tahun, > 65 tahun. Hasil penelitian Lusardi & Tufano (2015) ditemukan bahwa tingkat literasi hutang orang tua (50 tahun keatas) lebih rendah daripada orang muda.

Almenberg & Soderbergh (2011) melakukan penelitian tentang literasi keuangan dan rencana pensiun di Swedia mengkategorikan responden berdasarkan usia < 35 tahun, 36-50 tahun, 51-65 tahun, > 65 tahun. Hasil ditemukan bahwa literasi keuangan mengikuti profile bentuk punuk dengan tingkat literasi keuangan paling tinggi ditemukan pada orang dengan usia 36- 50 tahun, dan terendah dengan usia lebih dari 65 tahun. Hasil serupa juga ditemukan oleh Lusardi dan Mitchell (2011) dan Tamimi & Kalli (2015).

Nidar & Bestari (2012) melalukan penelitian mengenai literasi keuangan mahasiswa UNPAD dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penenitiannya menyatakan bahwa bahwa faktor usia tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa.

2.3.2. Jenis kelamin dan Literasi keuangan

Jenis kelamin merupakan kategori dalam masyarakat yang didasarkan pada perbedaan biologis, sehingga atas dasar tersebut terdapat responden pria dan

responden wanita. Beberapa peneliti yang menggunakan jenis kelamin sebagai variabel karakteristik demografi. Hasil penelitian mengenai peran jenis kelamin terhadap literasi keuangan ditemukan beragam. Chen dan Volpe (1998), menyatakan bahwa mahasiswa wanita mempunyai literasi keuangan yang lebih tinggi daripada mahasiswa pria. Hasil serupa juga ditemukan oleh Tamimi & Kalli (2015), Almenberg & Soderbergh (2011), Sabri *et al.* (2012).

Hasil sebaliknya dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2011), yang menyatakan bahwa kaum wanita memilikili literasi keuangan yang lebih rendah daripada kaum laki-laki. Hasil serupa juga ditemukan oleh Chen & Volpe(1998, 2002), Sekita (2011), Brown & Graf(2013), Agnew & Harrison (2015), Lisbon(2011), serta Lusardi & Tufano(2015). Nidar & Bestari (2012) menyatakan bahwa jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa UNPAD.

2.3.3 Status perkawinan dan Literasi Keuangan

Perkawinan merupakan perjodohan antara laki-laki dan perempuan menjadi suami istri. Terdapat dua macam status perkawinan yaitu kawin dan tidak kawin. Subyek dengan status menikah ini digolongkan lagi menjadi dua kelompok yaitu janda dan duda. Sedangkan keadaan tidak kawin adalah individu yang tidak mempunyai ikatan perkawinan dengan siapapun, secara hukum maupun secara agama.

Beberapa peneliti yang menggunakan status perkawinan sebagai variabel karakteristik demografi. Hasil penelitian mengenai status perkawinan terhadap literasi keuangan ditemukan beragam. Nidar & Bestari (2012) menyatakan bahwa status perkawinan tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa UNPAD. Brown & Graf (2013) menguji tentang pengaruh jenis kelamin terhadap status perkawinan (lajang versus menikah). Hasilnya adalah wanita status lajang memiliki literasi keuangan yang lebih rendah daripada perempuan yang menikah. Lusardi & Tufano (2015) menyatakan bahwa literasi keuangan paling parah ditemukan pada orang tua, kaum minoritas, dan orang dengan status bercerai.

2.3.4 Tingkat pendapatan dan Literasi Keuangan

Tingkat pendapatan adalah besarnya pendapatan yang diperoleh seseorang. Beberapa peneliti yang menggunakan tingkat pendapatan sebagai variabel karakteristik demografi membedakan tingkat pendapatannya responden dalam beberapa kategori berbeda. Mouna & Jarboui (2015) melakuan penelitian mengenai hubungan literasi keuangan dan diversifikasi portofolio di bursa saham Tunisia, membagi pendapatan tahunan kedalam empat kategori yaitu < 10.000 , (10.000-20.000), (20.000-30.000), dan > 30.000. Sekita (2011) membagi tingkat pendapatan respondennya menjadi tiga kategori yaitu : Penghasilan 4-6 juta yen, 6-8 juta yen, > 8 juta yen. Hasil penelitian Sekita (2011) menyatakan bahwa orang dengan tingkat penghasilan yang rendah memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih rendah. Hasil serupa juga didokumentasikan oleh (Lisbon, 2011), (Brown & Graf, 2013).

2.3.5. Pengalaman Keuangan dengan literasi Keuangan

Moore (2003) meneliti tentang literasi keuangan di Washington. Literasi keuangan dalam penelitian Moore (2003) mencakup,tingkat pengetahuan, tingkat pengalaman, dan perilaku keuangan. Moore menggunakan 14 pertanyaan untuk mengukur tingkat penagalaman keuangan responden. Enam pertanyaan dari 14 pertanyaan mengenai pengalaman keuangan sangat umum untuk sebagian responden yaitu

a. Memiliki rekening tabungan
b. Pernah membeli sebuah rumah,
c. Memiliki kartu kredit (saat ini),
d. Pernah mereview laporan kredit mereka guna memiliki gagasan tentang rating kredit mereka
e. Pernah *refinancing* hipotek
f. Rekonsiliasi atau menyeimbangkan buku cek mereka setiap bulan.

Hasil penelitian Moore (2003) menyatakan bahwa the *victim pool* (orang yang bermasalah dengan hutang) lebih mungkin untuk membiayai pinjaman *(refinancing*) dan mengambil pinjaman perbaikan rumah dan cenderung kurang memiliki diversifikasijangka panjang investasi atau tabungan jika dibandingkan dengan populasi umum.

Sohn (2012) meneliti tentang literasi keuangan remaja di Korea dan menyatakan bahwa pengalaman keuangan yang diproksikan dengan memiliki rekening di bank memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi daripada siswa yang tidak memiliki rekening di Bank.

Sebuah studi menggunakan data Study Kesehatan dan Pensiun (HRS) 2004 yang menguji tentang dasar pengetahuan keuangan orang dewasa yang berusia lebih dari 50 tahun. Pemahaman bunga majemuk dan efek dari inflasi dan risiko diversifikasi digunakan untuk mengukur literasi keuangan. Ditemukan bahwa buta huruf keuangan tersebar luas terutama di kalangan orang tua, perempuan, dan orang-orang dengan pendidikan yang terbatas. Hasil kalangan orang tua yang sangat mengejutkan karena sebagian besar responden di atas usia 50 cenderung memiliki lebih banyak pengalaman dengan kartu kredit dan rekening bank dan juga telah mengambil setidaknya satu hipotek dalam waktu hidup mereka (Lusardi dan Mitchell, 2006).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di paparkan diatas, maka hipotesis dalam pemikiran ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Hipotesis 1.
Variabel karakteristik demografi yang meliputi usia, jenis kelamin, status perkawinan, tingkat pendapatan, pengalaman keuangan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap pengetahuan keuangan

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1.Metode Penelitian Yang Digunakan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengaruh variabel karakteristik demografi terhadap literasi keuangan. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran karakteristik demografi, dan literasi keuangan yang terdiri dari tiga komponen yaitu pengetahuan keuangan, perilaku keuangan dan sikap keuangan. Metode verifikatif digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel karakterisitik demografi terhadap literasi keuangan (pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, sikap keuangan).

2.1. Operasional variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan diteliti yaitu variabel karakteristik demografi dan variabel literasi keuangan. Variabel karakteristik demografi terbagi atas dimensi jenis kelamin (JK), usia (U), status perkawinan (SP), Tingkat pendapatan (TI), Variabel literasi keuangan dalam penelitian ini terbagi atas dimensi pengetahuan keuangan (Fk). Adapun Konsep, dan skala pengukuran untuk semua variabel tersebut di atas dapat dijelaskan seperti yang tampak dalam tabel 4.2.1. berikut:

Tabel 4.2.1
Operasionalisasi Variabel

<table>
<tr><th>Variabel</th><th>Dimensi</th><th>Konsep</th><th>Skala</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Karakteristik Demografi</td><td>Umur (U)</td><td>Umur Responden</td><td>Rasio</td></tr>
<tr><td>Jenis Kelamin (JK)</td><td>Jenis kelamin responden dengan variabel dummy (DJK) :
<table><tr><td>Kategori</td><td>DJK</td></tr><tr><td>Laki Laki</td><td>1</td></tr><tr><td>Perempuan</td><td>0</td></tr></table></td><td>Nominal</td></tr>
<tr><td>Pendapatn (TI)</td><td>Jumlah Pendapatan yang diterima responden perbulan (Rp)</td><td>Rasio</td></tr>
<tr><td>Status Perkawinan (SP)</td><td>Status perkawinan responden dengan variabel dummy (DSP)
<table><tr><td>Kategori</td><td>DJK</td></tr><tr><td>Menikah</td><td>1</td></tr><tr><td>Lainnya</td><td>0</td></tr></table></td><td>Nominal</td></tr>
<tr><td></td><td>Pengalaman Keuangan</td><td>Kepemilikan rekening di bank dengan variabel dummy (DPK)
<table><tr><td>Kategori</td><td>DJK</td></tr><tr><td>Memiliki Rekening</td><td>1</td></tr><tr><td>Tidak Memiliki rekening</td><td>0</td></tr></table></td><td>Nominal</td></tr>
</table>

Literasi keuangan	Pengetahuan Keuangan	Pemahaman istilah dan konsep keuangan yang diperlukan untuk digunakan sehari-hari dalam kehidupan bermasyarakat Terbagi atas dua kategori :1= Skor pengetahuan keuangan diatas rata-rata 0= Skor pengetahuan keuangan dibawah rata-rata	Nominal

2.2. Metode Pengambilan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu, dimana pengambilan sampel menggunakan teknik non random dengan metode *convinience sampling.*
Dalam penelitian mutivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. (Sekaran, 2006). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 orang.

2.3. Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dimana sumber data primer adalah sumber data dimana data tersebut diperoleh langsung dari subjek yang berhubungan dengan penelitian. Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner digunakan dengan tujuan memperoleh informasi yang relevan.

Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data penelitian dimana subjek penelitian tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian, tetapi sifatnya membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi.

Adapun teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap masalah yang berkaitan dengan penelitian.
2. Kuesioner
   Kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data primer dengan cara membagi daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden agar responden tersebut memberikan jawabannya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah modifikasi dari kuesioner yang pernah digunakan oleh peneliti sebelumnya. Kuesioner yang digunakan untuk mengukur *financial knowledege, financial behavior, dan financial attitude* adalah modifikasi kuesioner dari OECD INFE (2011).

4.5. Uji Validitas dan reabilitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya. Uji validitas digunakan untuk menggambarkan tingkat instrumenyang bersangkutan apakah mampu mengukur apa yang hendak diukur. Bentuk validitas yang digunakan dalam

penelitian ini adalah validitas konstruk (*validity construct*). Validitas kontsruk membuktikan seberapa bagus hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran sesuai dengan teori dimana pengujian di rancang.. Rumus korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus *person product–moment*.

Reabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen sebagai alat ukur sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji koefisien *alpha cronbach*. Apabila ada butir yang tidak *realible*, maka butir tersebut di hapus dari angket atau menambah jumlah sampel. Untuk penyelesaian perhitungan uji validitas dan reliabilitas ini akan di gunakan program komputer SPSS.

4.6. Rancangan Analisis Data Deskriptif

Sebelum dilakukan analisis tentang pengaruh variabel karakteristik demografi terhadap literasi keuangan, terlebih dahulu dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran tentang karakteristik demografi, literasi keuangan (pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan). Adapun ukuran yang digunakan dalam analisis statistik deskriptif ini adalah rata-rata untuk menentukan apakah nilai (skor) variabel literasi keuangan (pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan) responden termasuk dalam kategori di atas rata-rata atau di bawah rata-rata. Jika nilai (skor), baik untuk literasi keuangan di atas rata-rata, maka dikatakan responden memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Sebaliknya, jika nilai (skor) rendah yaitu dibawah rata-rata maka dikatakan responden memiliki tingkat literasi keuangan dan manajemen keuangan personal yang rendah.

4.7. Analisis verifikatif

Analisis verifikatif digunakan untuk mencapai tujuan inti dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel karakteristik demografi yaitu usia, jenis kelamin, status perkawinan, dan tingkat pendapatan, terhadap literasi keuangan (pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan). Dalam analisis verifikatif ini digunakan teknik analisis regresi logistik (*logistic regression*).

Model . Karakteristik demografi dan pengetahuan keuangan (*Financial Knowledge*)

Anggap bahwa peluang seorang responden memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi (diatas rata-rata) bersyarat variabel karakteristik demografi (x) adalah P (FK =1| x) = π (x), maka persamaan model regresi logistik untuk model 1 dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\Pi(x) = \frac{e^{\beta 0+\beta 1U+\beta JK1DJK1+\beta SP1DSP1+\beta 2I+\beta PK1DPK1}}{1+e^{\beta 0+\beta 1U+\beta JK1DJK1+\beta SP1DSP1+\beta 2I+\beta PK1DPK1}}$$

$$g(x) = \text{Ln}\left(\frac{\pi(x)}{1-\pi(x)}\right)$$

$=\beta 0+\beta_1 U+\beta_{JK1}DJK_1+\beta_{2SP1}DSP_1+\beta_3 I+\beta_{4PK1}DPK_1$

Dimana :

π = peluang bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi (di atas rata-rata)

U = Umur responden

JK_1 = 1 jika responden laki-laki, 0 jika perempuan

SP_1 = 1 jika responden menikah, 0 jika bukan

I = Pendapatan responden

$PK_{1=1}$ jika responden memiliki rekening di bank, 0 jika bukan

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Demografi Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Keluarahan jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka yang berjumlah 100 orang. Sebanyak 3 sampel tidak kembali dalam proses pengumpulan data, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 97 responden. Adapun gambaran karakteristik demografi responden di Kelurahan jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka adalah sebagai berikut :

5.1.1 Responden Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan jenis kelamin.

Berdasarkan jenis kelamin, gambaran responden disajikan dalam Tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	51	52,6	52,6	52,6
	P	46	47,4	47,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Olah data

Berdasarkan Tabel 5.1 di atas terlihat bahwa jumlah responden di Kelurahan Jalan Gedang hampir berimbang antara responden laki- laki dan perempuan. Responden laki-laki berjumlah sebanyak 52,6 % sedangkan responden perempuan sejumlah 47,4 %.

5.1.2 Responden Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan pendapatan

Berdasarkan tingkat pendapatan, gambaran responden disajikan dalam Tabel 5.2 di bawah ini :

Tabel 5.1.2. Responden Berdasarkan Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	36	37,1	37,1	37,1
	2	40	41,2	41,2	78,4
	3	19	19,6	19,6	97,9
	4	2	2,1	2,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 5.2 di atas terlihat bahwa tingkat pendapatan mayoritas responden berada pada kelompok pendapatan Rp 2 jt–Rp 4.999.999. Setelah itu berada pada level dibawah dua juta rupiah. Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden di kelurahan Jalan Gedang berada pada kelompok menengah ke bawah.

5.1.3 Responden Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan umur

Tabel 5.1.3. Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-34	65	67,0	67,0	67,0
	35-50	24	24,7	24,7	91,8
	>50	8	8,2	8,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel 5.3 terlihat bahwa umur reponden mayoritas sebesar 67 % berada di kisaran dibawah 35 tahun, dengan usia minimum 19 tahun dan usia maksimum pada 60 tahun. Dari sebaran usia tersebut bisa dilihat memang pada usia itu rata-rata pendapatan seseorang berada dikisaran Rp. 2000.000 sampai dengan Rp.5000.000. Hal ini juga disebabkan di daerah Kelurahan Jalan Gedang itu sendiri, jarang di temui pengusaha muda. Rata-rata profesi orang di daerah tersebut adalah pegawai baik swasta maupun pegawai negeri.

5.1.4 Responden Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan status perkawinan

Tabel 5.1.4. Responden Berdasarkan Status Perkawinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	32	33,0	33,0	33,0
	Menikah	65	67,0	67,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Olah Data

Berdasarkan Tabel 5.4 di atas terlihat bahwa mayoritas responden menikah yaitu sebesar 67 %, sedangkan sisanya lumayan besar yaitu 33 % belum menikah atau lainnya (bercerai). Tapi jika melihat komposisi usia,dimana komposisi terbesar yaitu hampir sebesar 70 % berada di bawah 30 tahun, kemungkinan terbesar responden memang belum menikah.

5.1.5 Responden Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan pengalaman keuangan

Tabel 5.1.5. Responden Berdasarkan Pengalaman Keuangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	9	9,3	9,3	9,3
	Ya	88	90,7	90,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Olah Data

Berdasarkan Tabel 5.5. di atas terlihat bahwa mayoritas responden mempunyai rekening di bank yaitu sebesar 90,7 %, sedangkan sisanya sebesar 9,3 % tidak mempunyai rekening di Bank. Hal ini tentu saja menggembirakan bagi pemerintah, yang artinya inklusi keuangan khususnya perbankan telah berhasil.

5.2. Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5.2.1 Literasi Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Rata-rata Skor Literasi Keuangan			
	Pengetahuan Keuangan	Perilaku Keuangan	Sikap Keuangan	Total
Laki-laki	6,05	20,75	10,10	36,33
Perempuan	6,20	21,24	10,31	36,08

Dari tabel di atas terlihat bahwa secara total (gabungan pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan) responden laki-laki memiliki rata-rata skor yang sedikit lebih tinggi namun tidak terlalu signifikan dibanding responden perempuan. Perempuan mempunyai skor yang unggul pada pengetahuan dan sikap keuangan dibandingkan dengan laki-laki. Akan tetapi laki-laki mempunyai perilaku keuangan yang lebih unggul dibandingkan perempuan.

Berdasarkan kondisi rata-rata skor di atas, maka dapat dikatakan bahwa, baik secara hampir tidak ada perbedaan tingkat literasi keuangan antara responden perempuan dengan responden laki-laki. Masyarakat kelurahan Jalan Gedang perempuan memiliki tingkat pengetahuan, perilaku dan sikap keuangan yang hampir sama dengan laki-laki.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Atkinson dan Messy (2012) dari OECD yang menyatakan bahwa di Hungaria tidak ada perbedaan tingkat pengetahuan keuangan antara laki-laki dan perempuan, di Jerman dan Hungaria tidak ada perbedaan antara tingkat perilaku keuangan laki-laki dan perempuan, dan di kebanyakan negara yang disurvey, perempuan memiliki tingkat sikap keuangan yang lebih tinggi dibanding laki-laki.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Mandell (2008), Cole dkk. (2008), Worthington (2004), Chen and Volpe (1998), Lusardi and Mitchell (2006, 2008), Almenberg dan Säve-Söderbergh (2011), Monticone (2010) yang menunjukkan bahwa laki-laki dibanding perempuan lebih baik hasilnya dalam berbagai tes literasi.

5.2.1 Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Berdasarkan Usia

Tabel 4.8 menggambarkan Literasi Keuangan Pegawai Negeri Sipil Daerah Kabupaten Kuningan berdasarkan usia , baik secara total maupun secara per dimensi literasi keuangan.

Tabel 5.2.2. Literasi Responden berdasarkan Usia

Usia	Rata-rata Skor Literasi Keuangan			
	Pengetahuan Keuangan	Perilaku Keuangan	Sikap Keuangan	Total
19 – 34 tahun	5,03	22,74	8,05	35,82
35 – 50 tahun	5,96	24,79	7,08	37,83
> 50 tahun	4,75	23,63	6,25	34,63

Sumber: Data setelah diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa, baik secara total (gabungan pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan) kelompok masyarakat yang berusia yang berusia 35– 50 tahun memiliki rata-rata skor yang tinggi. Kelompok Pegawai Negeri Sipil yang berusia di atas 50 tahun memiliki rata-rata skor yang paling rendah dibanding dengan kelompok usia lainnya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil survey OJK (2013) yang menunjukkan bahwa Indeks Literasi Keuangan masyarakat berdasarkan kelompok usia, pada semua kelompok usia yang disurvei memiliki tingkat literasi yang hampir sama. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat literasi keuangan yang diakibatkan karena perbedaan usia.

Hasil penelitian ini hampir sama dengan hasil penelitian sebelumnya. Worthington (2004) menemukan bahwa di Australia orang yang berusia 50-60 tahun kemungkinan besar tingkat literasi keuangannya rendah. Almenberg dan Säve-Söderbergh (2011) menemukan bahwa di Swedia tingkat literasi tertinggi ditunjukkan oleh yang berusia 35-50 tahun. Atkinson dan Messy (2012) dari OECD menemukan bahwa di hampir kebanyakan negara, usia menengah (30–60 th) memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, sedangkan usia yang lebih tua memiliki tingkat literasi yang rendah
.

5.2.2. Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Berdasarkan pendapatan

Tabel 5.2.3. mengambarkan literasi keuangan masyarakat kelurahan jalan gedang berdasarkan tingkat pendapatan, baik secara total maupun secara per dimensi literasi keuangan.

Tabel 5.2.3
Literasi Keuangan Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Rata-rata Skor Literasi Keuangan			
	Pengetahuan Keuangan	Perilaku Keuangan	Sikap Keuangan	Total
< Rp 2 jt	5,17	23,08	7,97	36,22
Rp 2 jt – Rp 4,9	5,47	23,43	7,33	36,23
Rp 5 jt- Rp10 jt	5,21	24,21	7,79	37,21
➢ 10 jt	2	17	7,50	26,5

Sumber: Data setelah diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa, baik secara total (gabungan pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan) kelompok masyarakat yang berpendapatan di atas Rp 10.000.000. memiliki rata-rata skor yang lebih rendah dibanding dengan kelompok tingkat pendapatan lainnya.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan kerangka teori dari Delavande dkk. (2008) dan Peress (2004) yang menyatakan bahwa kekayaan berpengaruh positif terhadap literasi keuangan karena akuisisi pengetahuan keuangan mungkin dimotivasi oleh kebutuhan untuk mengelola kekayaan.

5.2.3. Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Berdasarkan Status perkawinan

Tabel 5.2.4
Literasi Keuangan Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status perkawinan	Rata-rata Skor Literasi Keuangan			
	Pengetahuan Keuangan	Perilaku Keuangan	Sikap Keuangan	Total
Menikah	5,11	23,71	7,06	35,88
Lainnya	5,50	22,53	8,88	36,91

Dari tabel di atas terlihat bahwa, baik secara total (gabungan pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan) kelompok masyarakat yang tidak menikah memiliki rata-rata skor yang lebih tinggi dibanding dengan kelompok menikah. Hasil ini berlawanan dengan Lusardi & Tufano(2015) yang menyatakan bahwa literasi keuangan paling parah ditemukan pada orang tua, kaum minoritas, dan orang dengan status bercerai.

5.2.4. Literasi Keuangan Masyarakat Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Berdasarkan pengalaman keuangan

Tabel 5.2.5
Literasi Keuangan Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Memiliki rekening	Rata-rata Skor Literasi Keuangan			
	Pengetahuan Keuangan	Perilaku Keuangan	Sikap Keuangan	Total
Ya	5,47	23,56	7,51	36,54
Tidak	3,00	21,00	9,11	33,11

Berdasarkan tabel 5.2.5 dapat dilihat bahwa mempunyai rekening di bank mempunyai literasi keuangan yang tinggi dibanding orang yang tidakmempunyai rekening. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sohn (2012) meneliti tentang literasi keuangan remaja di Korea dan menyatakan bahwa pengalaman keuangan yang diproksikan dengan memiliki rekening di bank memiliki literasi keuangan yang lebih tinggi daripada siswa yang tidak memiliki rekening di bank.

5.3. Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Anggap bahwa peluang seorang responden memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi (diatas rata-rata) bersyarat variabel karakteristik demografi (x) adalah P (FK =1| x) = π (x), maka persamaan model regresi logistik untuk model 1 dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\Pi(x) = \frac{e^{\beta 0+\beta 1U+\beta JK1DJK1+\beta SP1DSP1+\beta 2I+\beta PK1DPK1}}{1+e^{\beta 0+\beta 1U+\beta JK1DJK1+\beta SP1DSP1+\beta 2I+\beta PK1DPK1}}$$

$$g(x) = \text{Ln}\left(\frac{\pi(x)}{1-\pi(x)}\right)$$

$=\beta 0+\beta_1 U+\beta_{JK1} DJK_1+\beta 2_{SP1} DSP_1+ \beta_3 I+ \beta 4_{PK1} DPK_1$
Dimana :
π = peluang bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi (di atas rata-rata)
U = Umur responden
JK_1 = 1 jika responden laki-laki, 0 jika perempuan
SP_1 = 1 jika responden menikah, 0 jika bukan
I = Pendapatan responden
$PK_{1=1}$ jika responden memiliki rekening di bank, 0 jika bukan

Uji Secara Simultan

Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut :

H_0 : Semua $\beta_i = 0$ (variabel karakteristik demografi secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap pengetahuan keuangan)

H_1 : Semua atau salah satu $\beta_i \neq 0$ (variabel karakteristik sosial ekonomi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengetahuan keuangan)

Taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$

Kriteria uji:

Tolak H_0 *p-value* < α, terima jika lainnya

Hasil Pengujian:

Taraf signifikansi yang digunakan α=0,05

Statistik Uji yang diperoleh pada output yaitu :

Tabel 5.3.1 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	15,267	7	,033
	Block	15,267	7	,033
	Model	15,267	7	,033

Hasil Pengujian:

Nilai p-value yaitu 0,033 < 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel karakteristik demografi secara bersama berpengaruh terhadap pengetahuan keuangan. Hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) seseorang ditentukan oleh keterkaitan atau interaksi karakteristik

demorafi yang dimiliki orang tersebut, yaitu interaksi antara karakteristik usia, jenis kelamin,status, dan tingkat pendapatan, dan pengalaman keuangan seseorang.

Uji Secara Parsial

Dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05, maka hasil yang diperoleh pada output bisa dilihat pada tabel 5.3.2 dibawah ini:

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
								Lower	Upper
Step 1[a]	Umur	,059	,025	5,535	1	,019	1,061	1,010	1,115
	Jeniskelamin(1)	,033	,446	,005	1	,941	1,034	,432	2,475
	Pendapatan			1,015	3	,798			
	Pendapatan(1)	20,240	27637,479	,000	1	,999	616855885,231	,000	.
	Pendapatan(2)	20,345	27637,479	,000	1	,999	685036324,243	,000	.
	Pendapatan(3)	19,723	27637,479	,000	1	,999	367919319,975	,000	.
	statusperkawinan(1)	1,082	,567	3,640	1	,056	2,950	,971	8,963
	Pengalamankeuangan(1)	-1,987	1,145	3,014	1	,083	,137	,015	1,292
	Constant	-22,220	27637,479	,000	1	,999	,000		

a. Variable(s) entered on step 1: Umur, Jeniskelamin, Pendapatan, statusperkawinan, Pengalamankeuangan.

Berdasarkan hasil pengujian dan statistik uji yang diperoleh untuk variabel usia, jenis kelamin,status, dan tingkat pendapatan, dan pengalaman keuangan seseorang.
dapat dikatakan bahwa hanya variabel umur yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan keuangan, sedangkan variabel lainnya (jenis kelamin, pendapatan, status perkawinan dan pengalaman keuangan) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap pengetahuan keuangan.

Kolom Exp (B) menunjukkan nilai odd rasio (OR) menunjukkan bahwa seorang yang literasi keuangan tinggi mempunyai usia 1,061 kali jika dibandingkan dengan seseorang yang literasi keuangannya rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa perbedaan atau variasi tingkat umur akan menyebabkan perbedaan atau variasi pada tingkat pengetahuan keuangan (*financial knowledge*). Orang yang umurnya lebih tinggi akan memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang lebih tinggi pula. Jadi tingkat umur berpengaruh secara positif terhadap pengetahuan keuangan (*financial knowledge*).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Survey yang dilakukan oleh Australia New Zealand Bank (ANZ) pada tahun 2014 menemukan bahwa kelompok usia dibawah 25 tahun mempunyai tingkat literasi keuangan yang paling rendah. Hasil

serupa juga ditemukan oleh Sekita (2011), dan Lusardi *et al.*(2010).

Uji Kecocokan Model

Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut :
H_0 : Model fi, H_1 : Model tidak fit

Taraf signifikansi yang digunakan α=0,05

Statistik Uji :

Tabel 5.3.3.Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	7,884	8	,445

Kriteria uji :

Tolak H_0 jika *p-value < 0,05,* terima dalam hal lainnya

Hasil Pengujian:

Dapat dilihat bahwa nilai *p-value* yang diperoleh untuk statistik *Hosmer-Lemshow* (0,445) lebih besar dari 0,05 sehingga H_0 **diterima,** artinya model regresi logistik yang digunakan sudah fit.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, kesimpulan yang di dapat sebagai berikut:

1. Berbagai macam karakteristik responden yang digunakan untuk menggambarkan tingkat literasi keuangan masyarakat di Kelurahan Jalan Gedang Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki, berusia 35- 50 tahun, berpendapatan Rp 5 juta – Rp 10 juta, mempunyai rekening di bank, berstatus tidak menikah mempunyai tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi daripada kategori pembandingnya.
2. Variabel karakteristik demografi yang terdiri dari karakteristik usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, status pernikahan, dan pengalaman keuangan secara bersama berpengaruh terhadap pengetahuan keuangan (*financial knowledge*). Tinggi rendahnya tingkat pengetahuan keuangan (*financial knowledge*) ditentukan oleh keterkaitan atau interaksi diantara karakteristik karakteristik usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, status pernikahan, dan pengalaman keuangan. Usia merupakan variabel yang sangat mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat pengetahuan keuangan *(financial knowledge*). Variasi dalam tingkat usia akan menyebabkan variasi dalam tingkat pengetahuan keuangan. Semakin tinggi tingkat usia seseorang semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang keuangannya.

6.2. Saran

1. Penelitian ini dilakukan dalam lingkup masyarakat yang terbatas, yaitu di kelurahan jalan Gedang dan variabel yang diteliti juga masih sangat terbatas sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan. Untuk itu bagi peneliti-peneliti lainnya yang berminat meneliti hal yang sama, disarankan untuk melakukan penelitian dalam lingkup masyarakat yang lebih luas dan dengan variabel yang lebih banyak.Selain itu, saat ini belum banyak literatur yang membahas masalah literasi keuangan, khususnya di Indonesia, untuk itu diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi bahan literatur bagi yang memerlukan dan dapat menjadi sumbangan dalam pengembangan dunia keilmuan

DAFTAR PUSTAKA

Agnew, S., & Harrison, N. (2015). Financial literacy and student attitudes to debt: Across national study examining the influence ofgender on personal finance concepts. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 122-129.

Almenberg, J., & Soderbergh, J. S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning in Sweden. *Journal Of Pension Economics and Finance*, 10, pp. 585-598 doi:10.1017/S1474747211000497585-598.

Atkinson, A., & Messy, F. A. (2011). Assessing FInancial literacy in 12 countries: an OECD/INFE international pilot exercise. *Journal of Pension Economics and Finance*,10, pp .657-665 doi:10.1017/S1474747211000539.

Atkinson, A. and F. Messy (2012), "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study", *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 15, OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en

Bowen, C. F. (2002). Financial Knowledge Of Teens And Their Parents. *Association for Financial Counseling and Planning Education*, https://afcpe.org/assets/pdf/vol1328.pdf.

Brown, M., & Graf, R. (2013). Financial Literacy and Retirement Planning in Switzerland. *Numeracy*.Numeracy: Vol. 6: Iss. 2, Article6.

Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Servives Review*, Vol.7, No.2, pp. 107-128.

Chieffe, N., & Rakes, G. K. (1999). An integrated model for financial planning. *Financial Services Review*, 261–268.

Eagly, A., & Chaiken., S. (1995). The psychology of attitudes. *Psychology & Marketing*, 459–466.

Grohmann, A., Kouwenberg, R., & Menkhoff, L. (2015). Childhood roots of financial Literacy. *Journal of Economic Psychology*, 114-133.

Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2009). Defining and Measuring Financial Literacy. *RAND working papers series* , https://www.rand.org/.../rand/pubs/working_papers/2009/RAND_WR708.p...

Kapoor, J., Dlabay, L., & Hughes, R. J. (2012). *Personal Finance.*Tenth edition.New York: Mc Graw-Hill.

Kajian Ekonomi Dan Keuangan Regional Provinsi Bengkulu. (2015). www.bi.go.id

Khrisna, A., Sari, M., & Rofaida, R. (2010). Analisis Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, www.academia.edu/.../Analisis_tingkat_literasi_keuan...

Sohn, S.-H., et al.(2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socialization agents,financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence* doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.002

Lisbon. (2011). *Survey On The Financial Literacy Of The Portuguese Population.* Portugal : Banco De Portugal, http://www.clientebancario.bportugal.pt/.

Lusardi, A. (2008a). Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs. *NBER Working Paper No. 13824*, http://www.nber.org/papers/w13824.pdf.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2008b). Planning and Financial Literacy: How Do WomenFare? . *NBER Working Paper No.13750*, http://www.nber.org/papers/w13750.pdf

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *Journal of Pension Economics and finance*, 10, pp. 497-508, doi:10.1017/

Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics and Finance*,Vol. 14,No. 04, pp. 332 - 368.
Mandell, L. (2006). Financial Literacy: If It's So Important, Why Isn't It Improving? *Networks Financial Institute*, ssrn.com/abstract=923557
Mandell, L.(2008). The Financial Literacy of Young American Adults" Results of the 2008 National Jumpstart Coalition Survey of High School Seniors and College Students", Washington, *The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy*
Manurung, P. D. (2012). *Teori Investasi: Konsep dan Empiris.".* Jakarta: PT Adler Manurung Press.
Moore, D. L. (2003). Survey of financial literasy in washington state : knowledge, attitude, behavior and experiences. *Social and Economic Sciences Research Center*,https://www.researchgate.net
Mouna, A., & Jarboui, A. (2015). Financial Literacy and portofolio diversification : an observation from the Tunisia stockmarket. *Jounal of Bank Marketing*, 808-822.
Mastercard Financial Literacy Index Report (2014h1), http://www1.mastercard.com/content/intelligence/en/research/reports/2015/mastercard-financial-literacy-index-report-2014h1.html
Nachrowi, N. D., & Usman, H. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonometri* . Jakarta: Rajawali Press.
Navickas, M., Gudaitis, T., & Krajnakova, E. (2014). Influence of Financial Literacy on Management of Personal Finances in a Young Household. *Business: Theory and Practice*, 32–40, http://www.btp.vgtu.lt/
Nidar, S. R., & Bestari, S. (2012). Personal Financial Literacy Among University Students Case Study at Padjadjaran University Students, Bandung,Indonesia. *World Journal of Social Sciences*, Vol. 2, No. 4, pp. 162 – 171.
Nyamute, W., & Maina, J. M. (2010). Effect of Financial Literacy on Personal Financial Management Practices, http://erepository.uonbi.ac.ke:8080/handle/11295/5721.
Peng, T.-C. M., Bartholomae, S., Fox, J. J., & Cravener, G. (2007). The Impact of Personal Finance Education Delivered in High School and College Courses.J Fam Econ Iss ,Vol.28, pp. 265–284, DOI 10.1007/s10834-007-9058-7
Pankow, Debra. (2003). Financial Values,Attitudes and Goals. *North Dakota State University,http://library.ndsu.edu/*
R.Anthony, R. A. (2011). Knowledge, Attitude, Practice, and Satisfaction on Personal Financial Management Among Medical Practitioners In the Public and Private Medical Servces In Malaysia. *Thesis Submitted In Fulfilment For The Degree Of Master Of Medical Science* .
Sabri, M. F., Cook, C. C., & Gudmunson, C. G. (2012). Financial well-being of Malaysian college students. *Asian Education and Development*, Vol. 1, No. 2, pp. 153-170153-170.
Sekita, S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning in Japan. *Journal of Pension Economics and Finance*, Vol. 10, pp. 637-656 , doi:10.1017/S1474747211000527.
Sohn, S.-H., Joo, S.-H., Grable, J. E., Lee, S., & Kim, M. (2012). Adolescents' financial literacy: The role of financial socializationagents, financial experiences, and money attitudes in shapingfinancial literacy among South Korean youth. *Journal of Adolescence*,35, pp. 969-980.
Tamimi, H. A., & Kalli, A. A. (2015). Financial Literacy and Investment decision of UAE investors. *The Journal of Risk Finance*, Vol. 10 ,Iss. 5, pp. 500 - 516.
Worthington, AC. (2006). Predicting Financial Literacy in Australia, *Financial Services Review*,Vol. 15, No.1, pp.59-79.

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION FOR MANUFACTURING COMPANIES TO TRANSFER PRICING

(Basic Industrial Sectors Manufacturing Company And Chemical 2015-2017 Period)

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR UNTUK MELAKUKAN TRANSFER PRICING

(Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2017)

Linda Veronika Kewes Pratiwi[1)]

STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta
e-mail: keweslinda8@gmail.com

Abstract

This purpose of this study is to determine the factors that affect the company's decision to transfer pricing. Transfer pricing is the company's policy in determining totransfer a pricing transaction to be goods or services carried out in the company. Transfer pricing sometimes used to increase the company's profit for the company as well as sometimes can hit the tax burden. Independent variables used in this study is the tax variable, the structure of ownership, the Exchange Rate and Leverage. The dependent variable in this study is the transfer pricing are proksikan with the sale to closely related parties. The sample of this research uses 75 manufacturing company basic industrial sectors and chemistry listed on the Indonesia stock exchange in 2015-2017 that are selected on the basis of purposive sampling technique. The data used are secondary data in the form of the financial statements of the company. The results of this study is to indicate that the tax variable, Leverage, the Exchange Rate has no effect against the decision of the company to transfer pricing.the positive variable is to effect against the Ownership structure of the company decisions to transfer pricing. Adjusted R Square shows that Transfer Pricing is influenced of 6.8% by the independent variable and the rest is 93.2% explained by variables outside of this research.

Keywords: Transfer pricing, tax, ownership structures, exchange rate,
leverage

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang atau jasa yang dilakukan perusahaan. *Transfer pricing* juga terkadang digunakan perusahaan untuk menaikkan laba perusahaan serta terkadang dapat menekan beban pajak. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Pajak, Struktur Kepemilikan, *Exchange Rate* Dan *Leverage*. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* yang di proksikan dengan penjualan ke pihak berelasi. Sampel penelitian ini menggunakan 75 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017 yang diseleksi berdasarkan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pajak, *Leverage*, *Exchange Rate* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Variabel Struktur Kepemilikan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Adjusted R Square menunjukan bahwa *Transfer Pricing* dipengaruhi sebesar 6,8 % oleh variabel Independen dan sisanya 93,2 % dijelaskan oleh variabel diluar dari penelitian ini.

Kata Kunci : *Transfer pricing*, pajak, struktur kepemilikan, *exchange rate, leverage*

PENDAHULUAN

Globalisasi yang terjadi saat ini membawa perkembangan bagi perekonomian dunia. Perkembangan ekonomi yang terbaik ternyata membawa perusahaan-perusahaan untuk terus mengikuti arus ekonomi yang ada dan membuat antar perusahaan tersebut dapat bersaing dalam bisnisnya. Untuk mengembangkan usahanya maka perusahaan akan terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam pencapaian peningkatan laba. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengembangkan usahanya adalah dengan melakukan transaksi yang terjadi antar perusahaan baik transaksi dalam maupun luar negeri. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota atau divisi tersebut lazim disebut dengan *transfer pricing* (Mangoting, 2000; Marfuah & Azizah, 2014). Namun belakangan ini, *transfer pricing* telah diakui sebagai alat strategis yang dapat memudahkan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Siddique dan Ahmed, 2015).

Banyak dari isu transaksi harga transfer di Indonesia terjadi pada perusahaan perkebunan, pertambangan dan manufaktur. Seperti kasus PT Asian Agri, PT Adaro Energy dan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. PT Adaro Energy Tbk merupakan salah satu kasus harga transfer yang merugikan Indonesia karena perusahaan ini melakukan penjualan dengan perusahaan terafiliasi di Singapura yaitu *Coaltrade Service Internasional Pte Ltd*. Kasus ini mencuat seiring laporan masyarakat ke Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral.

Dari laporan tersebut PT. Adaro Energy Tbk diduga menjual batubara dibawah harga standar harga Internasional dengan rata-rata US$ 26,3 per ton selama tahun 2005 sampai dengan tahun 2006. Kemudian oleh Coaltrade, batubara itu dijual lagi ke pasar sesuai dengan harga pasaran. Hal ini dimaksudkan guna menghindari pembayaran royalty dan pajak yang harusnya dibayarkan ke kas Negara. Dalam dokumen laporan keuangan Coaltrade, terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dari Adaro.

Berbagai penelitian tentang keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* sudah dilakukan. Masing-masing penelitian menggunakan variable karakteristik yang berbeda sehingga mendapatkan hasil penelitiannya pun berbeda. Beberapa penelitian mengenai pajak dan hubungannya dengan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* telah dilakukan. Seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh Yuniasih dkk (2012) dan Saraswati dan Sujana (2017) yang menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing.*

Hasil ini menunjukkan bahwa dengan cara melakukan *transfer pricing* maka perusahaan dapat meminimalkan beban pajaknya. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing.* Begitu juga hasil dari penelitian yang

dilakukan oleh Mispiyanti (2015) yang menemukan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

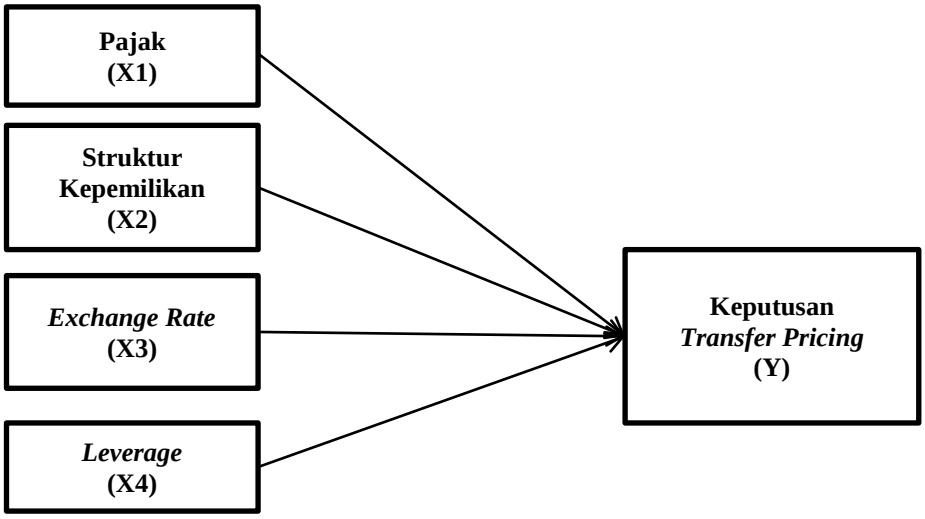
Kemudian faktor lain memungkinkan mempengaruhi perusahaan mengenai keputusan *transfer pricing* yaitu struktur kepemilikan yang dimana variable ini merupakan kepemilikan saham mayoritas. Struktur kepemilikan saham sendiri di Indonesia cenderung terkosentrasi, sehingga menimbulkan adanya pemegang potensi saham pengendali dan non pengendali (Yuniasih, 2012). Dalam hal inilah pemegang saham pengendali dan non pengendali, sehingga akan menimbulkan potensi pada pemegang sahaam untuk terlibat lebih jauh dalam pengelolaan perusahaan.

Pemegang saham pengendali yang memiliki posisi yang besar dalam mengendalikan manajemen perusahaan, maka dapat mempengaruhi keputusam-keputusan yang akan diambil perusahaan. Salah satunya adalah keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Tentunya keputusan ini di perkirakan dapat menguntungkan bagi pemegang saham non pengendali, sehingga pemikiran ini sesuai dengan hasil penelitian Diyanty dkk (2012) yang menyatakan bahwa struktur kepemilikan saham berpengaruh positif dalam keputusan *transfer pricing.*

Terdapat beberapa kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*. Faktor-faktor tersebut diantaranya pajak, struktur kepemilikan, *exchange rate*, *leverage*. Faktor-faktor tersebut akan digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*? (2) Apakah struktur kepemilikan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*? (3) Apakah *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*? (4) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis Pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing. (2)* Menganalisis Pengaruh struktur kepemilikan terhadap keputusan perusahaan untuk *transfer pricing.* (3) Pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing.* (4) Pengaruh *leverage* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing.*

Aagar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian, maka di bawah ini tercantum kerangka konseptual sebagai gambaran adanya permasalahan penelitian. Variabel yang digunakan adalah Pajak (X_1), Struktur Kepemilikan (X_2), *Exchange Rate* (X_3), *Leverage* (X_4) dan *Transfer Pricing* (Y).



Gambar 1 : Model kerangka pemikiran penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuatitatif dengan metode analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda yang digunakan sesuai dengan tujuan dan permasalahan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian adalah 75 Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017. Berdasarkan kriteria penentuan sampel, terpilih sampel sebanyak 75 sampel dari 25 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan teknik pengumpulan data secara dokumentasi yang diakses melalui website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian Uji Hipotesis

1. Statistik Deskriptif

Tabel 1
Deskripsi Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pajak	75	-1,12	10,17	,2269	1,86705
Struktur Kepemilikan	75	,00	1,00	,7600	,42996
Exchange Rate	75	-8,14	15,38	,2339	2,13781
Leverage	75	,10	5,02	1,0904	,99766
Transfer Pricing	75	,00	9,52	,2102	1,10849
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Hasil olah Data Sekunder aplikasi SPSS, 2018

Berdasarkan Tabel 1 rata-rata variabel transfer pricing adalah 0,2269. Variabel Pajak memiliki nilai minimum sebesar -1,12, nilai maksimum sebesar 10,17, nilai rata-rata sebesar 0,2269 dan *standar deviation* sebesar 1,86705. Variabel Struktur Kepemilikan memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 1,00, nilai rata-rata

sebesar 0,7600 dan *standar deviation* sebesar 0,42996. Variabel *Exchange Rate* memiliki nilai minimum sebesar -8,14, nilai maksimum sebesar 15,38, nilai rata-rata sebesar 0,2339 dan *standar deviation* sebesar 2,13781. Variabel *Leverage* memiliki nilai minimum sebesar 0,10, nilai maksimum sebesar 5,02, nilai rata-rata sebesar 1,0904 dan *standar deviation* sebesar 0,99766. Variabel *Transfer Pricing* memiliki nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 9,52, nilai rata-rata sebesar 0,2102 dan *standar deviation* sebesar 1,10849.

2. Regresi Linier Berganda

Tabel II
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,884	,269		3,289	,002		
	Pajak	-,078	,069	-,132	-1,138	,259	,938	1,066
	Struktur Kepemilikan	-,761	,296	-,295	-2,572	,012	,956	1,046
	Exchange Rate	,047	,059	,091	,793	,430	,959	1,043
	Leverage	,255	,136	,215	1,877	,065	,963	1,039

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Sumber : Hasil olah Data Sekunder aplikasi SPSS, 2018

Model regresi berganda disajikan dalam persamaan sebagai berikut:

$$TP = \alpha 0 + \beta_1 PJK + \beta_2 SKP + \beta_3 ERT + \beta_4 LVR + \varepsilon$$

$$TP = 0{,}884 + (-0{,}078)X1 + (0{,}761)X2 + 0{,}047X3 + 0{,}255X4 + \varepsilon$$

Keterangan:

TP	: *Transfer Prcing*
PJK	: Pajak
SKP	:Struktur kepemilikan
EXRATE	: *Exchange Rate*
LVRG	: *Leverage*
$\alpha 0$	: konstanta;
$\beta_{1....}\beta_4$	: koefisien regresi;
ε	: error term.

3. UJI T

Tabel III
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,884	,269		3,289	,002		
	Pajak	-,078	,069	-,132	-1,138	,259	,938	1,066
	Struktur Kepemilikan	-,761	,296	-,295	-2,572	,012	,956	1,046
	Exchange Rate	,047	,059	,091	,793	,430	,959	1,043
	Leverage	,255	,136	,215	1,877	,065	,963	1,039

a. Dependent Variable: Transfer Pricing

Sumber : Hasil olah Data Sekunder aplikasi SPSS, 2018

Berdasrkan hasil Uji t diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Variabel Pajak pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,259 dimana dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa nilai sig > α yakni (0,259 > 0,05). Berarti H_o diterima dan H_a ditolak. Jadi pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
2) Variabel Struktur Kepemilikan pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,012 dimana dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa nilai sig < α yakni (0,012< 0,05). Berarti H_o ditolak dan H_a diterima. Jadi struktur kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.
3) Variabel *Exchange Rate* pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,430 dimana dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa nilai sig > α yakni (0,430 > 0,05). Berarti H_o diterima dan H_a ditolak. Jadi *Exchange Rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing.*
4) Variabel *Leverage* pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,065 dimana dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa nilai
5) sig > α yakni (0,065 > 0,05). Berarti H_o diterima dan H_a ditolak. Jadi *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Transfer Pricing*.

PEMBAHASAN

1. **Pengaruh Pajak terhadap keputusan *transfer pricing***

Pada variabel pajak diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,259 seperti yang terlihat pada tabel .9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel Pajak 0,259 > 0,05 yang artinya H_1 ditolak, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Hasil penelitian

ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miapiyanti (2015) dimana hasilnya Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan transfer pricing. Dalam perkembangannya, upaya perusahaan dalam meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dapat dilakukan melalui manajemen pajak (Suandy, 2011). Kemudian menurut Suandy (2011), tujuan manajemen pajak dapat dibagi menjadi dua yaitu menerapkan peraturan perpajakan secara benar dan usaha efisiensi untuk mencapai laba dan likuiditas yang seharusnya.

2. **Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap keputusan *transfer pricing***

Pada variabel struktur kepemilikan diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,012 seperti yang terlihat pada tabel 9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel Struktur Kepemilikan 0,012 < 0,05 yang artinya H_2 diterima, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa struktur kepemilikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Hipotesis kedua tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian sesuai dengan yang dihipotesiskan atau hipotesis diterima. Struktur kepemilikan menjadi salah satu alasan bagi banyak perusahaan melakukan *transfer pricing.*

3. **Pengaruh *Exchange Rate* terhadap keputusan *transfer pricing***

Pada variabel *exchange rate* diketahui memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,430 seperti yang terlihat pada tabel 9. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan, tidak didukung. Artinya besar-kecilnya *exchange rate* tidak mempengaruhi pertimbangan perusahaan apakah perusahaan akan memilih untuk melakukan keputusan *transfer pricing* atau memilih untuk tidak melakukan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Andri Puren Noor Azizah (2014) dimana hasilnya *exchange rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

4. **Pengaruh *Leverage* terhadap keputusan *transfer pricing***

Pada variabel *leverage* diketahui memilki tingkat signifikansi sebesar 0,065 seperti yang terlihat pada tabel 9. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi variabel *leverage* 0,430 > 0,05 yang artinya H_4 ditolak, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Hipotesis keempat tersebut menunjukkan bahwa hasil pengujian tidak sesuai dengan yang di hipotesiskan atau hipotesis ditolak. Hal tersebut memiliki arti bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh atas indikasi melakukan *transfer pricing.* Manajer perusahaan yang mempunyai *ratio leverage (debt/equity)* yang besar akan lebih suka memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan laporan earning untuk periode mendatang ke periode sekarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh zahrotun nisa (2017) dimana hasilnya *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini maka peneliti dapat menarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa :
   a. Pajak berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap *Transfer Pricing.*
   b. Struktur kepemilikan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *Transfer Pricing.*
   c. *Exchange rate* berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap *Transfer Pricing.*
   d. *Leverage* berpengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap *Transfer Pricing.*
2. Pada model *summary* diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,068, dimana hal ini menunjukkan bahwa *Transfer pricing* dipengaruhi sebesar 6,8% oleh Pajak, Struktur Kepemilikan, *Exchange Rate, Leverage*, sedangkan sisanya sebesar 93,2% dijelaskan oleh variabel yang lain diluar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Marfuah. Azizah, Andi Poren. 2014. *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Exchange Rate pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Audit Indonesia. Vol. 18, (2), pp: 156-165.

Mangoting, Y. 2000. *Aspek Perpajakan Dalam Praktek Transfer Pricing. Jurnal Akuntansi & Keuangan*. Vol. 2, (1), pp: 69-82.

Mispiyanti. 2015. Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive,dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing*. Jurnal Akuntansi dan Investasi. Vol. 16, (1), pp: 62-73.

Pohan, Chairil Anwar. 2013. *Manajemen Perpajakan*, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Santosa, I. 2004. *Advance pricing agreement* dan problematika *transfer pricing* dari perspektif perpajakan Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 6 (2) : 123-139

Tiwa, Evan, M., D, P, E, Saerang., V, Z, Tirayoh,.2017. *Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing terhadap Penerapan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bei Tahun 2013-2015.* Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 5, (2), pp; 2666-2675.

Waluyo. 2016. *Akuntansi Pajak*. Jakarta: Salemba Empat.

www.idx.co.id