

EMBISS

JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL

<https://embiss.com/index.php/embiss/index>

Volume 1 No. 2, Februari 2021



CV. OLAH DATA INTEGRA SOLUSINDO (ODIS)

SAMBIREMBE RT. 002/001. KECAMATAN KARANGREJO—MAGETAN –JAWA TIMUR 63395

Editorial Team

EDITORIAL IN CHIEF

Mohammad Sofyan, S.E., M.M

EDITOR

1. Pandoyo Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jakarta. Indonesia
2. Firda Hariyanti. Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan. Jawa Timur. Indonesia
3. Yusriadi. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Puangrimaggalatung, Makassar, Indonesia

REVIEWER

Deby Rita Karundeng. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo, Indonesia

Adhy Firdaus. STIE Ganesha. Jakarta, Indonesia

Miguna Astuti. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Puji Muniarty. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. NTB, Indonesia

Siti Mariam. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jakarta, Indonesia

Soleh. Universitas Wiralodra. Jawa Barat. Indonesia

IT: Misbachushudur

DAFTAR ISI

Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Saat Pandemi Covid-19 Tiara Cantika Putri, Ce Gunawan	56-65
PDF	
Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mebel Rumah Q-Ta Widia, Ce Gunawan	66-74
PDF	
Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli Erika Desi Lestari, Ce Gunawan	75-82
PDF	
PEMBINAAN DAN PELATIHAN DALAM PENGEMBANGAN WIRAUSAHA PROGRAM KEGIATAN WIRAUSAHA MUDA SUMENEP (WMS) UNTUK MENGEMBANGKAN KEWIRAUSAHAAN Bahasa Indonesia Mohammad Imam Sufiyanto, Shalehoddin	83-92
PDF	
LEARNING INNOVATIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC TIME ISLAMIC EDUCATION (PAI) IN SEKOLAH DASAR NEGRI 9 KAMPUNG BARU KECAMATAN SIMPANG EMPAT KABUPATEN TANAH BUMBU KALIMANTAN SELATAN Ranah	93-108
PDF	
Implementation of Accounts Receivable Control Against the Risk of Doubtful Accounts at PT. Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch Amin Sadiqin	109-114
PDF	
Pengaruh Motivasi dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gerai Terpadu Indonesia Yuda Supriatna	115-125
PDF	
Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Endah Fantini, Mohammad Sofyan, Ade Suryana	126-131
PDF	
Pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin Marisa Hardiyanti Shallim Putri, Titien Agustina, TA Hariyono, Muhammad Jahri	132-143
PDF	
Minat Berprofesi Di Bidang Perpajakan Sebelum Dan Sesudah Mengikuti Brevet Pajak Omi Pramiana, Firdhatul Umroh, Alfiary Pradana Mellenio, Arina Mustofia	144-149
PDF	
Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Triwulan Tahun 2012- 2018 Moh Abdul Basir, Mulya E Siregar, ETTY Puji Lestari	150-163
PDF	

Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli *Online* Saat Pandemi Covid-19

Tiara Cantika Putri¹, Ce Gunawan²

Program Studi Manajemen, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi,
Jawa Barat, Indonesia

Koresponden: tiaracantika0892@gmail.com

Abstract.

This study was conducted to examine the extent of the influence of product diversity and trust in online buying interest during the Covid-19 pandemic in the millennial community in Sukabumi. This type of research is categorized as a descriptive study using a quantitative approach. The population is all millennials in Sukabumi. In this study, the number of samples used 100 respondents. Data collection techniques through online questionnaires using a Likert scale. Data sources are primary data and secondary data. Testing the quality of the instrument using the validity test and reliability test. The next test is testing the fulfillment of classical assumptions and multiple linear regression analysis, including t statistical testing and F statistics. The results of the study found that partially and simultaneously product diversity and trust variables have a positive and significant effect on purchase interest variables.

Keywords: *product Diversity; Purchase Interest; Trust.*

Cronicle of Article: Received (30,12,2020); Revised (15,01,2021); and Published (02,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Putri, TC., & Gunawan, C (2021) 'Pengaruh Keragaman Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli *Online* Saat Pandemi Covid-19'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.56-65. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Akhir tahun 2019 dunia digencarkan dengan muncul nya virus yang dikabarkan pertama kali ditemukan di kota Wuhan Tiongkok pada 31 Desember 2019. Virus ini mulai menyebar ke berbagai wilayah sehingga virus ini menjadi pandemi global. Indonesia menjadi salah satu negara yang terdampak pandemi Covid-19 sejak awal Maret 2020, Indonesia sudah merasakan berbagai dampak yang cukup besar di semua sektor kehidupan terutama dalam sektor ekonomi akibat dari pandemi ini. Oleh sebab itu pemerintah terus melakukan upaya-upaya keras untuk mengantisipasi meluasnya penyebaran virus tersebut, termasuk di wilayah Jawa Barat. Jawa Barat saat ini menduduki peringkat ke-3 (tiga) dengan kasus positif Covid-19 terbanyak di Indonesia.

Sehubungan dengan diberlakukannya *social distancing* dan *Work From Home* atau WFH membuat masyarakat dalam melakukan kegiatan menjadi lebih terhambat, karena pada masa pandemi ini masyarakat disarankan untuk tidak keluar rumah dan dengan diberlakukannya *social distancing* masyarakat sangat dilarang untuk berkegiatan yang sifatnya berkumpul atau berkelompok. Disamping itu masyarakat harus tetap memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Hal

ini mempengaruhi kehidupan masyarakat termasuk dalam sektor ekonomi, banyak toko dan tempat jual beli yang ditutup sementara waktu sehingga membuat masyarakat menjadi sulit untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Larangan untuk keluar rumah membuat ruang gerak masyarakat menjadi lebih sempit, padahal pada saat seperti ini kebutuhan hidup tetap berlangsung dan semakin bertambah. Untuk mengatasi keadaan ini masyarakat mulai untuk melakukan kegiatan berbelanja secara *online* karena selain tidak perlu keluar rumah, saat ini memang sudah banyak kebutuhan hidup yang dijual secara *online*. Hal itu berdampak pada tren minat beli secara *online*. Tren ini biasanya banyak dilakukan oleh konsumen kalangan muda, karena golongan usia muda inilah yang banyak menggunakan fasilitas *online* untuk memenuhi kebutuhannya meskipun saat tidak dalam kondisi pandemi. Mayoritas dari mereka tergolong aktif dalam penggunaan internet untuk melakukan pencarian produk atau jasa secara *online* melalui berbagai marketplace yang ada di Indonesia, seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli, Lazada, dan lain-lain.

Selain karena banyaknya kebutuhan, minat beli secara *online* dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga, tingkat kepercayaan, keleluasaan waktu, dan produk yang bervariasi/ keragaman produk. Keragaman produk merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian secara online, semakin bervariasi produk yang ditawarkan maka semakin banyak minat beli. Biasanya variasi produk yang ditawarkan secara online akan cenderung lebih bervariasi dibandingkan offline. Faktor yang mempengaruhi berikutnya adalah kepercayaan yang merupakan dasar dalam sebuah hubungan antara pihak penjual dan pembeli online yang saling menguatkan agar terjadi hubungan timbal balik yang saling menguntungkan satu sama lain. Dalam sistem jual beli *online* faktor kepercayaan selalu menjadi pertimbangan karena dalam prakteknya pembeli tidak dapat melihat secara langsung barang yang dijual dan si penjual pun terkadang tidak dapat langsung menerima pembayarannya, dalam kata lain tidak ada transaksi yang dilakukan secara nyata hanya berdasarkan rasa kepercayaan.

Tabel 1.
Data Pengunjung Marketplace

PERINGKAT	MARKETPLACE	PENGUNJUNG WEB BULANAN		
		Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020
1	SHOPEE	72.973.300	71.533.300	93.440.300
2	TOKOPEDIA	67.900.000	69.800.000	86.103.300
3	BUKALAPAK	39.263.300	37.633.300	35.288.100
4	LAZADA	28.383.300	24.400.000	22.021.800

Sumber: iprice.co.id

Berdasarkan data pengunjung marketplace pada masa pandemi ini dengan tren berbelanja online beberapa market place mengalami peningkatan pengunjung web bulanan, namun dengan beralihnya tren berbelanja menjadi belanja online, justru Lazada menjadi salah satu marketplace yang mengalami penurunan pengunjung yang sangat drastis jika dibandingkan dengan marketplace lain. Lazada mengalami penurunan pengunjung sebanyak 6.361.500 pengunjung sejak sebelum terjadinya pandemi covid-19 ini. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana **pengaruh keragaman produk dan kepercayaan terhadap minat beli secara *online* pada saat pandemi Covid-19 pada generasi muda di Sukabumi.**

LITERATUR REVIUW

Keragaman Produk

Menurut Kotler & Keller (2007), keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun masa mendatang. Keragaman produk menciptakan ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja online. Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi (Botti & Iyengar 2006).

Kepercayaan

Leeraphong dan Mardjo (2013) menyatakan bahwa kepercayaan adalah faktor yang penting, yang membuat konsumen tertarik untuk membeli produk *online*. Kepercayaan terhadap *online shop* sangat penting dan keragaman interaksi *online* melalui media sosial. Dari hasil yang dirasakan konsumen, kepercayaan belanja secara *online* memengaruhi niat pembelian melalui media sosial. Menurut Hsiao, dkk dalam Rosian Anwar dan Wijaya Adidarma (2016) dalam penelitiannya mendefinisikan kepercayaan terhadap belanja *online* sebagai kesediaan konsumen dalam mempercayai belanja *online*. Saat belanja online pembeli tidak pernah bertemu dengan penjual, maka dari itu diperlukan kepercayaan dari pembeli kepada penjual. "Apabila tidak ada kepercayaan dari konsumen maka transaksi online tidak mungkin terjadi karena kepercayaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara online" (Yunita, dkk, 2019:91).

Faktor kepercayaan menjadi faktor kunci dalam setiap jual beli secara *online*, karena produk yang di jual dan di tawarkan oleh penjual merupakan produk yang semu, dalam arti produk masih berupa bayangan saja, tidak berupa bentuk nyata. Persepsi konsumen dari konsistensi dan kejujuran pengecer *online* yang ditemukan menjadi pengaruh yang kuat pada kepercayaan konsumen di *online shop* (Rose et al., 2011). "Faktor kepercayaan dalam toko online berkaitan erat dengan keyakinan konsumen pada perantara dan vendor online" (Chen dan Dillon, 2003). "Semakin tinggi kepercayaan konsumen, maka semakin tinggi tingkat minat pembelian konsumen" (Gefen dan Straub, 2004).

Kepercayaan dalam penelitian ini adalah keyakinan yang timbul pada diri konsumen mengenai produk yang akan diperoleh dengan pembelian *online* sesuai dengan yang ditawarkan. Indikator dari kepercayaan menurut Kim et al. (Sukma Abdurrahman Adi, 2012) adalah sebagai berikut: (1) Keyakinan akan jaminan kepuasan jika membeli secara *online*; (2) Perhatian terhadap informasi tentang pembelian *online*; dan (3) Transparansi informasi mengenai pembelian *online*.

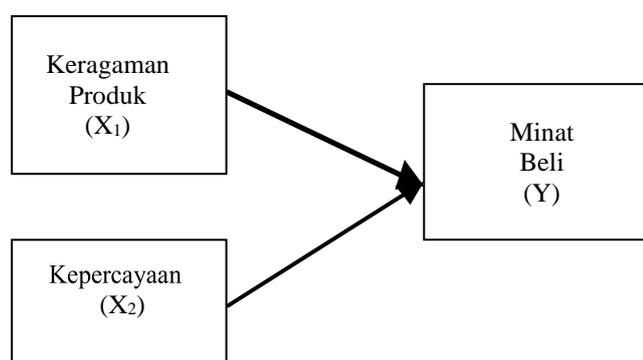
Minat Beli

Kotler dan Keller (2016:137) menyatakan bahwa "minat beli adalah perilaku knsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian". Sedangkan minat beli menurut Sciffman dan Kanuk (2015:228) " suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu". Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang

dibutuhkan pada periode waktu tertentu (Ali Hasan, 2014: 173). Setiadi (2011:216), menyatakan bahwa minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek, sehingga dari dua tahap tersebut muncullah minat untuk membeli.

Minat beli dalam penelitian ini adalah keinginan atau rencana seseorang untuk membeli suatu produk dalam jumlah dan waktu tertentu. Indikator dari minat beli menurut Ali Hasan (2014: 173) adalah sebagai berikut: (1) Kemantapan hati dalam pembelian *online*; (2) Selalu mencari informasi tentang pembelian *online*; (3) Tidak mencari informasi tentang cara pembelian yang lain; (4) Keinginan untuk melakukan pembelian *online*; (5) Usaha mereferensikan ke orang lain dalam pembelian *online*; dan (6) Perkiraan kepuasan yang akan diperoleh dengan pembelian *online*.

Dari kajian teori di atas, maka kerangka berfikir teoritis dapat terbentuk seperti di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti, 2020

Hubungan antara keragaman produk dan minat beli

Oppenheim dan Ward (2006), menjelaskan bahwa alasan utama saat orang berbelanja melalui internet adalah kenyamanan. Konsumen cenderung memilih marketplace dengan produk yang beragam dalam minat untuk membeli pada toko *online*, di mana keragaman produk akan mempengaruhi minat belanja seseorang. W Nur (2016) dalam penelitiannya menemukan secara signifikan keragaman produk memiliki pengaruh dengan minat beli konsumen. Dari uraian di atas maka hipotesa yang dapat dibentuk adalah:

H1 = Semakin beragam produk maka semakin tinggi minat beli seseorang.

Hubungan antara kepercayaan dan minat beli

“Semakin tinggi kepercayaan konsumen, maka semakin tinggi tingkat minat pembelian konsumen” (Gefen dan Straub, 2004). Setiadi (2011:216), menyatakan bahwa minat beli dibentuk dari sikap konsumen terhadap produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek, sehingga dari dua tahap tersebut muncullah minat untuk membeli. Sementara itu menurut Koufaris dan Hampton Sosa (2004), kepercayaan konsumen akan *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Kepercayaan dianggap faktor penting dan merupakan salah satu faktor kritis dalam stimulan transaksi secara *online*. Mahkota et al., (2014) menyatakan kepercayaan mampu membangkitkan keputusan membeli konsumen secara positif. Dari uraian di atas maka hipotesa yang dapat dibentuk adalah:

H2 = Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi minat beli seseorang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (independen) yaitu keragaman produk (X1) dan kepercayaan (X2), serta satu variabel terikat (dependen) yaitu minat beli (Y). Metode penelitian yang dipilih adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat millennial di Sukabumi yang melakukan aktifitas pembelian secara *online* di marketplace Lazada. Lokasi penelitian adalah di Kota Sukabumi, Jawa Barat. Subjek penelitian ialah masyarakat generasi muda sukabumi yang melakukan aktifitas pembelian secara online di marketplace Lazada. Penentuan sampling menggunakan teknik sampling dengan rumus slovin. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang dipakai 100 responden. Untuk menganalisis data hasil survey, menginterpretasi hasil penelitian maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara keragaman produk dan kepercayaan terhadap minat beli secara online. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online. Skala pengukuran variabel menggunakan skala *Likert*. Sumber data yang digunakan yaitu data primer yakni data yang diperoleh secara langsung melalui kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dalam bentuk dokumen-dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji 1 sisi. Hasil uji validitas variabel keragaman produk disajikan pada tabel 2, variabel kepercayaan pada tabel 3, dan variabel minat beli pada tabel 4, sebagai berikut:

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1_1	0,833	0,615	valid
X1_2	0,787	0,615	valid
X1_3	0,866	0,615	valid
X1_4	0,907	0,615	valid

Sumber: Olah Data (2020)

Hasil tabel 2 menunjukkan bahwa untuk variabel keragaman produk dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2_1	0,934	0,615	valid
X2_2	0,908	0,615	valid
X2_3	0,925	0,615	valid
X2_4	0,953	0,615	valid
X2_5	0,913	0,615	valid

Sumber: Olah Data (2020)

Hasil tabel 3 menunjukkan bahwa untuk variabel kepercayaan dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas Minat Beli

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,835	0,615	valid
Y_2	0,779	0,615	valid
Y_3	0,884	0,615	valid
Y_4	0,784	0,615	valid
Y_5	0,821	0,615	valid

Sumber: Olah Data (2020)

Hasil tabel 4 menunjukkan bahwa untuk variabel minat beli dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel jika hasilnya $\alpha > 0,06$. Berikut ini disajikan tabel hasil uji reabilitas.

Tabel 5.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
Keragaman Produk	0,807	$>0,600$	Reliabel
Kepercayaan	0,831	$>0,600$	Reliabel
Minat Beli	0,810	$>0,600$	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil uji reliabilitas dari tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha atas keragaman produk sebesar 0,807, variabel kepercayaan 0,831 dan variabel minat beli 0,810. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan setiap variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan grafik normal pp-plot, disajikan sebagai berikut:

Tabel 6.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.71957712
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.051
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

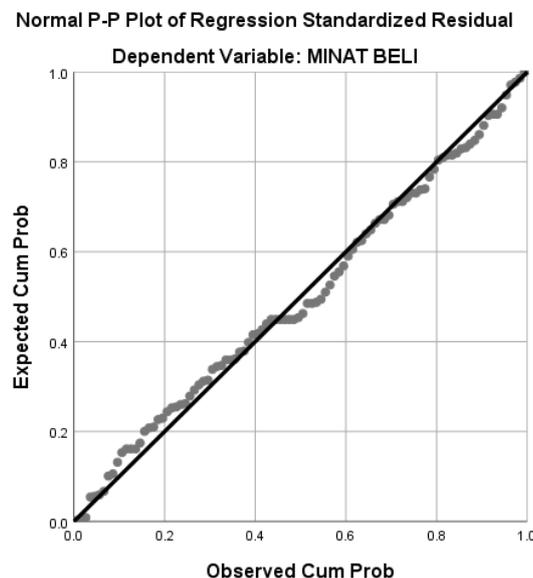
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Dari hasil tabel 6 menunjukkan bahwa hasil dari Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0,200 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual telah memenuhi asumsi distribusi normal.



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Dapat dilihat bahwa hasil grafik p-p plot menunjukkan titik titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik p-p plot di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleran $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 .

Tabel 7.
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1	(Constant)	5.044	1.614		3.125	.002		
	KERAGAMAN PRODUK	.226	.114	.218	1.977	.051	.507	1.971
	KEPERCAYAAN	.460	.110	.461	4.185	.000	.507	1.971

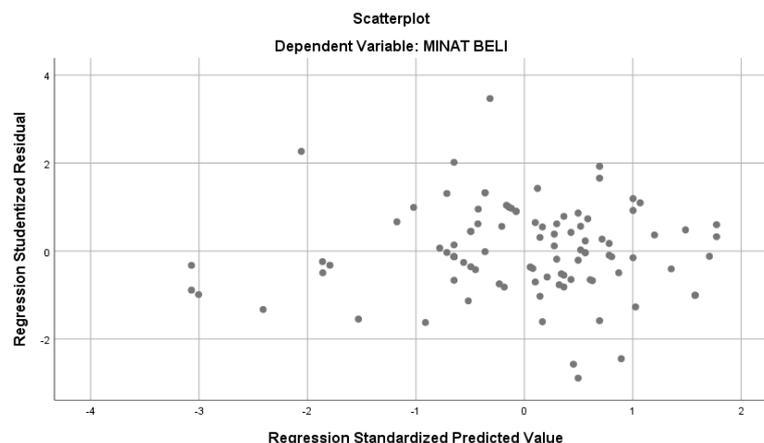
a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil perhitungan pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel bebas/independen, yaitu variabel X1 (keragaman produk) dan variabel X2 (kepercayaan) mempunyai nilai output VIF yang sama yaitu sebesar 1.971 dan nilai output tolerance masing-masing variabel menunjukkan angka yang sama pula yaitu 0,507. Setiap variabel bebas

mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai tolerance >0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi ini.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain atau tidak.



Gambar 3. Grafik P-P Plot
Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Berdasarkan Grafik Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kaidah keputusan statistik:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis alternative (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Terdapat dua hipotesis alternatif pada penelitian ini, yaitu H_{a1} : Keragaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli, dan H_{a2} : kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli. Hasil pengujian statistik t disajikan pada tabel 8 berikut:

Tabel 8.
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.495	1.662		2.705	.008
	KERAGAMAN PRODUK	.362	.113	.246	3.197	.002
	KEPERCAYAAN	1.212	.145	.643	8.373	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Model regresi linier ini adalah: $Y = 4,495 + 0,362 (X_1) + 1,212 (X_2)$, dimana:

1. Konstanta: 4,495 besarnya variabel keputusan pembelian yang tidak dipengaruhi variabel keragaman produk dan kepercayaan, atau variabel bebas = 0, maka nilai keputusan pembelian sebesar 4,495.

2. Koefisien keragaman produk sebesar 0,362 menunjukkan bahwa jika variabel kepercayaan ditingkatkan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,362 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien kepercayaan sebesar 1,212 menunjukkan bahwa jika variabel keragaman produk ditingkatkan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 1,212 dengan asumsi variabel lain konstan.

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel 7 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil Uji Hipotesis 1: Pengaruh keragaman produk Terhadap minat beli

Hasil pengujian yang terdapat pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel keragaman produk memiliki tingkat signifikan 0,002 atau lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung 3,197 > t tabel 1.660. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga Ha1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

2. Hasil Uji Hipotesis 2: Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli

Hasil pengujian yang terdapat pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung 8,373 > t tabel 1.660. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga Ha2 diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Sebagai tambahan, pengujian statistik F untuk menguji pengaruh simultan keragaman produk dan kepercayaan terhadap minat beli dapat dilihat pada tabel 9 di bawah ini. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka kedua variabel independen dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya apabila nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 9.
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	307.331	2	153.665	32.569	.000 ^b
	Residual	457.659	97	4.718		
	Total	764.990	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KERAGAMAN PRODUK

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Berdasarkan hasil tabel 9, dapat dilihat bahwa dari hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 32,569 > F tabel sebesar 3.09 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka menerima bahwa keragaman produk dan kepercayaan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian.

Variabel Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara online pada Lazada di Kota Sukabumi. Penelitian ini membuktikan bahwa Semakin beragam produk yang dimiliki Lazada, maka semakin baik atau tinggi pula minat beli konsumen.

Variabel kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* pada Lazada di Kota Sukabumi. Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap Lazada, maka semakin baik atau tinggi pula minat beli konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat beli pelanggan (Mahkota et al., 2014).

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh keragaman produk dan kepercayaan terhadap minat beli secara *online* pada Lazada di Kota Sukabumi, dapat diambil simpulan bahwa pertama, keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada Lazada di Kota Sukabumi. Responden mempertimbangkan indikator keragaman produk paling tinggi pada kesesuaian dengan kebutuhan. Kedua, kepercayaan berpengaruh minat beli secara *online* pada Lazada di Kota Sukabumi. Responden mempertimbangkan indikator harga paling tinggi pada kesesuaian harga dengan kualitas produk.

saran diberikan untuk kepentingan penelitian di masa mendatang, yaitu dapat mempertimbangkan untuk mengkaji pengaruh variabel lain yang dapat memengaruhi minat beli. Dan Lazada harus lebih banyak fokus pada peningkatan keragaman produk dan kepercayaan konsumen karena efek keragaman produk dan kepercayaan sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma W dan Anwar R (2016), Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Beli Belanja *Online*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 155-168.
- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting Dimensions of Consumer Trust in eCommerce, *Information Technology and Management*, 4,303-318.
- Gunawan, Ce. 2018. Mahir Mengenai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS 25). Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama)
- Kotler, P. (2012). Dasar-dasar manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPEE.
- Koufaris, M., Hampton-Sosa, W, (2004), The Development of Initial Trust in An Online Company by New Customers, *Information and Management*, January, (41:3), pp. 377-397.
- Leeraphong, A and A.Mardjo, (2013), Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand, *Journal of Economics, Business and Management*, 1(4) pp.321-342.
- Mahkota, Andi Putra., Imam Suyadi dan Riyadi, (2014), Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada Pelanggan *Website Ride Inc*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2) pp: 12-23.
- Nahla Rahma Yunita, dkk. (2019). "Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Bukalapak". *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol.3, No. 1.

Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Mebel Rumah Q-Ta)

Widia¹, Ce Gunawan²

Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia

Koresponden: widiاهرliana72@gmail.com

Abstract.

This study aims to examine the effect of online marketing and service quality on purchasing decisions at furniture store Rumah Q-ta in Sukabumi City. This research category is categorized as descriptive research using a quantitative approach. The population of this research is the consumer of furniture store Rumah Q-ta in Sukabumi City. The research sample was 100 respondents. Data collection using a questionnaire. Testing the quality of the instrument using validity and reliability tests. Further testing the fulfillment of classical assumptions and multiple linear regression analysis which includes the t statistical test and F statistical test. The result showed that partially and simultaneously online marketing and service quality had a positive and significant influence on purchasing decision variables. Consumers view the online marketing of furniture store Rumah Q-ta as very attractive and good, the service quality is under what consumers want.

Keywords: *online marketing; service quality; purchasing decisions.*

Cronicle of Article: Received (30,12,2020); Revised (15,01,2021); and Published (02,02, 2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Widia, & Gunawan, C (2021) 'Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Mebel Rumah Q-Ta)'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.66-74. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi tidak bisa di hindari dalam kehidupan ini, sebab kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Contoh kemajuan teknologi yaitu dalam bidang internet, didukung dengan semakin berkembangnya inovasi-inovasi penjualan dalam bidang industri yang menggunakan internet untuk pemasaran produk, dengan kata lain para pelaku industri menggunakan konsep pemasaran *online*.

Pemasaran *online* dapat dilakukan oleh pelaku industri melalui situs media sosial seperti *Facebook, Instagram, WhatsApp* dan *market place* yang dapat mudah diakses seperti *Shopee, Lazada, TokoPedia*, dan lainnya untuk meningkatkan profit penjualan karena pelaku industri dapat melakukan dua pemasaran sekaligus secara offline maupun *online*. Kotler & Armstrong, (2004) menyatakan bahwa e-marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Dalam hal ini tentunya perlu diperhatikan faktor-faktor yang dapat jadi pendukung dalam Pemasaran *online*. Faktor tersebut adalah kualitas pelayanan dan keputusan pembelian, dalam melakukan transaksi *online* tentunya pihak pembeli dan penjual tidak bertatap muka secara langsung untuk melakukan transaksi jual-beli, maka dari itu kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk memutuskan mau membeli atau tidaknya suatu produk yang ditawarkan.

Toko Mebel Rumah Q-ta merupakan salah satu penjual retail *furniture* yang sudah memiliki cabang di berbagai daerah. Rumah Q-Ta memiliki konsep pemasaran secara offline maupun *online* dan Rumah Q-ta memiliki dua divisi yaitu rumah Q-ta untuk pembelian secara cash dan murabbahah untuk pembelian secara kredit. Hal ini ditawarkan untuk mempermudah bagi masyarakat yang tidak memiliki dana dalam melakukan pembelian secara cash maka salah satunya dengan pembelian secara kredit yang menawarkan kredit syariah. Namun dalam masa pandemi yang tengah melanda negeri ini, penjualan mengalami penurunan yang sangat drastis baik secara cash maupun kredit. Hal ini disebabkan oleh para pembeli mengalami kekhawatiran untuk melakukan pembelian karena kurangnya protokol kesehatan yang digunakan oleh para pegawai. Menurut Fiany Risqika selaku pemegang data keuangan, data penjualan mengalami naik turun semenjak terjadinya pandemi, ini terhitung sejak februari 2020-september 2020. Namun untuk menanggapi masa naik-turun penjualan ini Rumah Q-ta semakin meningkatkan penjualan melalui media *online* dan menerapkan protokol kesehatan pada setiap pegawai untuk menerapkan pelayanan yang baik dan maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemasaran online dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Carla Mediana Irawati Putri (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi online secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.

LITERATUR REVIUW

Konsep Pemasaran Online

Kotler & Amstrong (2004) menyatakan bahwa e-marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce, yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Dengan media digital untuk mempromosikan dan pendistribusian barang atau jasa melalui internet.

Konsep Kualitas Pelayanan

Sunyoto (2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan unsur yang saling berhubungan untuk mempercepat respons pasar serta memiliki nilai guna dalam memenuhi harapan pelanggan dan dapat dirasakan maupun diingat oleh pembeli.

Konsep keputusan Pembelian

Kotler et al. (2018) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi dari pelanggan, sehingga menimbulkan keputusan untuk

membeli. . Proses pengambilan keputusan merupakan suatu tahapan/serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan sasaran yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan survei. Dalam melakukan survei, data yang dikumpulkan yaitu menggunakan kuisisioner. Lokasi penelitian di Sukabumi Jawa Barat. Subjek penelitian adalah konsumen Toko Mebel Rumah Q-ta, sampel yang ditetapkan yaitu 100 orang responden.

Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas (independen) yaitu pemasaran *online* (X1) dan kualitas pelayanan (X2), serta satu variabel terikat (dependen) keputusan pembelian (Y). Hasil data kuisisioner yang didapatkan dalam survei selanjutnya dilakukan pengujian kualitas untuk membuktikan validitas dan realibilitas. Selanjutnya untuk menguji bagaimana pengaruh pemasaran *online* dan kualitas pelayanan (independen) terhadap keputusan pembelian (Dependen) dilakukan dengan menggunakan alat uji analisis regresi linier berganda. Sebelumnya dilakukan pengujian pemenuhan asumsi klasik untuk memastikan pengujian variabel independen sebagai estimator atas variabel dependen tidak mengalami bias.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji 1 sisi. Hasil uji validitas variabel pemasaran online disajikan pada tabel 1, variabel kualitas pelayanan tabel 2, dan variabel keputusan pembelian pada tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Pemasaran Online

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1_1	0,824	0,615	Valid
X1_2	0,674	0,615	Valid
X1_3	0,667	0,615	Valid
X1_4	0,749	0,615	Valid
X1_5	0,679	0,615	Valid

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas produk dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2_1	0,840	0,615	Valid
X2_2	0,849	0,615	Valid
X2_3	0,923	0,615	Valid
X2_4	0,764	0,615	Valid

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas produk dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Produk

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,708	0,615	Valid
Y_2	0,764	0,615	Valid
Y_3	0,797	0,615	Valid
Y_4	0,875	0,615	Valid
Y_5	0,778	0,615	Valid

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil tabel di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas produk dengan seluruh pernyataan dikatakan valid (r hitung $>$ r tabel).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel jika hasilnya $\alpha > 0,600$. Berikut ini disajikan tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
Pemasaran Online	0,783	$>0,600$	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,800	$>0,600$	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,802	$>0,600$	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

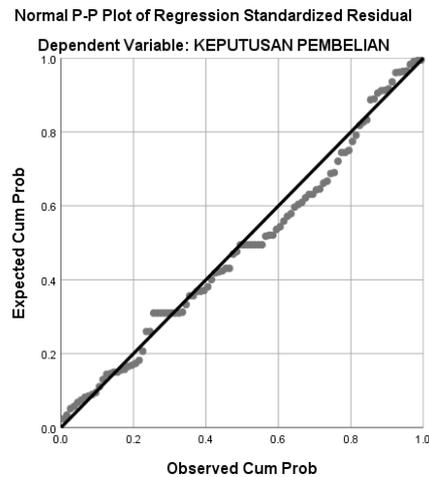
Hasil uji reliabilitas dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha atas pemasaran online sebesar 0,783, variabel kualitas pelayanan 0,800 dan variabel keputusan pembelian 0,802. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan setiap variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dan grafik normal pp-plot, disajikan sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83067928
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.058
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa hasil dari Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual telah memenuhi asumsi distribusi normal.



Gambar 1 grafik P-P Plot
Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Dapat dilihat bahwa hasil grafik p-p plot di atas titik titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleran $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

Tabel 6
Uji Multikolonieritas

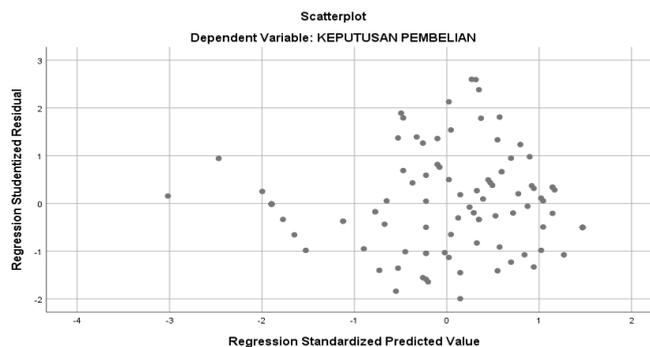
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
(Constant)	-.570	.792		-.720	.474		
PEMASARAN ONLINE	.477	.093	.422	5.137	.000	.200	5.006
KUALITAS PELAYANAN	.583	.089	.536	6.525	.000	.200	5.006

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel bebas/independen, yaitu variabel X1 (Pemasaran Online) dan variabel X2 (Kualitas Pelayanan) mempunyai nilai output VIF yang sama yaitu sebesar 5.006 dan nilai output tolerance masing-masing variabel menunjukkan angka yang sama pula yaitu 0,200. Setiap variabel bebas mempunyai nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi ini.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain atau tidak.



Gambar 2 Grafik P-P Plot
Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Grafik Scatterplot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kaidah keputusan statistik:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis alternative (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Terdapat dua hipotesis alternatif pada penelitian ini, yaitu H_{a1} : Pemasaran *Online* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan H_{a2} : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian statistik t disajikan pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.570	.792		.474
	PEMASARAN ONLINE	.477	.093	.422	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.583	.089	.536	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Model regresi linier ini adalah: $Y = -0,570 + 0,477 (X_1) + 0,583 (X_2)$, dimana:

1. Konstanta: -0,570 besarnya variabel keputusan pembelian yang tidak dipengaruhi variabel pemasaran online dan kualitas pelayanan, atau variabel bebas = 0, maka nilai keputusan pembelian sebesar -0,570.
2. Koefisien pemasaran *online* sebesar 0,477 menunjukkan bahwa jika variabel pemasaran *online* ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,477 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,583 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,583 dengan asumsi variabel lain konstan.

Berdasarkan hasil pengujian dari tabel 7 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil Uji Hipotesis 1: Pengaruh Pemasaran *Online* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Hasil pengujian yang terdapat pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel pemasaran *online* memiliki tingkat signifikan 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung $5.137 > t$ tabel 1.660. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga H_{a1} diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel pemasaran *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil Uji Hipotesis 2: Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hasil pengujian yang terdapat pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel Harga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 atau lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung $6.525 > t$ tabel 1.660. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga H_{a2} diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel pemasaran *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sebagai tambahan, pengujian statistik F untuk menguji pengaruh simultan pemasaran *online* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka kedua variabel independen dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya apabila nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 maka kedua variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2208.173	2	1104.086	322.786	.000 ^b
	Residual	331.787	97	3.420		
	Total	2539.960	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, PEMASARAN ONLINE

Sumber: Hasil Olah Data (2020)

Berdasarkan hasil tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar $322,786 > F$ tabel sebesar 3.09 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka menerima bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian

Pemasaran *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *furniture* di toko mebel Rumah Q-ta di Kota Sukabumi. Semakin tinggi pemasaran *online* yang dimiliki produk Rumah Q-ta, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan analisis pada butir pernyataan di kuesioner, responden mempertimbangkan indikator pemasaran *online*.

Namun, dalam penelitian (Carla Mediana Irawati Putri 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi online secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

konsumen, hal ini dapat terjadi karena konsumen akan lebih merasa puas jika melakukan pembelian secara *offline*.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *furniture* toko mebel Rumah Q-ta di Kota Sukabumi. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko mebel Rumah Q-ta maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan analisis pada butir pernyataan di kuesioner, responden mempertimbangkan indikator kualitas pelayanan.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Carla Mediana Irawati Putri 2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh toko mebel Rumah Q-ta sejalan dengan proses yang diterapkan oleh pemerintah sehingga membuat konsumen merasa nyaman dan aman terhadap pelayanan toko mebel Rumah Q-ta dan dapat diterima dengan baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh pemasaran *online* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian studi kasus toko mebel Rumah Q-ta di Kota Sukabumi. Dapat diambil simpulan bahwa pertama, pemasaran online memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko mebel Rumah Q-ta. Responden mempertimbangkan indikator pemasaran *online* pada kesesuaian dan spesifikasi. Kedua, kualitas pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Responden mempertimbangkan indikator kualitas pelayanan pada kesesuaian dan spesifikasi.

Berdasarkan hasil simpulan maka saran diberikan untuk penelitian di masa yang akan datang dan toko mebel Rumah Q-ta untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang akan menjadi pengaruh keputusan pembelian selanjutnya, serta diharapkan toko mebel Rumah Q-ta dapat menjaga indikator pengaruh keputusan pembelian pada saat ini hingga di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Carla Mediana Irawati Putri (2018). Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian konsumen (studi pada toko Eka Jaya Putra Bringharjo Yogyakarta).
- Gunawan, C. (2018). Mahir Mengenai SPSS (Mudah Mengelola Data dengan IBM SPSS statistic 25). Yogyakarta: deppublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing*, 15th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Pearson
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (edisi ke 12, Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- lik, Khoemnikmah., Agus, Widarko. (2018). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada konsumen Toko Sinar Muda Busa). *Jurnal fakultas ekonomi usnima*

- Tjiptono., Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi offset
- Ratu, R, G., Gunawan, C. (2020). Pengaruh Emosional Adrvetising, dan Environment Advertising terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Arika* 14 (2).

Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli

Erika Desi Lestari¹, Ce Gunawan²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia.

Koresponden: eikadeles@gmail.com

Abstract.

This study aims to examine the effect of Electronic Word of Mouth (EWOM) on TikTok social media on Brand Image and its impact on buying interest in Scarlett Whitening products in Sukabumi City. The type of data used in this research is quantitative data. This study uses descriptive analysis techniques and path analysis using the SPSS program. The population of this research is the people of the city of Sukabumi who use social media, TikTok. The location is in the city of Sukabumi, West Java. Based on the Slovin formula, the number of research samples to be used is 100 people. The results showed that the variable electronic word of mouth had a positive and significant effect on brand image and had an impact on consumer buying interest. Based on the information they get from consumer reviews via TikTok social media, the people of Sukabumi can find out the quality and benefits of the Scarlett whitening product.

Keywords: Brand Image; Electronic Word Of Mouth; Purchase Intention

Cronicle of Article: Received (30,12,2020); Revised (15,01,2021); and Published (02,02, 2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Lestari, ED., & Gunawan, C (2021) 'Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.75-82. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin maju secara tidak langsung mendorong kita kepada keadaan yang lebih modern, banyak teknologi yang kemudian tercipta guna mempermudah berbagai aktivitas yang dilakukan manusia. Salah satu bidang teknologi yang mencuri perhatian saat ini adalah bidang teknologi informasi dan komunikasi yang di tandai dengan hadirnya internet. Internet atau *Interconnection Networking* adalah sebuah jaringan yang dapat terhubung secara luas. Dengan adanya jaringan ini semua orang akhirnya terbantu sehingga bisa dengan mudah berkomunikasi dalam waktu yang relatif singkat serta dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Di Indonesia pengguna internet sudah mencapai angka 175,4 juta orang dari total penduduk sebanyak 272,1 juta orang hal ini dikemukakan oleh platform media Hootisue dan We Are Social yang dirilis pada bulan Januari 2020. Dari sumber data yang sama jika dibandingkan dengan tahun 2019 total pengguna internet di Indonesia meningkat 17% atau sekitar 25 juta pengguna dan 59% diantaranya pengguna media sosial, jumlah ini tentunya akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Dengan melihat data tersebut tidak bisa dipungkiri bahwa kehadiran internet kini sangat dibutuhkan. Banyak sekali manfaat yang dirasakan ketika bersinggungan dengan internet

diantaranya sebagai sumber dari berbagai ilmu, hiburan, penggunaan waktu yang lebih efisien, media komunikasi dan memiliki kontribusi besar dalam mensukseskan dunia bisnis.

Melihat era digitalisasi yang semakin maju para pelaku bisnis harus siap beradaptasi dengan teknologi secara cepat agar produk tersebut diminati oleh konsumen salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran. Media sosial menyediakan ruang bagi semua pihak untuk dapat berkomunikasi dan memberikan informasi tanpa terhalang oleh jarak dan waktu selain itu media sosial kini juga banyak digunakan untuk berbagi pengalaman dan melakukan review sebuah produk. Kegiatan berbagi pengalaman dan melakukan review produk tersebut merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang biasanya disebut dengan WOM. WOM atau *Word of mouth* adalah sebuah cara untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa yang biasanya dilakukan secara tatap muka dengan jangkauan khalayak yang sempit yaitu sebatas orang yang dekat dan dikenali namun sekarang komunikasi *word of mouth* sudah mengalami pergeseran paradigma sehingga dapat juga dilakukan dalam dunia maya dengan cakupan yang lebih luas dan hal ini disebut dengan E-WOM (*Electronic Word of Mouth*).

Electronic Word of Mouth kini menjadi media komunikasi pemasaran yang paling efektif dan efisien karena tidak membutuhkan biaya yang besar, jangkauan yang luas serta penyebaran informasi yang cepat. Media sosial yang sedang hangat dan mendukung kegiatan tersebut adalah media sosial Tiktok yang memang banyak digunakan untuk memasarkan produk/jasa dengan cara E-WOM. Berdasarkan hasil penelitian Sensor Tower 2020 saat ini TikTok menjadi aplikasi media sosial dengan pertumbuhan yang pesat baik berdasarkan unduhan di *Google Play Store* maupun *AppStore* dan telah diunduh lebih dari 300 juta pengguna pada kuartal pertama dan kedua tahun 2020. Chartrine Siswoyo selaku Head of Communications ByteDance Indonesia juga secara terang terangan mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia salah satunya melalui fitur *platform* pemasangan iklan "*TikTok for Business Self-Serve*". Menurut *Head of Public Policy Tiktok* Indonesia, Donny Eryasta saat ini pengguna media sosial tiktok didominasi oleh generasi Z dan generasi Y.

Produk kecantikan yang didalamnya terdiri dari *body care* dan *skincare* merupakan salah satu bisnis yang sadar akan strategi komunikasi *Electronic Word of Mouth*. Pada umumnya saat seseorang ingin menggunakan suatu produk maka konsumen akan mencari tahu beberapa informasi yang dibutuhkan terlebih dahulu sebagai bahan pertimbangan sebelum konsumen tersebut memutuskan untuk membeli. Dalam pemilihan produk kecantikam sendiri bnyak informasi yang dibutuhkan seperti warna, respon produk terhadap kulit, kandungan produk, harga produk dan brand. Scarlett whitening sebagai salah satu contoh *brand* kecantikan yang memanfaatkan strategi komunikasi *electronic word of mouth* pada media sosial tiktok. Produk unggulan yang ditawarkan oleh brand kecantikan ini adalah *body lotion* yang diklaim dapat mencerahkan warna kulit secara merata dengan cepat. Produk scarlett whitening ini menjadi rekomendasi *body lotion* mencerahkan di beberapa website seperti *wolipop.detik.com*. Produk ini bukan hanya diperuntukan untuk wanita namun juga untuk pria. Selain *body lotion* scarlett whitening juga memproduksi *body scrub*, *showet scrub*, *facial wash*, *hair treatment* dan serum wajah. Kepekaan brand terhadap situasi pemasaran yang semakin modern membuat produk scarlett ini banyak direview dan digunakan oleh berbagai kalangan dari generasi y maupun generasi z. Memanfaatkan media sosial tersebut sebagai media promosi merupakan pilihan yang tepat mengingat generasi y terutama generasi z lahir ditengah pertumbuhan teknologi yang mana sudah terbiasa dengan kehadiran gadget, internet maupun media sosial sebagai media pengirim atau menerima informasi.

LITERATUR REVIEW

Electronic Word Of Mouth

Electronic Word Of Mouth adalah sebuah pernyataan positif maupun negatif yang dilakukan dan dikemukakan oleh konsumen kepada khalayak mengenai suatu produk atau perusahaan (Thurau, k, Kevin P Gwinner, Gianfranco Walsh, & Dwayne D Gremler, 2004). Menurut Yan dalam (Saputra & M. Barus, 2020) sebelum berbelanja konsumen selalu berusaha mencari informasi yang disebar oleh konsumen sebelumnya dimedia sosial atau Social Network Sites (SNS) seperti blog, forum diskusi online, shopping review dan lain-lain. Dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur electronic word of mouth, diantaranya *Intensity, Positive Valence, Negative Valence and Content* (Goyette, Richard, Bergeron, & Marticotte, 2012).

Brand Image

Menurut (Keller K. , 1993) Brand image adalah sebuah persepsi yang timbul terhadap suatu merek yang merupakan refleksi dari sekumpulan asosiasi di benak konsumen. Asosiasi-asosiasi merek tersebut secara tidak langsung akan tertanam dalam benak atau ingatan konsumen (aaker, 2010). *Favorability of brand association* (Keunggulan asosiasi merek), *Strenght of brand association* (Kekuatan merek) dan *Uniquesness of association* (Keunikan asosiasi merek) merupakan faktor-faktor pendukung terbentuknya brand image dalam keterkaitannya dengan asosiasi merek (Keller K. , 2003).

Minat Beli

Pengertian minat beli menurut (Kotler & Keller, 2009) adalah suatu respon yang timbul terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian. Minat beli juga diartikan sebagai perilaku konsumen terhadap suatu produk yang terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap merek dan evaluasi merek dimana dari dua tahap tersebut munculah minat konsumen untuk membeli (Setiadi, 2003). (Raehman, Nawaz, Khan, & Hyder, 2014) menjabarkan empat tahapan yang terdapat dalam pengukuran minat beli yang disingkat dengan AIDA (*Awariness, Interest, Desire and Action*).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, variabel penelitian ini terdiri dari satu variabel independen yaitu *Electronic Word of Mouth* (X), satu Variabel Intervening yaitu *Brand Image* (Y) dan satu variabel *dependent* yaitu Minat Beli (Z). Sumber data penelitian merupakan data primer yang diperoleh dari lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui bantuan *goggle form*.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kota sukabumi yang menggunakan media sosial tiktok. dari hasil Lokasi penelitian adalah di Kota Sukabumi, Jawa Barat. Berdasarkan rumus slovin jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analisis*) yang menggunakan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05. Hasil uji validitas variabel *Electronic Word of Mouth* disajikan pada tabel 1, variabel Brand Image pada tabel 2, dan variabel Minat Beli pada tabel 3, sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of Mouth*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X_1	0,725	0,165	Valid
X_2	0,834	0,165	Valid
X_3	0,776	0,165	Valid
X_4	0,830	0,165	Valid
X_5	0,838	0,165	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel *Electronic Word of Mouth* dengan seluruh pernyataan dikatakan valid ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$).

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image*

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,928	0,165	Valid
Y_2	0,875	0,165	Valid
Y_3	0,900	0,165	Valid
Y_4	0,907	0,165	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel *Brand Image* dengan seluruh pernyataan dikatakan valid ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$).

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Minat Beli

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Z_1	0,873	0,165	Valid
Z_2	0,804	0,165	Valid
Z_3	0,840	0,165	Valid
Z_4	0,876	0,165	Valid
Z_5	0,724	0,165	Valid
Z_6	0,898	0,165	Valid
Z_7	0,808	0,165	Valid
Z_8	0,827	0,165	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa untuk variabel *Minat Beli* dengan seluruh pernyataan dikatakan valid ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel jika hasilnya $\alpha > 0,06$. Berikut ini disajikan tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
Electronic word of mouth	0,805	>0,600	Reliabel
Brand image	0,841	>0,600	Reliabel
Minat beli	0,792	>0,600	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Hasil uji reliabilitas dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha atas *Electronic Word of Mouth* sebesar 0,805, variabel *Brand Image* 0,841 dan variabel Minat Beli 0,792. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pernyataan setiap variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6.

Tabel 5
Koefisien Jalur *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Brand Image*

Variabel X	Variabel Y	Beta	t	Probabilitas	Keterangan
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Brand Image	0,672	8,990	0,000	Signifikan

N= 100

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap *brand image*. Koefisien beta pada hubungan *word of mouth* terhadap *brand image* adalah sebesar 0,672. Hasi uji T hitung yang diperoleh sebesar 8,990 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Hipotesis yang menyatakan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* diterima. Hal ini berarti adanya pengaruh yang signifikan dari variabel *word of mouth* terhadap variabel *brand image* dengan pengaruh langsung sebesar 0,697.

Tabel 6
Koefisien Jalur *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli

Variabel X	Variabel Z	Beta	t	Probabilitas	Keterangan
<i>Electronic Word Of Mouth</i>	Minat Beli	0,246	3,197	0,002	Signifikan

N= 100

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap minat beli. Koefisien beta pada hubungan *word of mouth* terhadap minat beli sebesar 0,246. Hasil uji T hitung yang diperoleh sebesar 3,197 dengan probabilitas sebesar 0,002 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Hasil analisis berarti hipotesis yang menyatakan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli diterima. Hal ini berarti variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli dengan pengaruh langsung sebesar 0,246.

Tabel 7
Koefisien Jalur *Brand Image* terhadap Minat Beli

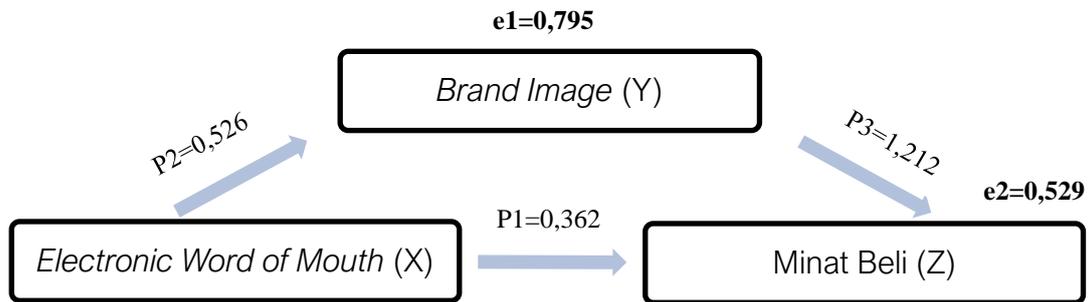
Variabel Y	Variabel Z	Beta	T	Probabilitas	Keterangan
<i>Brand Image</i>	Minat Beli	0,643	8,373	0,000	Signifikan

N= 100

Sumber: Hasil Olah Data 2020

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian analisis jalur untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap minat beli. Koefisein beta pada hubungan *brand image* terhadap minat beli sebesar 0,643. Hasil uji T hitung yang diperoleh sebesar 8,373 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$) maka keputusannya adalah H_0 ditolak. Hasil analisis berarti hipotesis yang menyatakan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli diterima. Hal ini berarti variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli dengan pengaruh langsung sebesar 0,643.

Diagram 1.1
Jalur Path Analysis



Sumber: Hasil Olah Data 2020

Diagram diatas menunjukkan pengaruh langsung yang diberikan *electronic word of mouth* terhadap *brand image* sebesar 0,362. Sedangkan pengaruh tidak langsung *electronic word of mouth* melalui *brand image* terhadap minat beli adalah perkalian antara nilai *electronic word of mouth* terhadap *brand image* dengan nilai *brand image* terhadap minat beli yaitu: $0,526 \times 1,212 = 0,637512$. Maka pengaruh total yang diberikan *electronic word of mouth* terhadap minat beli adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu: $0,362 + 0,637512 = 0,999512$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,362 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,637512 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung *electronic word of mouth* melalui *brand image* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli.

Pengujian hipotesis mediasi atau intervening dilakukan menggunakan uji sobel dengan rumus sebagai berikut:

$$Sp_{2p3} = \sqrt{p_3^2 Sp_2^2 + p_2^2 Sp_3^2 + Sp_2^2 Sp_3^2}$$

Keterangan : p = Jalur
S = Standar Error

$$\begin{aligned} Sp_{2p3} &= \sqrt{(1,212)^2(0,059)^2 + (0,526)^2(0,145)^2 + (0,059)^2(0,145)^2} \\ &= \sqrt{0,0051133941 + 0,0058171129 + 7,3188025e - 5} \\ &= 0,011003695 \end{aligned}$$

Hasil perkalian tersebut kemudian digunakan untuk menghitung t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ hitung} &= \frac{P_2 P_3}{Sp_{2p3}} \\ &= \frac{(0,526)(1,212)}{(0,059)(1,212)} \\ &= \frac{0,637512}{0,071508} \\ &= 8,9152542373 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan t statistik atau t hitung diatas menunjukkan angka sebesar 8,9152542373. Nilai tersebut jika dibandingkan dengan t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96 lebih besar ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,637512 signifikan yang artinya terdapat pengaruh mediasi.

Ketepatan model diukur dari hubungan koefisien determinasi (R^2) di kedua persamaan, dengan rumus:

$$\begin{aligned} R^2_{\text{model}} &= 1 - (1 - R^2_1) (1 - R^2_2) \\ &= 1 - (1-0,452) (1-0,686) \\ &= 1 - (0,548) (0,314) = 1 - 0,172072 \\ &= 0,827928 \text{ atau } 82,79\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan menunjukkan kontribusi model yang menjelaskan hubungan struktural dari semua variabel sebesar 82,79% dan sisanya sebesar 17,21% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap *Brand Image*

Berdasarkan hasil analisis jalur yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *brand image*. variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *brand image* yang ditunjukkan oleh koefisien jalur antar variabel *electronic word of mouth* terhadap *brand image* sebesar 0,672, signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

Adanya pengaruh yang signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap *brand image* menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas penggunaan *electronic word of mouth* maka semakin tinggi pula dampaknya terhadap *brand image*. Hal ini menunjukkan bahwa produk *scarlett whitening* berhasil membuat konsumen berpartisipasi aktif dalam memberikan rekomendasi, review produk. Melalui penerapan *electronic word of mouth* pada media social Tiktok, responden atau calon konsumen mendapatkan rekomendasi dan informasi maupun pengalaman konsumen lain.

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil analisis jalur dari ketiga variabel memiliki pengaruh yang signifikan antara yang satu dengan yang lain. Pengaruh variabel *electronic word of mouth* terhadap minat beli ditunjukkan oleh koefisien jalur (β) 0,246, dengan probabilitas sebesar 0,002 ($p < 0,05$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh rekomendasi, saran dan review yang diterima responden atau calon konsumen. Semakin sering calon konsumen mengumpulkan informasi dengan kredibilitas tinggi dan kualitas informasi yang baik maka akan meningkatkan kecenderungan terhadap minat beli.

Pengaruh *Brand Image* Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil analisis jalur yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel *brand image* berpengaruh terhadap minat beli. variabel *brand image* memiliki pengaruh langsung terhadap variabel minat beli yang ditunjukkan oleh koefisien jalur antar variabel *brand image* terhadap minat beli sebesar 0,643, signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh *electronic word of mouth* pada media sosial Tiktok terhadap *brand image* serta dampaknya pada minat beli produk *scarlett whitening* di Kota Sukabumi, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *electronic word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand image* dan berdampak pada minat beli konsumen.

Berdasarkan informasi yang mereka dapatkan dari review konsumen melalui media sosial TikTok, masyarakat kota sukabumi dapat mengetahui kualitas serta manfaat produk scarlett whitening.

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan masukan yang berguna bagi peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang adalah memperluas jangkauan penelitian dan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat digunakan seperti keputusan pembelian, brand trust dan citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2012). E-WOM scale: word of mouth measurement scale for eservice context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1) 5-23.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS: (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Deepublish.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity. *Journal Of Marketing*, 57 (1), 1-22.
- Keller, K. (2003). *Strategic Brand Manajemen*. London: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Raehman, F., Nawaz, T., Khan, A., & Hyder, S. (2014). How Advertising Affects the Buying Behavior of Consumers in Rural Areas: A Case of Pakistan. *Academic Research International*, 5(4),403-412.
- Saputra, S., & M. Barus, F. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (e-WOM) dan Citra Merek Terhadap Minat Belanja Konsumen di Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Volume 5, No.1.
- Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Thurau, T. H., k, Kevin P Gwinner, Gianfranco Walsh, & Dwayne D Gremler. (2004). Electronic Word Of Mouth Via Consumer Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 18(1):38-52.

Pembinaan Dan Pelatihan Dalam Pengembangan Wirausaha Program Kegiatan Wirausaha Muda Sumenep (WMS) Untuk Mengembangkan Kewirausahaan

Mohammad Imam Sufiyanto¹, Shalehoddin²

Institut Agama Islam Negeri Madura, Pamekasan

Koresponden: Biologiyayan@gmail.com

Abstract

The covid-19 pandemic hit the economy in the micro-business sector, so there needs to be a role from the government, especially from the local government, the purpose of this study is to find out the development of entrepreneurship by developing new types of businesses or new products. The object of research is several types of micro-businesses that can survive the current pandemic, in the microeconomic sector. The research method is descriptive qualitative, which can be done through three inflow of activities, namely: data reduction, data presentation, and concluding/verification. The result of this research is the development of new businesses both in terms of product design and type of business. The conclusion is that there is a business incubator to be able to develop a new entrepreneurial spirit and reduce entrepreneurship for young entrepreneurs in Sumenep Regency.

Keywords: *micro business, business incubator, entrepreneurial spirit.*

Cronicle of Article: Received (05,01,2021); Revised (18,01,2021); and Published (02,02, 2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Sufiyanto, Ml., & Shalehoddin (2021) 'Pembinaan Dan Pelatihan Dalam Pengembangan Wirausaha Program Kegiatan Wirausaha Muda Sumenep (WMS) Untuk Mengembangkan Kewirausahaan'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.83-92. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Menggerakkan sektor usaha mikro merupakan bentuk dari pengembangan wirausaha. Dalam praktik perekonomian negara bisa menumbuhkan kesejahteraan, dibutuhkan peran dari pemerintah yang responsif untuk mengelola dan mampu mengorganisasikan suatu sistem dalam perekonomian agar tercipta masyarakat yang memperoleh pelayanan serta kesejahteraan dengan standar yang baik. Negara juga berkewajiban dapat menciptakan derajat dari kesejahteraan yang optimal untuk setiap penduduk. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan publik dan reformasi kebijakan publik. Negara juga harus dapat adaptif terhadap setiap perubahan sosial yang terjadi dan persaingan ekonomi yang fluktuatif dalam mereformasi kebijakan serta kesejahteraan masyarakat.

Sektor ekonomi dan kesejahteraan, program kewirausahaan merupakan suatu gebrakan ekonomi yang berbasis masyarakat untuk berinvestasi didalam pembangunan ekonomi serta dalam pengembangan dari sumber daya manusia (SDM), berdasarkan arah kebijakan ekonomi pemerintah turut andil mengatur kegiatan mikroekonomi dan makroekonomi.

Kewirausahaan merupakan motor dari inovasi dan pertumbuhan ekonomi nasional, serta stimulator untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kewirausahaan merupakan pondasi yang kokoh bagi pembangunan disektor ekonomi, sosial, dan politik yang lebih demokratis, karena kewirausahaan membangun kemandirian masyarakat (Adam & Jessica, 2020).

Faktor pendukung dalam pengembangan wirausaha yakni adanya peranan pemerintah yaitu salah satunya yakni adanya beberapa program pencairan modal usaha agar mampu mengembangkan usaha secara mandiri modal usaha agar mampu mengembangkan usaha secara mandiri. Untuk pengembangan wirausaha baik disektor mikro maupun makro dilakukan dengan adanya pencairan modal dan pengembangan usaha berkelanjutan. Salah satu dari program pengembangan wirausaha dan pencairan modal usaha yakni dengan adanya program kegiatan, pembinaan dan pelatihan keterampilan kerja bagi masyarakat sumenep atau biasa disebut wirausaha muda sumenep (WMS) yang diadakan oleh pemerintah kabupaten sumenep yakni Bupati KH. Busyro Karim.

Dimana pada program ini diberikan kesempatan bagi anak muda sumenep untuk bekal atau keterampilan dalam berwirausaha sesuai dengan minat dan bakatnya. Pelatihan tersebut juga memberikan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan dan keterampilan teknis bagaimana menjalankan bisnis. Mereka dibekali dengan berbagai atribut, keterampilan dan perilaku yang dapat meningkatkan kemampuan dari kewirausahaan khususnya mikrousa (Dwi, 2017). Wirausaha muda tersebut juga diajarkan dalam menyusun berbagai rencana bisnis, bagaimana untuk mendapatkan pembiayaan, proses pengembangan usaha dan manajemen usaha kecil.

Pemberian pendidikan kewirausahaan pada setiap program wirausaha muda sumenep yang disebut (WMS), perlu dirancang khusus untuk dapat mengembangkan karakteristik dari jiwa kewirausahaan, seperti kreativitas, pengambilan keputusan, kepemimpinan, jejaran sosila, manajemen waktu kerja sama dll. Oleh karena itu pada program wirausaha muda sumenep (WMS) yang tadinya difokuskan pada orientasi pengendalian fungsional seperti keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, dan operasi menjadi fokus pada pengembangan jiwa kewirausahaan pada anggota wirausaha muda sumenep (WMS).

Ada beberapa keunggulan dari program wirausaha muda sumenep (WMS), diantaranya adalah model pengembangannya wirausaha diakui banyak pihak bukan hanya satu-satunya yang berada di Jawa Timur, akan tetapi juga secara nasional. Bupati Sumenep menuturkan melalui program wirausaha muda, berdampak nyata terhadap pembangunan yang ada di Kabupaten Sumenep, diantaranya adalah penurunan angka dari pengangguran, meningkatkan usaha kecil, meningkatkan pendapatan percapita serta menurunnya angka ketimpangan sosial.

Bukti dari program wirausaha muda sumenep (WMS) yang telah melahirkan seorang pemuda kreatif dari beberapa kecamatan yakni salah satunya Fajariah Arwan Ningsih (25), warga Desa Ambuten Timur Kecamatan Ambuten. Semenjak dia mengikuti pelatihan wms dibagian jenis usaha tata rias pada tahun 2017, setelah ia lulus ia memberanikan diri mengembangkan dirinya dengan membuka usaha tata rias secara mandiri. Dia menekuni keterampilan yang dimiliki yang diperoleh dari wirausaha muda sumenep (wms) berkat kerja kerasnya pada tahun 2018, ia sudah meraup keuntungan tidak sedikit.

Kepala dinas Koperasi dan UKM Sumenep Fajar Rahman mengaku bangga dengan alumni program wirausaha muda yang memiliki semangat dan keinginan yang kuat dalam membuka usaha (Jejek, 2019). Karna hal ini adalah bukti bahwa program wirausaha muda

sumenep (WMS) mampu melahirkan wirausahaan yang berkopoten inovatif untuk membangun Sumenep lebih maju salah satunya dengan membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran di Kabupaten Sumenep khususnya. Program wirausaha muda ini juga diapresiasi oleh banyak pihak, salah satunya oleh kementerian pemuda dan olahraga yang menetapkan Kabupaten Sumenep sebagai kota layak dan melalui program ini Pemkab Sumenep ingin meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai usaha yang ada di wirausaha muda Sumenep/wms di daerah masing masing anggota.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dari pendirian wirausaha muda sumenep (wms), ingin mengetahui proses perjalannya dari program wirausaha muda sumenep (wms) sistem kerja di program wirausaha muda sumenep (WMS), untuk mengetahui apa saja dampak dari adanya program wirausaha muda sumenep (WMS). Penelitian ini juga adalah melihat perkembangan dari wirausaha yang mampu mengembangkan usaha, dengan mengikuti pelatihan di wms dengan cara mengasah *skill* yang ada di jiwa wirausaha muda sumenep (WMS), program ini merupakan program satu satunya yang ada di Jawa Timur, serta dengan program ini mampu meminimalisir untuk mengurangi angka pengangguran yang ada di Kabupaten Sumenep serta dengan adanya kegiatan ini mampu menjadikan para masyarakat sumenep khususnya yang muda untuk produktif dan kreatif.

LITERATUR REVIUW

Wirausaha Muda Sumenep (WMS)

WMS (wirausaha muda sumenep) diibartkan sebuah rumah yang didalamnya terdapat banyak sekali jenis macam usaha yang dikelola serta dikembangkan. Jenis usaha atau pelatihan yang ada pada program disebut dengan wms (wirausaha muda sumenep) yakni ada sembilan jenis usaha yang dijalankan diantaranya ada sembilan: (1) usaha cantring, (2) batik, (3) elektro, (4) percetakan, (5) usaha las, (6) jamur, (7) ikan lele, (8) tatarias, (9) konveksi. Setiap anggota wms (wirausaha mudah sumenep) difasilitasi alat dan bahan, biaya transportasi, konsumsi sebanyak satu kali, tempat yang efektif serta adanya seragam. Fajar kemudian menjelaskan progress program wirausaha muda sumenep (wms) ada semenjak 2016 hingga sekarang.

Menurutnya bantuan alat seperti mesin jahit, alat *make up*, alat konveksi serta alat jenis usaha lainya disatukan di dalam sentra produksi yang ada disebelah timur dari taman bunga (TB) Sumenep jadi dalam pelatihan program wirausaha muda sumenep (wms) memiliki tempat yang sama, dengan ruang yang berbeda sesuai dengan kebutuhan usaha dari peserta yang ikut dalam pelatihan wms. Dalam pelatihannya mereka dibimbing oleh wirausaha yang sukses dalam setiap jenis usahanya serta sesuai dengan jenis usaha yang ada di program wirausaha muda sumenep (WMS) serta alumni yang sudah dirasa sukses dalam mengembangkan usahanya.

Pembinaan dan Pendampingan bagi peserta wirausaha muda sumenep (WMS) dilakukan dilokasi usaha tenaga dan melalui beberapa sentral/rumah produksi secara bertahap atau berkesinambungan. Melalui proses pendampingan inilah simulasi dan praktek bisnis serta penjangkaran level kapasitas tenaga untuk mengikuti pelatihan tahap awal sampai akhir. Untuk wirausaha muda sumenep (wms) juga memfasilitasi para alumni ketika mereka ingin mengembangkan usahanya. namun terkendala oleh peralatan maka mereka diperkenankan untuk bergabung disentra produksi yang disediakan oleh pemerintah.

Bagi sentra produksi wirausaha muda sumenep (WMS) peserta wirausaha muda

sumenep (WMS), baik yang lama maupun yang baru dapat belajar bersama dengan di arahnya oleh pendamping, dimana hasil dari produksinya kemudian di jual dan keuntungannya dimiliki bersama dan menurut nurul fawaid selaku budidaya wirausaha muda sumenep (WMS) di wirausaha muda sumenep (WMS) tidak meminta keuntungan atau bagi hasil dari produk yang mereka jual wirausaha muda sumenep (wms) hanya mau kembangkan bisnis dan usaha yang ada, (Alas, dkk, 2000). Dan menurut Achmad Jaelani salah satu peserta wirausaha muda sumenep (WMS) saat ini, dengan adanya program wms peserta dapat mengembangkan usahanya secara langsung ditempat wirausaha muda sumenep wms dan juga bisa dikatakan bahwa wms tidak hanya memberikan pelatihannya saja akan tetapi juga membuka lapangan pekerjaan khususnya, bagi para peserta dari wirausaha muda sumenep (WMS).

Namun hal ini tidak diwajibkan untuk menetap jika mereka sudah mampu untuk dapat mandiri baik itu dari segi produk dan alat mereka diperkenankan untuk mengembangkan usahanya sendiri dengan cara membangun kelompok, karena alumni program wirausaha diarahkan menjadi inti koperasi. Namun jika terkendala dengan alat mereka bisa mengkordinasi dengan dinas koperasi untuk mencari bantuan di dinas terkait. Sebagaimana yang diketahui bahwa modal merupakan salah satunya faktor produksi yang sangat penting. Menurut Undang-Undang No 25. Tahun 1992 tentang perkoprasian pada pasal 41 dijelaskan bahwa modal koperasi terdiri dari (a) modal sendiri, yang terdiri dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan dan hibah. (b) modal pinjaman terdiri dari pinjaman anggota, pinjaman dari koperasi lain bank.

Penerbit obligasi dan sumber lain yang sah (c) modal pernyertaan adalah modal yang bersumber dari pemerintah atau masyarakat dalam bentuk investasi, (Ni Made, 2019). Modal koperasi yang digunakan peserta wirausaha sumenep ini berjenis modal pinjaman yang berasal dari pinjaman bank, penerbit obligasi dan sumber lain yang sah. Namun peserta juga dapat memperoleh pencairan modal usaha dengan menekuni kegiatan tahap inkubasi sampai tuntas sehingga dapat memperoleh bantuan dari pihak alumni wirausaha muda sumenep (wms) berupa alat produksi, pendampingan teknologi, serta produksi/pengolahan dirumah produksi, manajemen, akses pasar, serta fasilitas pembiayaan modal, (Redaksi, 2020).

Hal ini juga diungkapkan oleh Anis peserta wirausaha muda sumenep (WMS) yang menjelaskan bahwa ada syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh pencairan modal usaha yakni terletak pada pengembangan perindividu dan setiap individu harus melanjutkan ke tahap pelatihan ke tiga hal ini sebagai bukti bahwa orang tersebut memiliki niat kuat dalam mengembangkan usahanya, (Agustini, dkk, 2020). Kemudian pasca inkubasi peserta (wms) dimasukan dalam suatu manajemen usaha rumah produksi dari tingkat kecamatan hingga *home industry*.

Pengembangan Wirausaha Baru

Menurut Chandler dalam (Anoraga, 2004:339) strategi adalah sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Strategi adalah kekuatan- kekuatan sumber daya, kapabilitas dan kompetensi inti internal untuk mencapai tujuan perusahaan dalam lingkungan persaingan. Berkaitan dengan memenangkan medan tempur persaingan dan mendapatkan kepemimpinan global, tujuan strategi secara tidak langsung berarti bentang sumber daya, kapabilitas, dan kompetisi inti dari organisasi. Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal

ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Hal ini seperti apa yang di kemukakan oleh Scumpeter (dalam Suharno, 2010) bahwa pengembangan adalah perubahan spontan dan terputus-putus senantiasa mengubah dan mengganti situasi keseimbangan untuk waktu sebelumnya, dan dikemukakan oleh Kellog (dalam Suryana, 2008: 20) bahwa pengembangan sebagai suatu perubahan dalam diri seseorang yang memungkinkan sangat bersangkutan untuk bekerja secara efektif dan tepat guna.

Menurut Hafsah (2000:198) pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan menurut (Fauzi, 2018) menyatakan bahwa pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin sepuluh tahun digunakan segera atau sering untuk kepentingan dimasa depannya. Selanjutnya Yoder (dalam Rusdiana, 2018: 20) menjelaskan bahwa pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan. Disisi lain Bone (dalam Zulaikha, 2020:4) mengatakan bahwa pengembangan adalah memerlukan dan melibatkan semacam pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam rangka menciptakan kekuatan-kekuatan bagi perluasan pemeliharaan. Sedangkan dalam Zarkasyi (2008:655) menyatakan bahwa pengembangan adalah cara atau hasil kerja dalam mengembangkan sesuatu (pekerjaan, usaha, kepribadian dan lain sebagainya, sebagai upaya dalam memperbaiki diri dan membuat diri lebih maju dari sebelumnya).

Dalam memenuhi kebutuhan manusia, maka usaha dapat menimbulkan adanya dunia usaha yang mampu menciptakan barang dan jasa. Menurut Hornby (Adam, dkk 2000:402) *effort is a particular activity that a group of people organize in order to achive something*. Yaitu usaha adalah aktivitas khusus yang diorganisir oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan atau sesuatu. Menurut Suryana (2008:1) menyatakan bahwa usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok untuk mendapatkan laba/penghasilan dengan tujuan memperoleh keuntungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif, serta pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara terhadap peserta wirausaha muda Sumenep (WMS) dan pada bagian dari kebudayaan wirausaha muda sumenep serta dari referensi yang bersumber dialamat *website* Kabupaten Sumenep. Penelitian ini dilaksanakan secara *online* dengan objek berupa beberapa dari wirausaha muda sumenep yang beralamat di Jalan Dr. Soetomo, Pajagalan, Kota Sumenep. Adapun orang berpartisipasi dalam penelitian ini yakni Ahmad Jaelani, Khoiratun nisa selaku anggota wirausaha muda dan Nurul Fawaid selaku pembudidaya jamur dan jabatannya dibagian Budidaya diwirausaha muda sumenep (wms).

Analisis data penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: 1) reduksi data (*data reduction*), 2) penyajian data (*data displays*) dan 3) berupa penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/veriffication*). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan menerangkan proses berfikir dari induktif yaitu

berangkat dari faktor khusus, peristiwa yang konkrit kemudian dari faktor atau peristiwa yang khusus dan konkrit kemudian itu ditarik generalisasi yang bersifat umum (Rijali 2019). Dari pemaparan metode penelitian berupa deskriptif kualitatif dalam pengelolaan wms di Kabupaten Sumenep dapat dilihat hasil per Tahunnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana yang diketahui program mencetak 5000 wirausaha muda atau biasa disebut wirausaha muda (WMS) merupakan salah satu janji politik Busyro-Fauzi dalam pilkada 2015 lalu. Wirausaha muda sumenep (WMS) dibawah naungan dari program *interpreneur Training Developmen center* (ITDC). Program Wirausaha muda sumenep merupakan program yang dibangun oleh pemerintah kabupaten Sumenep. Selama ini Program wirausaha muda dikelola PIWS dalam bentuk pelatihan peserta dan pendampingan pasca pelatihan. Banyak lulusan dari peserta yang akan menjadi seorang pengusaha muda dengan beragam jenis usaha yang berhasil memproduksi dan sudah mampu untuk dipasarkan, (Mata madura, 2019).

Program tersebut sejatinya memiliki bagian dari upaya memperkecil angka pengangguran yang ada di kota Sumenep yang terus bertambah dai tahun ketahun. Pelatihan tersebut sebagai wadah untuk mengasah keahlian khususnya pemuda sumenep, sesuai dengan minat bakatnya. Kemudian setelah itu mereka mampu mengembangkan jiwa wirausahanya/*skillnya*, sehingga mereka dihubungkan dengan pelaku pasar untuk mengembangkan dan memperjual-belikan hasil usahanya. Jadi dalam pendirian program wirausaha muda sumenep (WMS) ini arahnya jelas, yaitu memberikan pendidikan kewirausahaan melalui pelatihan dalam berkarya, kreatif, serta bimbingan dalam mengembangkan *skillnya*.

Motif dari pendirian program wirausaha muda sumenep tak lain yakni sebagai wadah untuk para pemuda khususnya, Sumenep agar bisa mandiri dan mampu meningkatkan potensi usaha dikalangan sumenep, (Jusoh, dkk, 2020) dengan modal yang sudah difasilitasi oleh wirausaha muda sumenep berupa *skill* atau kemampuan. Cara meningkatkan potensi usaha dalam program wirausaha muda sumenep yakni dilakukan dengan cara pihak pemerintah atau dari pihak wirausaha muda sumenep (wms) menyediakan beberapa tempat, alat, dan bahan sesuai dengan bidang usaha yang dipilih serta memberikan bimbingan kepada setiap peserta dari wirausaha muda sumenep (WMS) yang masih pemula dengan cara memberikan teori-teori sekaligus praktek langsung sehingga nantinya mereka bisa mahir untuk dapat menciptakan produknya.

Beberapa bulan kemudian dilanjutkan pula dengan pelatihan tahap ke dua selama 8 hari pelatihan ini diberikan agar lebih memahami proses penciptakan produk dengan baik dan sistem yang baik. Menurut Direktur wirausaha muda sumenep (wms) Khoiril Anwar, mengungkapkan bahwa dari acara pelatihan tahap ke dua lebih ditekankan pada kemampuan managerial usaha (*soft skill*). konten pelatihan tahap kedua ini adalah pada penataan bisnis, marketing, dan pengelolaan SDM artinya lebih ditekankan pada perwujudan bisnis yang baik. Pada tahap kedua ini peserta juga dididik dengan adanya materi yang berbeda, (New, 2019).

Menurut Sutomo tahap kedua ini nantinya akan dikelompokkan masing-masing sentra produksi yang ada di sejumlah kecamatan yang ada di Kabupaten Sumenep, pengelompokan wirausaha muda tersebut agar setiap usaha yang diminati bisa dikembangkan lagi dimulai manajemen pemasaran, keuangan maupun komunikasi bisnisnya dan sebagainya, (Widhari,

dkk 2020). Dan tahap yang terakhir yakni tahap ketiga hanya peserta tertentu yang diikutkan yakni peserta yang benar menekuni kegiatan ini selama tahap pertama pelatihan pada tahap ini berkisar hanya 100 orang dari semua jenis usaha. Peserta yang terpilih pada tahap ini yakni peserta yang mempunyai kemampuan menonjol pada aspek dari inovasi teknologi, manajemen usaha, dan kecepatan menangkap serta memanfaatkan peluang pasar yang ada masa pelatihan ini berlangsung selama 30 hari.

Disentra produksi wirausaha muda sumenep (WMS) peserta wirausaha muda sumenep (WMS), baik yang lama maupun yang baru dapat belajar bersama dengan diarahkannya oleh pendamping, dimana hasil dari produksinya kemudian dijual dan keuntungannya juga dimiliki bersama dan menurut Nurul Fawaid selaku budidaya jamur didalam wirausaha muda sumenep (wms) yang merupakan pelaku usaha, tidak meminta keuntungan atau bagi hasil dari produk yang mereka jual diwirausaha muda sumenep (wms) hanya mau mengembangkan bisnis dan usaha yang ada, (Zulaikha, 2020).

Menurut para pelaku usaha atau alumni yang terlibat dalam wms mereka bisa mengembangkan wirausahanya dari tahun ke tahun dan memberikan estimasi keuntungan yang didapat dalam setiap tahunnya sehingga manfaatnya dirasa sangat jelas terhadap pendapatan dan laju perkembangan ekonomi baik secara individu maupun dari pendapatan perkapita daerah masing-masing. Sehingga banyak pelaku usaha di kabupaten Sumenep berlomba-lomba ikut dalam program wms (wirausaha muda sumenep). Ditunjukkan dalam Tabel 1. berupa Tabel estimasi modal, pinjaman, dan penghasilan per tahun.

Tabel 1.
Estimasi Dari Modal, Pinjaman, Pada Usaha Caring Per Tahun

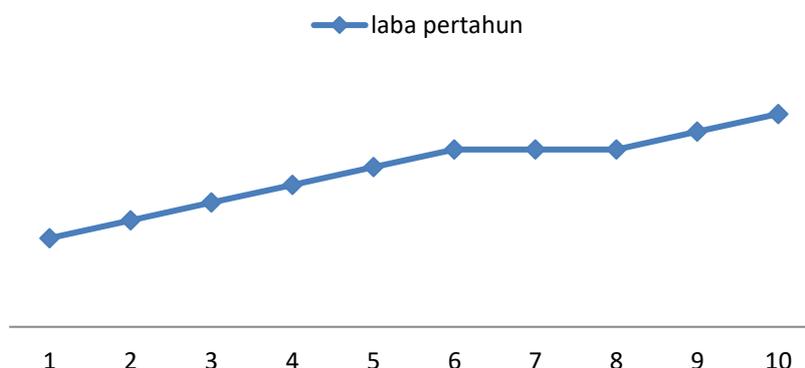
Modal Yang Harus Dikeluarkan Dalam Mengelola Caring Dari Tahun Ke Tahun			
2013-2015	2016	2017	2018-2020
Rp 220.000,00	Rp 225.000,00	Rp 227.000,00	Rp 230.000,00

Tabel 2.
Estimasi Penghasilan dari Usaha Caring Wms Per Tahun
Penghasilan Dari Mengelola Caring Wms Per Tahunnya
Penghasilan Yang Didapat Dari Hasil Berjualan

2013	Rp 500.000,00
2014	Rp 750.000,00
2015	Rp 1.000.000,00
2016	Rp 350.000,00
2017	Rp 985.000,00
2018	Rp 500.000,00
2019	Rp 800.000,00
2020	Rp 300.000,00

Sumber : Data dari pelaku wirausaha muda sumenep dalam (WMS)

Hasil Laba Pertahun



Grafik Hasil Laba Wirausaha catring per tahun setelah mengikuti program wms di Sumenep

Dalam membuka usaha catring ini harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk membangun suatu catring yang akan menjual makanan. Sehingga harus mengeluarkan modal sebesar Rp 2.500.000,00 untuk membangun usaha catring, sedangkan untuk barang pengolahan sebesar Rp 120.000,00. Jika di total sekitar Rp 2.670.000,00 dari keseluruhan modal yang digunakan dalam membuka usaha catring. Sehingga membutuhkan beberapa pinjaman sekitar Rp 2.350.000,00. Dan itu merupakan modal awal dalam membuka usaha catring. Untuk mengetahui adanya kontribusi pendapatan dari usaha catring makanan terhadap pendapatan dari keuntungan yang diperoleh dalam membuka usaha dapat dihitung dengan menggunakan rumus presentase sebagai berikut:

Rumus: Investasi yang dikeluarkan – penghasilan yang didapat x 100 %

Tahun 2013 = Rp 220.000,00 – Rp 500.000,00 x 100% = Rp 380.000,00

Tahun 2014 = Rp 220.000,00 - Rp 750.000,00 x 100% = Rp 530.000,00

Tahun 2015 = Rp 220.000,00 - Rp 1.000.000,00 x 100% = Rp 780.000,00

Tahun 2016 = Rp 225.000,00 - Rp 350.000,00 x 100% = Rp 125.000,00

Tahun 2017 = Rp 227.000,00 - Rp 985.000,00 x 100% = Rp 9884.773,00

Tahun 2018 = Rp 230.000,00 - Rp 500.000,00 x 100% = Rp 270.000,00

Tahun 2019 = Rp 230.000,00 - Rp 800.000,00 x 100% = Rp 570.000,00

Tahun 2020 = Rp 230.000,00 - Rp 300.000,00 x 100 % = Rp 70.000,00

Jadi penghasilan yang didapat dari catring makanan tersebut tidak selalu sama setiap tahunnya, kadang hasil yang didapat setiap tahunnya, selalu naik turun. Hal ini tergantung pada minat pelanggan dan pembeli yaitu berapa banyak yang menarik perhatian pada pelanggan tersebut serta apa yang sangat dibutuhkan oleh si pelanggan tersebut serta itu juga disebabkan oleh situasi yang tidak mendukung lingkungan sekitar, seperti : hujan deras, angin kencang, dan wabah yang melanda saat ini sehingga menyebabkan ekonominya kadang naik turun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Program wirausaha muda sumenep merupakan program yang di dalamnya berisi tentang kegiatan penanaman kewirausahaan dengan memberikan pendidikan tentang kewirausahaan baik berupa praktek dan teori setiap jenis usaha yang ada di wirausaha muda sumenep (WMS)

dan menciptakan *skill*. Ada 9 jenis usaha di wirausaha muda sumenep yaitu: (1) catring, (2) batik, (3) elektro, (4) percetakan, (5) las, (6) budidaya jamur, (7) budidaya lele, (8) tata rias, (9) konveksi.

Sistem program wirausaha muda sumenep ada 3 tahap inkubasi yakni (1) pengutan sumber daya manusia (2) selama 8 hari pelatihan tahap kedua yang lebih ditekankan pada kemampuan managerial usaha (*soft skill*), penataan bisnis, marketing, dan pengelolaan SDM, atau lebih ditekankan pada perwujudan dari bisnis yang baik. (3) pembekalan sumber daya manusia, praktek bisnis, manajemen bisnis atau tahap pematangan dari tahap pertama dan kedua. Kemudian pasca inkubasi peserta wirausaha muda sumenep (WMS) dimasukkan dalam suatu manajemen usaha rumah produksi dari tingkat kecamatan hingga industri rumahan.

Pencairan modal di kegiatan wirausaha muda sumenep bisa didapat dengan dua cara, yaitu: (1) bantuan koperasi, (2) Memperoleh pencairan modal usaha dengan menekuni kegiatan inkubasi sampai tuntas atau sampai tiga tahap.

Tujuan dari adanya program wirausaha muda sumenep (wms) yakni agar mampu menyiapkan tenaga muda terampil, pengurangi angka pengangguran, mampu meningkatkan usaha kecil, juga mampu meningkatkan pendapatan perkapita, juga dari beberapa program ini mampu memberikan kemampuan keterampilan untuk menambah penghasilan, khususnya generasi muda produktif bagi peningkatan pembangunan ekonomi kabupaten sumenep dan meningkatkan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, K & Jessica, K. (2000). *Ensiklopedi Ilmu-Ilmu Sosial*. Edisi I. Jakarta.
- Agustini, D.H & E.A. Yudiati. (2002). Keterkaitan Keberhasilan Usaha dengan Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Pada Pedagang Eceran Berskala Kecil di Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Dian Ekonomi) Volume VIII No. 3 Desember 2002, Hal 357-374*
- Alas, R., Übius, U., Lorents, P., & Matsak, E. (2017). Corporate Social Responsibility In European And Asian Countries. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT Vol. 4 No. 1*
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Cetakan Ketiga. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Dwi, Edy Kurnianti, (2017). *Kewirausahaan Industri*. Yogyakarta :Cv Budi Utama
- Fauzi, A. (2018). Peran Analisis Kredit Terhadap NPL pada PT. X. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT Vol. 5 No.2*
- Hafsah, M. J. (2000). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Jejek.co (2019). *Potret Program Wirausaha Muda Sumenep*. Sumenep: STIEBA press
- Jusoh, R., Ziyae, B., Asmirian, S., Abd. Kadir, S. (2011). Entrepreneur Training Needs Analysis Implications on The Entrepreneurial Skill Needed for Successful Entrepreneurs, *International Business & Economic Research Journal – January 2011 Vol 10, Number1*
- New Indonesia.co.id , (2019). *Soft skill, Cara WMS Kembangkan Wirausaha Muda* diakses di <https://maduraindepth.com/bupati-sumenep-unggukan-wirausaha-muda-dalam-iga-2020>.
- Ni made taman ayuk, "Pengaruh Jumlah Anggota, Jumlah Simpanan, Jumlah Pinjaman Dan Jumlah Modal Kerja Terhadap Sisa hasil Usaha (SHU) Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Di

- kabupaten Bandung Provinsi Bali”*E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 2(9),no 642,2013). 631
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=modal+koprasi&oq=modal=kop#d=gs_qabs&u=%23p%3D38036qzpk9EJ
- Mata Madura media, (2019). *Program Mencetak 5000 Wirausaha Muda Macet. Diakses pada tanggal 02 November 2019*
- Mc kab sumenep, (2020). “*Program Wirausaha Muda Solusi Atasi Pengangguran di Sumenep*” *info Publik* diakses pada tanggal 23 November 2020.
- Prasetyo, A., Andayani, E., & Sofyan, M. (2020). Pembinaan Pelatihan Pembukuan Laporan Keuangan Terhadap Wajib Pajak UMKM Di Jakarta. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(1), 34-39. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/5/5>
- Rijali, Ahmad. 2019. “Analisis Data Kualitatif.” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17 (33): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rusdiana, (2018). *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Redaksi,” *Bupati Sumenep Unggulkan Wirausaha Muda Dalam IGA 2020*” diakses di <https://maduraindepth.com/bupati-sumenep-unggulkan-wirausaha-muda-dalam-iga-2020>.
- Suharno. (2010). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan (Pedoman Praktik: Kiat dan Proses Menuju Sukses)*, Salemba Empat, Jakarta
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: SALEMBA EMPAT
- Widhari, C. I., & I Ketut Suarta, S. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol 8 No 1 Maret 2012. Hal 54-63*.
- Zulaikha, (2020). *Bisnis UMKM Di Tengah Pandemi*. Surabaya: Unitomo press
- Zarkasyi, M. W. (2008). *Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*. Bandung: Alfabeta.

Learning Innovations Of The Covid-19 Pandemic Time Islamic Education (PAI)
in Sekolah Dasar Negeri 9 Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat
Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan

Ranah

Teachers Sekolah Dasar Negeri 9 Kampung Baru Simpang Empat
Dinas Pendidikan Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan, Indonesia

Koresponden: ranahyana99@gmail.com

Abstract.

The main factor in this study aims to find out what learning innovations were carried out during the Covid-19 pandemic, then what is the impact of implementing learning innovations, and want to see them supporting and inhibiting factors for implementing learning innovations carried out by the 9 Kampung Baru Elementary School, Simpang District. Four districts of Tanah Bumbu, South Kalimantan. This research uses a qualitative approach. The results showed that the learning innovations that were carried out were emphasized on: First, the delivery of Islamic Religious Education materials that applied four learning innovations, namely the Contextual Teaching and Learning (CTL) strategy, PowerPoint media, mobile communication media, and social media as well as a religious practice competition. Second, the impact of implementing learning innovations during the Covid-19 pandemic can be seen in the following two things: a) students become trained to relate lessons learned with what is happening in the environment at that time, b). Changes in student attitudes are getting better. Third, Supporting Factors and Inhibiting Factors for the implementation of Learning Innovation in Islamic Religious Education Subjects: 1) the supporting factors for PAI learning innovation are as follows: a. Teacher ability. b). Students' abilities. c). Facilities and infrastructure. 2). Inhibiting factors in the implementation of learning innovation, among others, are as follows: a) Teacher limitations. b) Inadequate facilities and infrastructure. c). Students' diverse psychological abilities and souls.

Keywords: COVID-19, Learning Innovation, Islamic Religious Education

Cronicle of Article: Received (08,01,2021); Revised (20,01,2021); and Published (03,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Ranah (2021) 'Learning Innovations Of The Covid-19 Pandemic Time Islamic Education (PAI) in Sekolah Dasar Negeri 9 Kampung Baru Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.93-108. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

INTRODUCTION

The educational factor during the Covid-19 pandemic has a significant update in which students in some regions and local policies prohibit face-to-face learning. therefore education is also the basis for society to create conscious efforts so that humans can develop their potential through a learning process and or other means that are known and recognized by society. The 1945 Constitution of the Republic of Indonesia Article 31 paragraph (1) states that every citizen has the right to education. Meanwhile, paragraph (3) emphasizes that the government strives and

implements a national education system that enhances faith and piety as well as noble morals to educate the nation's life as regulated in law. For this reason, all components of the nation are obliged to educate the nation's life which is one of the goals of the Indonesian state. In the Law of the Republic of Indonesia No. 20 of 2003 Chapter II Article 3 concerning the National Education System (Sisdiknas), states that national education aims to develop the potential of students to become human beings who believe and have devotion to God Almighty, have a noble character, are healthy, knowledgeable, capable, creative, independent and become a democratic and responsible citizen.

The element of education is an effort to prepare humans to live in the community, for that various changes must be considered and anticipated through efforts to improve the education and learning process so that the output can be and is able and competitive in facing various things that occur in the process of change in society, and for that education must develop creative and innovative responses, in line with Suyanto's statement that to create competitive advantage, we need rapid innovation in the world of education. Being a nation with dignity requires competitive excellence in various fields. It is no longer the time for us to rely on cheap labor to support and correct the concept of competitive advantage. Because the world of education is a necessity to always pay close attention to the changes that occur so that they can be responded to intelligently to improve the quality of learning. In this connection, Educational Innovation becomes increasingly important to continue to be studied, applied, and communicated to all elements involved in education to foster and develop innovative attitudes in the educational environment, because, without significant innovation, education will only produce graduates who are not independent, always dependent. on the other hand, that education must be used as a national innovation for the achievement and improvement of quality outcomes sustainably and systematically so that competitive excellence can always be maintained. Various kinds of educational innovation can simply be interpreted as innovation in the field of education. According to Ibrahim, educational innovation is an idea, item, method, which is felt or observed as something new for a person or group of people (society) either in the form of invention or discovery, which is used to achieve educational goals or solve educational problems.

Thus innovation is expected to improve the quality of education/learning, this means that any innovation that cannot improve the quality of education/learning should not be adopted, and in this context, the role of the teacher will be very decisive in the adoption of innovations in the education/learning process. Therefore, in addressing an innovation, a good understanding of the substance of the innovation itself is needed, this is so that innovation can add value to life. With this in mind, the world of education as a sub-system of people's lives needs to respond openly to the various innovations that exist in the world of education, as well as those that occur in other fields of life to try to integrate them so that an educational condition can be achieved that is not left behind by changes that occur in society. as a result of accumulated innovation. However, the situation in the world of education such as school, according to research by Kim E.Dooley tends to be difficult/slow to change, as seen in the following statement:

"The past three decades have been characterized by extreme social, political, economic, and technological changes; but schools have not changed their basic organizational structure. Recognition that the curriculum and methodology of the past are unsuited for today's world has prompted a call for a restructuring of education. We are currently in the "third wave" era (Toffler, 1981), the post-industrial information age in which change continuously takes place at all levels of society."

Difficulties or delays in changing have made the world of education lag behind the developments that have occurred in other areas of life such as the business world, where innovation has become a decisive soul for business life, studies on innovation in education have been widely carried out, even though its contribution to a theoretical understanding of the diffusion of innovation is not so important, this is because most innovation decisions are collective and based on authority, and less done individually (optional innovation decisions). Innovations in the field of education usually arise from the anxiety of certain parties regarding the implementation of education. For example, teacher worries about the implementation of the teaching and learning process which they consider unsuccessful, anxiety from the education administrator about teacher performance, or perhaps community anxiety about the performance and outcomes of even the education system. These worries eventually form problems that require immediate handling. Efforts to solve this problem emerge new ideas and ideas as an innovation. Thus, we can say that innovation exists because of a perceived problem, it is almost impossible for innovation to emerge without a perceived problem. Based on the description above, it is known that innovation arises because of a perceived problem. There are many studies related to education. One of the studies in the field of education is a learning activity. Learning activities in which there are activities between teachers and students. One of the learning activities took place at Negeri 9 Kampung Baru Elementary School, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan, especially in the subject of Islamic Religious Education (PAI)

Starting from the restlessness of the Islamic Education subject teacher who saw the enthusiasm and concentration given by students was not optimal. So the PAI teacher made several innovations related to the learning process of Islamic Religious Education (PAI) both in the classroom and outside the classroom, including learning using an InFocus and using power points, and using the mosque as a place for student and student prayer practice even though the distance is some distance. Furthermore, the PAI teacher uses mobile phones to motivate children's prayers at home by texting, don't forget to do the prayers, which are shared with high-grade students, namely IV, V, and VI who are Muslim.

LITERATURE REVIEW

A. Learning Innovation Concept

Innovation (Latin: in + novare - "make new") means the act of creating something new that brings about change by generating new ideas and approaches or methods. To produce something new, which is hoped to be more efficient, of course, we must start from what is there.

Therefore, innovation in education is very necessary. Innovation is an idea, practical things, methods, ways of things made by humans, which are observed to be perceived as something new to a person or group of people (society). In his book Miles which is translated by Wasty Soemanto; "Innovation is all kinds of changes in the genus. Innovation is deliberate, new, specific changes to achieve system goals. New things can be in the form of invention or discovery that is used to achieve certain goals and is observed as something new for a person or group. society, so these changes are planned and willed".

Innovation can be defined as something new in certain social situations that are used to answer or solve a problem. Judging from the form or form, "something new" can be in the form of ideas, ideas, objects, or maybe actions. Meanwhile, seen from its meaning, something new can be new that has not been created before which is then called an invention, or it can also not be new because it previously existed in another social context which is then called discovery. The invention

process, for example, the application of a learning method or approach that is completely new and has not been implemented anywhere to increase the effectiveness and efficiency of learning, for example, based on advances in science and technology we can design learning through cell phones that do not yet exist; while the discovery process, for example, the use of PowerPoint learning media in Islamic Education lessons in Indonesia to improve the quality of learning in these subjects, or learning through the internet network. So thus innovation can occur through the invention process or the discovery process.

1. Definition of Learning Innovation

Wina Sanjaya defines learning innovation as an idea, idea, or certain actions in the field of curriculum and learning that are considered new to solve educational problems. In the field of education, innovation usually arises from the unrest of certain parties about the implementation of education. For example, teacher anxiety about the implementation of the teaching and learning process that is considered unsuccessful, the education administrator's anxiety about teacher performance, or perhaps community unrest about the performance and outcomes of even the education system. These worries eventually form problems that require immediate handling. Efforts to solve this problem emerge new ideas and ideas as an innovation. Thus, we can say that innovation exists because of a perceived problem; it is almost impossible for innovation to emerge without perceived problems. From the various opinions above, it can be concluded that learning innovation is something new in certain social situations that are used to answer or solve learning problems. Judging from the form or form, "something new" can be in the form of ideas, ideas, objects, or maybe actions.

2. Barriers to Innovation

Besides, according to Nasution, there are several difficulties faced in learning changes which include:

- 1) History shows that schools like receiving updates. The new idea of education took about 75 years before it was generally put into practice in schools.
- 2) Humans are generally conservative and teachers belong to that class too. Teachers prefer to follow old tracks regularly. There are times because this is the easiest way to do it. Carrying out renewal requires more thought and energy. Not everyone likes to work more than necessary. There are times, however, that teachers do not have the opportunity or authority to make changes because of administrative regulations. The teacher is only expected to follow the superior's instructions.
- 3) Learning renewal is sometimes tied to the character who triggers it. By leaving this character the reformation which he had initiated also disappears.
- 4) In the renewal of learning it turns out that generating new ideas is easier than implementing them in practice. And even though it has been carried out as an experiment, there are still many obstacles in its dissemination, therefore it must involve many people and may require changes in the organizational structure and administration of the education system.
- 5) Renewal of learning also often requires higher costs for new educational facilities and tools, which cannot always be met.
- 6) It is not uncommon for reforms to be opposed by those who want to stick to what is already commonly done or who do not believe in the new before it is proven to be superior. Being critical to the renewal of learning is a healthy character because renewal is not just a mode that appears at one point in time to disappear again in a short time.

The innovation of Islamic religious education teachers is the ability of educators who hold Islamic religious education subjects to express and realize their potential thinking power, to produce something new, and unit / combine something that already exists into something more interesting. Therefore, a teacher of Islamic religious education is required to be an innovative person in the educational process. Islamic religious education has an important role in increasing human resources, for that every human being, both male and female, must receive education, as a provision for life in the world and the hereafter. As the Prophet Muhammad SAW said in Imam Abi Abdullah, Muhammad Ibnu Ismail, Sahih Bukhari Volume I, (Istambul: Darul Fikr, 1981), p. 23 of the following:

Seeking knowledge is obligatory on all Muslims, both men, and women.

From the above verse, it is clear that humans are ordered to seek and explore knowledge through education so that they are not blind to developing knowledge, obtained from learning innovations.

B. PowerPoint Learning Media

1. Understanding PowerPoint Learning Media

The term instructional media is a series of two words, namely media and learning which can be described as follows:

"The word media comes from the Latin medius which literally means 'middle', 'intermediary', or 'introduction'. In Arabic, media is an intermediary () or the introduction of messages and senders to message recipients. Whereas in the Indonesian dictionary media means tools, facilities, information linkages."

There are many limitations that people have put on the media. The Association of Education and Communication Technology (AECT) in America limits the media as messages/information. Media are the various types of components in a student's environment that can stimulate them to learn. Arief S. Sadiman argues that: "Media are all physical tools that can present messages and stimulate students to learn". Meanwhile, Fatah Syukur defines: "Media is a technique that is used to make communication more effective between teachers and students in learning". From these various definitions, it can be concluded that media is anything that can be used to transmit messages from sender to sender of messages to stimulate thoughts, feelings, attention, and interests, and facilitate the teaching and learning process to achieve teaching goals effectively and efficiently. Meanwhile, learning in the large Indonesian dictionary is a process, how to make people or living things learn. Dewi Salma Prawradilaga and Eveline Siregar stated that: "Learning is an effort to create conditions on purpose so that the learning objectives can be facilitated (facilitated) in their achievement". Gagne defines "learning as a set of external events designed to support the occurrence of several learning processes that are internal". Kunandar said that: "Learning is a process of interaction between students and their environment so that behavior changes for the better". From these definitions it can be understood that learning is a deep process efforts to create learning conditions so that behavior changes for the better so that learning objectives can be achieved easily.

From the understanding of media and learning above, an image of learning media is obtained that is anything that can be used to transmit messages from the sender to the recipient of the message so that it can stimulate thoughts of feelings, attention, and interest to create effective and efficient learning conditions so that learning objectives can be achieved. easily.

1. Definition of PowerPoint

To understand the meaning of PowerPoint, it is necessary to know what computers are first. The computer comes from the Latin computer which means counting. Due to the vastness of the computer science field, experts and researchers differ slightly in defining computer terminology. Here are some definitions of computers by experts and researchers:

- 1) According to Azhar Arsyad, "Computers are machines specially designed to manipulate coded information, electronic machines that automatically do simple and complex work and calculations".
- 2) According to Blissmer, "A computer is an electronic device capable of performing several tasks, namely: receiving input, processing input according to instructions given, storing commands and processing results, and providing output in the form of information".
- 3) According to Nasution, "Computers are the result of technology that opens up great possibilities for educational tools".
- 4) Meanwhile, according to Sander, "Computers are electronic systems to manipulate data quickly and precisely and are designed and organized so that they automatically receive and store input data, process them and produce output based on instructions that have been stored in memory".

And many more who try to define differently about computers. But in essence, it can be concluded that a computer is an electronic device that accepts input, processes input, provides information, uses a program stored in the computer memory, can store programs and processing results, and work automatically. From the understanding of computers above, it can be understood that electronic equipment (hardware) and programs (software or software) have turned a computer into a useful object, as it is used in delivering course material. Powerpoint here can be interpreted as the most famous software commonly used for presentations. Using PowerPoint or other software in presentations is very easy, dynamic, and very interesting.

Between the understanding of learning media and the meaning of PowerPoint, it can be understood that learning with the PowerPoint program is a computer media with PowerPoint software that is used by teachers to transmit messages or convey subject matter, stimulate thoughts, feelings, attention, and students' will through the senses of hearing, observation, or vision and interactions between teachers and students in teaching and learning process.

2. Functions and Benefits of PowerPoint Learning Media

Opinion related to learning media by Yunus in his book *Attarbiyatu watta'liim* quoted by Azhar Arsyad reveals the following:

That: The teaching media has the greatest influence on the senses and guarantees more understanding people who just listen are not the same level of understanding and the duration of what they understand compared to those who see, or see and hear it.

From the above expression, it is understood that the learning media has a big influence on the senses and can guarantee to understand. And the level of understanding also varies from what the senses perceive by people who just listen, not the same level of understanding as those who see or see and hear. That way, the use of computer learning media should be able to improve students' understanding, because, in addition to listening to students, they also see what the teacher explains or what material is given. As a learning tool according to the view of the Qur'an that humans were created by Allah in a state of ignorance, but Allah has provided humans with both physical and psychological means so that humans can use them to learn and develop

knowledge and technology for the benefit and benefit of humans. As mentioned in the QS. An-Nahl [16]:

Meaning: "And Allah took you out of your mother's stomach in a state of not knowing anything, and He gave you hearing, sight, and heart, so that you may be grateful". (Surah An-Nahl: 78)

In this verse, it is said that in the process of learning or seeking knowledge, humans have been given physical means in the form of external senses, namely eyes and ears, as well as psychic means in the form of reasoning or intellectual power. From the explanation above, it can be understood that the role of learning media is needed in teaching and learning activities. Through learning media, abstract things can be more concrete.

Paying attention to this explanation, specifically the learning media including Madia PowerPoint has a function and role to: (1) Capture an object or certain events; (2) Manipulate certain circumstances, events, or objects; and (3) Increase student passion and motivation.

3. Using PowerPoint Learning Media

And some of the limitations of power points are used in education, for example:

- a) Although the price of computer hardware tends to decrease (cheap), software development is still relatively expensive.
- b) The design of power points, especially for teaching, is lagging in comparison with a PowerPoint design for other purposes, for example for data analysis.
- c) High-quality direct teaching materials using power points very little.
- d) Teachers who design teaching materials with power points can increase their workload, including understanding the limitations of power points.
- e) Creativity may be fixated on teaching powered points only.

Every learning media must have limitations and shortcomings, as are some of the limitations of the PowerPoint media mentioned above. But these limitations can be overcome or reduced, if the learning media is used properly and appropriately. One of the limitations of the PowerPoint media is considered to increase the workload of teachers because they have to design teaching materials first and can understand the limitations of power points. This limitation can be overcome if the teacher is sincere in teaching and tries to have the skills to use power points properly so that there is no burden on him. As Allah says in QS. Insyirah [94]:

Meaning: "Indeed, after the difficulty there is a solution. So when you have finished (from one business), do seriously (business) other". (Surah Al Insyirah: 6-7)

In this verse, Allah instructs the Prophet Muhammad SAW to continue to fight sincerely and tawakkal. Thus from this verse, a lesson can be taken to really do something and not easily give up in facing difficulties, because behind the difficulties there must be convenience.

C. Contextual Teaching and Learning (CTL)

1. Definition of Contextual Teaching and Learning (CTL)

"Contextual Teaching and Learning (CTL) is a learning concept that emphasizes the relationship between learning material and the real world of students' lives so that students can connect and apply competency learning outcomes in everyday life". Through the process of applying competencies in everyday life, students will feel the importance of learning, and they will get a deep meaning for what they learn. "Contextual Teaching and Learning (CTL) allows a quiet and fun learning process because learning is carried out naturally so that students can directly practice what they learn". Contextual learning encourages students to understand the nature of the

meaning and benefits of learning, thus enabling them to be diligent, and motivated to always learn, even learning addiction. This condition is realized when students realize what they need to live, and how to achieve it. According to Elaine B. Johnson quoted by A. Chaedar Alwasilah "Contextual Teaching and Learning (CTL) is a comprehensive system. CTL consists of interconnected parts. If these parts are intertwined with each other, it will affect. just as the violin, cello, clarinet, and other instruments in an orchestra produce different sounds that together make up the music, so separate CTL parts involve the process. These different processes together, which when used together, enable students to make meaningful relationships Each of these different parts of the CTL contributes to helping students understand schoolwork. a system that allows students to see the meaning in it, and remember academic material.

Contextual learning is teaching that enables students to strengthen, expand, and apply their knowledge and academic skills in a variety of settings within the school and outside of school to solve real-world problems or simulated problems. Contextual learning occurs when students apply and experience what is being taught regarding real-world problems related to their roles and responsibilities as family members, citizens, students, and the workforce. Contextual learning is learning that occurs in a close relationship with actual experiences.

2. Objectives of Contextual Teaching and Learning (CTL)

The main objective of Contextual Teaching and Learning (CTL) is to assist students in appropriate ways to attribute meaning to their academic lessons. When students find meaning in their lessons, they will learn and remember what they learned. CTL enables students to relate the content of academic subjects to the context of their daily lives to find meaning. It expands their context. Then, by providing new experiences that stimulate the brain to make new connections, we help them find new meanings.

3. Characteristics of Contextual Teaching and Learning (CTL)

According to Johnsonyang quoted by Nurhadi, there are eight main components in the contextual learning system (Contextual Teaching and Learning), as in the following details:

a) Make a meaningful relationship (making a meaningful connection)

Students can organize themselves as people who learn actively in developing their interests individually, people who work alone or work in groups, and people who can learn while doing (learning by doing).

b) Doing significant activities (doing significant work)

Students make connections between school and various contexts that exist in real life as business behavior and as members of society.

c) Self-regulated learning

Students do significant work: there is a purpose, it has to do with other people, it has to do with making choices, and there is a tangible product/outcome.

d) Work together (collaborating)

Students can work together. The teacher helps students work effectively in groups, helping them understand how they influence and communicate with each other.

e) Critical and creative thinking

Students can use higher levels of thinking critically and creatively: can analyze, make syntheses, solve problems, make decisions, and use logic and evidence.

f) Nurturing the student (nurturing the individual)

Students take care of themselves: knowing, paying attention, having high expectations, motivating and strengthening themselves. Students cannot succeed without adult support.

g) Reaching high standards (reaching high standards)

Students recognize and achieve high standards: identifying student goals and motivation to achieve them. The teacher shows students how to achieve what is called "Excellence".

h) Using authentic assessment (using authentic assessment)

Students use academic knowledge in real-world contexts for a meaningful purpose. For example, students may draw academic information they have learned in science, health, education, math, and English lessons by designing a car, planning a school menu, or making a presentation about car emotions.

D. PAI Learning Quality

1. Definition of Learning Quality and Learning Quality Indicators

To prevent the spread of Covid-19, WHO recommends temporarily stopping activities that have the potential to cause crowds. For this reason, conventional learning that gathers many students in one room needs to be reviewed in its implementation. Learning must be carried out with a scenario that can minimize physical contact between students and other students, or between students and teachers. According to Milman (2015), the use of digital technology allows students and teachers to be in different places during the learning process. One of the alternative forms of learning that can be carried out during the Covid-19 emergency is online learning. According to Moore, Dickson-Deane, & Galyen (2011), Online learning is learning that uses internet networks with accessibility, connectivity, flexibility, and the ability to generate various types of learning interactions. Research stated by Zhang et al., (2004) shows that the use of the internet and multimedia technology can change the way of conveying knowledge and can be an alternative to learning carried out in traditional classrooms. In practice, online learning requires the support of mobile devices such as smartphones, tablets, and laptops which can be used to access information anywhere and anytime (Gikas & Grant, 2013). The use of mobile technology has a major contribution in the world of education, including the achievement of distance learning goals (Korucu & Alkan, 2011). Various media can also be used to support the implementation of online learning. For example, virtual classes use Google Classroom, Edmodo, and Schoology services (Enriquez, 2014; Sicat, 2015; Iftakhar, 2016), and instant messaging applications such as WhatsApp (So, 2016). Online learning can even be done through social media such as Facebook and Instagram (Kumar & Nanda, 2018).

a. Definition of Learning Quality

Quality is the same as the meaning of quality which can be interpreted as the level or level of something, therefore quality implies: (1) The level of good and bad of a level; and (2) Degree or level (intelligence, skills, etc.); quality.

In the context of education the definition of quality, in this case, refers to the educational process and educational outcomes. A quality "educational process" involved various inputs, such as; teaching materials (cognitive, affective, or psychomotor), methodology (varies according to the ability of the teacher), facilities, administrative support and infrastructure, and other resources as well as creating a conducive atmosphere.

According to Pius A Partanto and M. Dahlan Al Barry, quality is quality; good and bad of goods. From this understanding, the quality or quality of education must be improved both human resources, material resources, quality of learning, quality of graduates, and so on. From the various existing definitions, the definition of education quality is the ability of educational institutions to produce optimal learning processes, outcomes, and impacts.

Therefore, the operational quality of learning can be interpreted as the intensity of systemic and synergistic relationships between teachers, students, curriculum and teaching materials, media, facilities, and learning systems in producing optimal learning processes and outcomes under curricular demands.

b. Learning Quality Indicators

Conceptually, quality needs to be treated as a dimension of indicators that serve as indications or pointers in professional development activities, both related to the business of organizing educational institutions and learning activities in the classroom. This is necessary for the following reasons:

a) Student Achievement Increases

Student achievement that can be used as a measure of success in learning that has been taking place so far religious education emphasizes cognitive (knowledge), affective (feeling) and psychomotor (behaviour) aspects.

b) Students Able to Cooperate

In learning, a collaboration between students or students and teachers is needed. With solidarity, a conducive and fun learning atmosphere will emerge. Harmony needs to be maintained and maintained by realizing the following attitudes: (1) mutual understanding not to dominate each other, (2) mutual acceptance so as not to go along according to their own will, (3) mutual trust not to suspect each other, (4) mutual respect and (5) mutual affection so as not to hate and envy each other.

c) The existence of fun learning

Fun learning is needed to help students absorb and understand the lessons that are absorbed by the teacher because if students do not like learning, the subject matter will not make an impression on students. This fun learning usually uses a variety of methods and creates an attractive classroom atmosphere.

d) Able to interact with other subjects

The problems of world life are not only in religious matters but more in worldly fields. In this case, religious education can be a solution in all fields as long as the Islamic religious education learning implemented can interact with other subjects.

e) Able to Contextualize Learning Outcomes

Contextual learning is needed to familiarize and train students in socializing, cooperating, and solving problems. Learning will be more meaningful when children experience what they are learning, not knowing it.

f) Effective Learning in Classroom and Empowering the Potential of Students

The quality of learning must be improved to improve the quality of educational outcomes. On the micro-level, there are strategies or learning approaches that are effective in the classroom and empower students' potential.

g) Achievement of Curriculum Goals and Targets

Achieving curriculum goals and targets is a task that must be carried out by teachers and students in each lesson. These goals and targets can be used as minimum or maximum goals that must be achieved depending on the ability of the school which consists of teachers and other elements who carry it out.

Then indicators of learning quality can be seen, among others, from teacher learning behavior, behavior and impact of student learning, learning climate, learning materials, instructional media, and learning systems.

2. Definition of PAI Learning

The definition of learning according to Degeng and Muhaimin, learning (an expression that is better known before "teaching") is an effort to teach students. And learning is an activity process consisting of elements that are integrated and functionally interact with each other.

The definition of Islamic Religious Education according to Abdul Majid and Dian Andayani is a conscious effort made by education to prepare students to believe, understand, and practice Islamic teachings through predetermined guidance, teaching, or training activities to achieve predetermined goals.

Thus, if it is related to the notion of learning, and understanding is obtained that learning Islamic Religious Education is an effort to teach students to be able to understand, live and practice Islamic religious values through guidance, teaching or training activities. This is according to what Muhaimin expressed that learning Islamic religious education is: "An effort to teach students so that they can learn, need to learn, are motivated to learn, want to learn and are interested in continuing to study Islam, both for the sake of influencing how to be religious in the right way and studying Islam as knowledge".

3. Improving the Quality of Learning Islamic Religious Education

As prospective religious educators or teachers, we need a firm and fast attitude to describe what is currently lacking in our religious education, so that our current problem lies in the weak work ethic of PAI teachers and the lack of enthusiasm and work of PAI teachers in the development of religious education. in school.

If all components of education and teaching are properly prepared, the quality of education will automatically increase, but teachers are the main component of all components of education. If the teachers are of good quality, education will be good too. About education, teachers must be able to carry out inspiring teaching, namely teachers who in their teaching and learning activities can inspire their students. Through teaching and learning activities to inspire, namely teachers who can bring to life big ideas, great desires in their students. For a school with an Islamic label to have a good quality of education, it must have strategies for improving the quality of learning and effective measurement. The strategy rests on the ability to improve and formulate the vision of each era as outlined in the formulation of educational goals.

RESEARCH METHOD

The type of research and approach used in this article is a qualitative descriptive literature study which means that as a research rule that will produce descriptive data about a person through writing or spoken words and observable behavior (Salim and Syahrudin, 2016: 46). While the approach used in this article is a descriptive study which means a study that tries to find an appropriate and sufficient description of objects, activities, processes, and people. Meanwhile, literature studies are research conducted based on written work, including published research results. How to obtain data from literature studies from library sources and documents either by reading, taking notes, and processing research materials (Andi Prastowo, 2011: 202).

This article uses secondary data sources. Secondary data is a data source whose collection is done indirectly because in collecting it the researcher takes data from previous research documents and others and has been documented.

A very important technique in the article is data collection because, without data collection, the researcher cannot conduct research. In this article, the data collection technique used by the researcher is reading, taking notes, and processing research material from previous studies. Because this research uses the literature study method (Mila Intani, 2017: 52-53).

The procedure of the article used in this study is to understand the problems that occur and the things that are behind the problem. With qualitative methods the researcher describes, describes, and analyzes (Mila Intani, 2017: 55)

RESULTS AND DISCUSSION

Online learning which is implemented at the 9 Kampung Baru Elementary School, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan as an effort to suppress the spread of Covid-19 is implemented using learning applications and virtual classroom services that can be accessed via the web using the internet network. In general, students are satisfied with the flexibility of implementing learning. Learners are not pressured by time because they can set their schedule and place where they want to take part in learning. Through online learning, the teacher provides learning through virtual classes that can be accessed anywhere and anytime. This allows students to freely choose which learning subjects to follow and which tasks to do first. The results of research by Sun et al., (2008) show that the flexibility of time, location, and online learning methods affects student satisfaction with learning. There is one interesting finding in this research. Students feel more comfortable asking questions and express opinions in learning forums which are carried out online. Learning from home makes them less likely to feel the peer pressure they usually feel when studying with friends in face-to-face learning. The teacher's physical absence also makes them less awkward in expressing their opinions.

According to Sun et al., (2008), the absence of physical barriers and space and time limitations makes it easier for students to communicate. Besides, online learning eliminates awkward feelings so that students can express their thoughts and ask questions freely. Online distance learning is also able to foster learning independence for students. Learning without direct guidance from the teacher makes students independently seek information about learning materials and assignments given to them. Some of the activities carried out are reading reference books, online articles, scientific journals, or discussing with peers through instant message applications. Kuo et al., (2014) stated that online learning is more student-centered so that it can bring out the responsibility and autonomy of students in learning.

Learning requires students to prepare their learning, organize and evaluate and simultaneously maintain their learning motivation (Sun, 2014). Online learning also has its challenges. The location of teachers and students who are separated when carrying out learning makes the teacher unable to directly monitor the activities of students during the learning process. There is no guarantee that students pay attention to the explanation given by the teacher. Szpunar, Moulton, & Schacter, (2013) state that students fantasize more often in online learning compared to face-to-face learning. For this reason, Khan (2012) suggests that online learning must be carried out in a short time because students have difficulty maintaining concentration if online learning is carried out for more than one hour. The research data also shows that many students have difficulty understanding the learning material provided online. Learning materials, which are mostly

reading materials, cannot be understood thoroughly by students. Students assume that reading material and doing assignments is not enough, they need a direct verbal explanation from the teacher regarding some complex material. Communication with the teacher through the instant message application or in the discussion column provided by the virtual class application is unable to provide a comprehensive explanation of the material being discussed.

Garrison & Cleveland-Innes (2005) researched engineering teacher involvement in online learning. Classrooms, where the teacher is very little involved, does not indicate deep and meaningful learning. Interaction with teachers is very important in online learning because it can reduce psychological distance which in turn will lead to better learning (Swan, 2002).

Online Learning Suppresses the Spread of Covid-19 on Campus Covid-19 is a disease with a relatively fast spread. This disease is caused by the Coronavirus which specifically attacks the human respiratory system (Rothan & Byrareddy, 2020). Controlling infectious diseases can be done by minimizing contact between infected people and people who are susceptible to infection (Caley, Philp, & McCracken, 2008). Maintaining a distance to reduce physical contact that has the potential to transmit disease is known as social distancing (Bell et al., 2006). To reduce the spread of Covid-19 in the 9 Kampung Baru Elementary School, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan, made a policy to implement learning from home. This learning is carried out using the internet so that it allows teachers and students to be in different places during the learning process. Teachers can make teaching materials that can be accessed by students online from anywhere and anytime. According to Bell et al., (2017) learning that is carried out using internet technology allows interaction via the web, where teachers and students are in completely separate places (Arzayeva, et al., 2015). The location of separate students and teachers during learning minimizes the possibility of physical contact so that in turn it can encourage the emergence of social distancing behavior. According to Stein (2020) implementing social distancing is considered an action necessary to suppress the spread of Covid-19. The application of online learning allows students to follow learning from their homes. They can access teaching materials and send assignments given by the teacher without having to come to campus. This can reduce the potential for crowds to appear on campus as might be the case if face-to-face learning in the classroom continues. WHO (2020) argues that limiting mass gatherings can reduce the potential for the spread of Covid-19. Unfortunately, in areas that do not have good internet network connectivity, online learning shows a different trend. To be able to take part in online learning, students who live in areas that are not covered by the internet network must go to certain areas such as hills or district centers where internet networks are available. This will create a potential crowd and raise the possibility of spreading Covid-19 in the region.

CONCLUSION

Based on the results of the analysis and discussion of all stages of this research, the authors conclude that the Implementation of Learning Innovation in Islamic Religious Education Subjects in 9 Kampung Baru Elementary School, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan are as follows:

- 1) Delivery of Islamic Religious Education material given to SDN Negeri 9 Kampung Baru, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan implementing four learning innovations, namely contextual Teaching and Learning (CTL) strategies, meditation power points, mobile media, and worship practice competitions.

- 2) The impact of the implementation of learning innovation on Islamic religious education subjects at SDN Negeri 9 Kampung Baru, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan can be seen in the following two things: a) The impact on students has a significant effect, namely students become trained to link between lessons learned from what is happening in the environment at that time, students are also able to realize the importance of understanding religion because religion is a need for everyone and as a provision in the hereafter; b). For Islamic Religious Education teachers provide results that appear to change student attitudes that are getting better.
- 3) Supporting Factors and Inhibiting Factors for the implementation of Learning Innovation in Islamic Religious Education Subjects at SDN Elementary School Negeri 9 Kampung Baru, Simpang Empat District, Tanah Bumbu Regency, South Kalimantan:
 - a. the supporting factors for PAI learning innovation are as follows:
 - i. The ability of the teacher, because in this case, it sees the importance of the role of a teacher, where the teacher will be responsible for shaping the morals and morals of students.
 - ii. Students 'abilities, students' abilities will greatly support the Implementation of Learning Innovations supported by the adaptive attitude of students who are willing to accept changes in the teaching and learning process.
 - iii. Supporting facilities and infrastructure to be used to foster skills and the development of mastery of knowledge by teachers and students under the development of science in general and education in particular.
 - b. While the inhibiting factors in the Implementation of Learning Innovations include the following:
 - i. Limitations of teachers, in this case, there are still many teachers who have not been able to fully implement this strategy due to lack of understanding and lack of supporting books.
 - ii. Inadequate facilities and infrastructure.
 - iii. Students' diverse psychological abilities and souls.

REFERENCES

- Abdullah, Imam Abi, Muhammad Ibnu Ismail. (1981) Shahih Bukhari Jilid I. Istambul: Darul Fikr, 1981.
- Alwasilah, A. Chaedar (2006). Contextual Teaching & Learning. Bandung: Mizan Learning Center (MLC)
- Arsyad, Azhar, (2007) Media Pembelajaran. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Baharuddin dan Esa Nur Wahyuni, (2007) Teori Belajar dan Pembelajaran. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Bell, Margaret E. (1994) Belajar dan Membelajarkan. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Dooley, Kim. E. (1999). Jurnal: "Educational Technology & Society",
Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1988) Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) Ibrahim, Inovasi Pendidikan. Jakarta: Dirjen Dikti Dekdikbud
- Gikas, J., & Grant, M. M. (2013). Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media. Internet and Higher Education. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2013.06.002>

- Irwan. Inovasi Pendidikan. <http://www.scribd.com/doc/46943395/Inovasi-Kurikulum-Full>.
- Kunandar. (2007). Guru Professional Implementasi KTSP dan Sukses dalam Sertifikasi Guru. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., ... Kim, D. J. (2013). Development and Validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS). PLoS ONE. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0056936>
- Lau, W. W. F. (2017). Effects of social media usage and social media multitasking on the academic performance of university students. Computers in Human Behavior. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.043>
- L. Ali. (1996) Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan
- Munadi, Yudhi (2008). Media Pembelajaran Sebuah Pendekatan Baru. Jakarta: Gaung Persada Press
- Mulyasa, E. (2006) Kurikulum Yang Disempurnakan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muhaimin. (2002). Paradigma Pendidikan Islam Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam Di Sekolah. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Muhaimin. (2003). Arah Baru Pengembanagan Pendidikan Islam; Pemberdayaan Pengembangan Hingga Redefinisi Islamisasi Pengetahuan. Bandung: Nuansa
- Nurhadi, dkk. (2003) Pembelajaran Konetekstual dan Penerapan Dalam KBK. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Nasution (1995). Asas-Asas Kurikulum. Jakarta: Bumi Aksara
- Nasution (1994). Teknologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Petersalim, & Yenny Salim. (1991) Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer. Jakarta: Modern English Frees
- Prawradilaga, Dewi Salma, & Eveline Siregar. (2004). Mozaik Teknologi Pendidikan. Jakarta: Prenada Media
- Partanto, Pius A. & M. Dahlan Al Barry. (1994) Kamus Ilmiah Populer. Surabaya: Arkola
- Roger, Everett M. (1983) Diffusions of Innovations. New York: The Fre Perss
- Salman Khan. (2012). The One World Schoolhouse. In Hachette Book Group. <https://doi.org/10.1111/edth.12072>
- Sicat, A. S. (2015). Enhancing College Students' Proficiency in Business Writing Via Schoology. International Journal of Education and Research.
- Sanjaya, Wina. (2010). Kurikulum dan Pembelajaran. Jakarta: Kencana Prenada, cet.3
- Sanjaya, Wina. (2010). Kurikulum dan Pembelajaran: Teori dan Praktik Pengembangan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Jakarta: Kencana
- Soemanto, Wasty. (1980). Petunjuk untuk Pembinaan Pendidikan. Surabaya: Usaha Nasional
- Sadiman, Arief S. dll (2007) Media Pendidikan Pengertian Pengembangan dan Pemanfaatannya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Syukur, Fatah. (2002). Teknologi Pendidikan. Semarang: Rasail
- Totok. (2020). Pentingnya Inovasi dan Pengembangan kurikulum. <http://totok.student.fkip.uns.ac.id/2010/01/12/pentingnya-inovasi-dan-pengembangan-kurikulum/>. Diakses tanggal 10 Nopember 2020.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 (Jakarta: Cipta Jaya, 2003)
- WHO. (n.d.). Points of entry and mass gatherings. Retrieved March 28, 2020, from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technicalguidance/points->

of-entry-and-mass-gatherings

Yandwiputra, A. R. (n.d.). Kuliah Jarak Jauh karena Virus Corona, UI: Bukan Lockdown. Retrieved from <https://metro.tempo.co/read/1319537/kuliah-jarak-jauh-karena-viruscorona-ui-bukan-lockdown>

Zhang, D., Zhao, J. L., Zhou, L., & Nunamaker, J. F. (2004). Can e-learning replace classroom learning? *Communications of the ACM*. <https://doi.org/10.1145/986213.986216>

Implementation of Accounts Receivable Control Against the Risk of Doubtful Accounts at PT. Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch

Amin Sadiqin

STIE Mahardhika Surabaya

Koresponden: aminsadiqin@stiemahardhika.ac.id

Abstract

This study aims to determine the implementation of internal control of accounts receivable against the risk of bad debts. The author finds that this research is important to become new knowledge about internal control of accounts receivable in a company. This research uses a qualitative approach. This research was conducted at the PT. Radhar Delta Bersaudara, Sidoarjo branch. The data used in this study are primary data and secondary data. The data analysis used descriptive qualitative. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the internal control of accounts receivable for the risk of bad debts at PT. Radhar Delta Bersaudara has done very well as evidenced by a decrease in the number of uncollectible accounts from 2015-2019.

Keywords: Accounts Receivable, Internal Control

Cronicle of Article: Received (08,01,2021); Revised (20,01,2021); and Published (03,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Sadiqin (2021) 'Implementation of Accounts Receivable Control Against the Risk of Doubtful Accounts at PT. Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.109-114. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

INTRODUCTION

A company can stand and survive because of the smooth running of its business. In the smooth running of this business, a company needs capital and investment. This is one of the reasons why businesses make accounts receivable. Accounts receivable is a custom for companies to provide concessions to customers when making sales. This concession is in the form of allowing customers to pay in the future for sales of goods or services made within a certain period. By investing in receivables a company will be easier to carry out its business plan.

However, there is a risk behind the existence of trade receivables, namely a large amount of indirect income becomes a fund that can cover the company's operations but becomes a material asset that needs to be controlled in the amount and the smoothness of its payments. Besides, there is the possibility that uncollectible receivables are also stalking the company. Bad debts are a loss for the company due to the inability of the debtors to pay off their debts. This can be caused by a variety of reasons and is very likely to happen to every company.

PT. Radhar Delta Bersaudara is a Freight Forwarder company headquartered in Jakarta which was founded in 1995 which has 43 branch offices spread across Indonesia. As for the 43

branches, PT. Radhar Delta Bersaudara, Sidoarjo branch office is one of the five largest branch offices in Indonesia. The size of this company in the national arena certainly gets the attention of many big clients, so that the company's receivables are a means for this company to continue to grow and develop. This requires management of the number of funds invested in receivables.

Based on the description above encourages to conduct of research entitled **"Implementation of the Internal Control System for Accounts at PT. Radhar Delta Brothers, Sidoarjo Branch "**.

Based on the background previously described, the problem formulation in this study is "How to Implement the Receivables Internal Control System at PT. Radhar Delta Bersaudara, Sidoarjo Branch? ".

Based on the background previously described, the purpose of this study is to determine the implementation of the internal control system for accounts receivable at PT. Radhar Delta Brothers.

LITERATURE REVIEW

Accounts Account

Receivable is many credit purchases from customers. Receivables arise as a result of the sale of goods or services. Each receivable has a value and a maturity date, usually, the receivables are paid in less than one year. Generally, receivables are expected to be paid in full within 30-60 days from the date of the transaction, so that they are classified as current assets. Quoted from Tahumang, et al (2017: 242) PSAK no. 1 (IAI; 2014) states that an asset is classified as a current asset if the asset is:

1. It is estimated that it will be realized or held for sale or use within the normal operating cycle of the company.
2. Held for trading or short-term purposes and expected to be realized within 12 (twelve) months from the balance sheet date or
3. In the form of cash or cash equivalents whose use is not restricted.

Receivables cause delays in the company's cash receipt, this raises the risk of there are accounts that are not collectible. According to Kieso, et al (2012) states that uncollectible trade receivables are income losses that require recording through proper journal entries in the account, a decrease in trade receivable assets, and a decrease related to profit and shareholder equity (Munandar, et al. 2018:187).

Internal Control

According to Romney & Steinbart (2015:216): Internal control is a process that is implemented to provide guarantees that fulfill several objectives of internal control, including maintaining assets, maintaining records in sufficient detail for proper reporting of company assets and accurate, provides accurate and reliable information, prepares financial reports with specified criteria, encourages and improves operational efficiency, encourages compliance in managerial matters, and meets the requirements of existing regulations and regulations (Rachman 2019: 346).

The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Committee (COSO) views internal control as a series of actions that penetrate the entire organization. There is an internal control environment according to COSO, namely the control environment, risk determination,

control activities, information and communication as well as monitoring supervision (Tahumang, et al 2017: 243-244).

- a) **Control environment.** Covers the attitude of management at all levels towards operations in general and the concept of control in particular. This includes ethics, competence, integrity, and importance to the welfare of the organization, as well as the organizational structure and management policies and philosophy.
- b) **Determination of risk.** Risk determination includes determining risk in all aspects of the organization and determining organizational strength through risk evaluation.
- c) **Control activities.** This component includes activities that were previously associated with the concept of internal control. These activities include approval, responsibility and authority, separation of duties, documentation, reconciliation, competent and honest employees, internal checks, and internal audits.
- d) **information and communications.** Management cannot function without information. The communication of information about the operations of internal control provides substance with which management can evaluate the effectiveness of controls and manage its operations.
- e) **Supervision and monitoring.** Supervision or monitoring is a dynamic rational evaluation of the information provided in information communication for control management purposes. Monitoring is a process that determines the quality of internal control performance over time.

Standard Operating Procedure

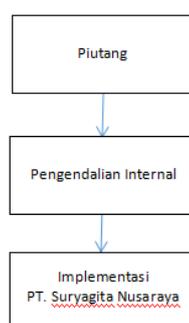
Standard Operating Procedure (SOP) is a regulation made in writing in a business entity, which contains rules and work guidelines for each worker in the business entity, and is used as a standard in its operational activities.

The bigger the company, the tighter the SOP will be. Not only to streamline operational activities, but also to influence customer confidence in using products or services. Work SOPs help the workers in it to work under their respective duties so that they can work effectively and efficiently, and do not do tasks that are outside their responsibility (overlapping tasks).

SOP is the law in the company. If there are workers who work not under the SOP (provided that they already know the SOP of the company and agree to follow the SOP) the company has the right to reprimand or issue an SP (Warning Letter), even to sue legally (depending on the violation committed).

To make it easier to carry out research and not to deviate from the core of the problem, it is necessary to explain a framework as a basis for the following discussion:

Figure 1 Conceptual Framework



Source: Data processed

RESEARCH METHOD

The research was conducted using qualitative research methods, namely research methods that describe systematically, factually, and accurately regarding the implementation of a control system for accounts receivable carried out at the company. This research was conducted at PT. Radhar Delta Bersaudara, Sidoarjo branch, which is located in Komplek Taman Candiloka Blok E3 No. 43 Sidoarjo for 3 months from March 1 to June 1, 2020.

In this study, the researcher collected himself directly from the first source or the place where the object was carried out. Sources of data used in this study are primary and secondary data.

Analysis conducted in this research is a descriptive qualitative method. The descriptive qualitative method is a method of analysis by first collecting existing data and then clarifying it, analyzing it, then interpreting it so that it can provide a clear picture of the situation under study.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

PT. Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo branch has SOPs and stages that prospective customers must pass before getting credit approval, namely:

1. There is a work contract agreement between the customer and the company that is approved and signed by the leaders of the two companies before a service transaction is carried out.
2. There is a clear agreement regarding the price and time limit for payment of receivables between the two companies.
3. There is an official offer letter for the type of service and price from PT. Radhar Delta Bersaudara to customers, and signed directly by the leadership of the customer company
4. There is a guarantee in the form of the willingness of the leadership of the customer company to be active in responding to accounts receivable problems that will occur at a later date.
5. Have a clear and permanent office location for a long time.

Apart from SOPs for prospective customers, PT. Radhar Delta Bersaudara also enforced SOPs for all employees. For employees in the accounts receivable section, this is intended to control the risk of receivables that exceed the maturity time limit, thereby minimizing employee errors and providing motivation and a sense of responsibility. The following are SOPs that must be adhered to by accounts receivable employees: (1) Make invoices with discipline; (2) Ensure that the data and letters sent to the shipper are correct, complete, and under the address; (3) Ensure that all data entered is correct and updated; (4) When billing the shipper by E-mail or telephone must use good, polite, and firm language; (5) Be on time in all work targets; and (6) Double check data and letters.

Control over accounts receivable is applied from the most basic process, starting from the entry of delivery requests. Customers who request service must first confirm the existence of a contract, then confirm to the accounts receivable the amount of credit and the credit time limit of the customer in question, after being confirmed, it can be decided whether the customer is still being served. After the delivery pass has returned, the invoicing department that will create the invoice will first confirm to the supervisor whether the payment is cash or credit, especially if the customer is new.

Every invoice issued is always given a note whether it is a cash sale, credit, or payment at the destination, making it easier for the accounts receivable department to check every invoice that comes and can focus more on handling credit invoices. Accounts receivable will make a

recapitulation of invoices to be billed to customers every day and will be sent directly to the client's office by the courier that afternoon, or according to the bill receipt schedule that applies at the client's office. Then the receipt of the bill will serve as evidence for sending the bill and at the same time state that the bill is not fictitious and can be justified.

The accounts receivable section is required to control the company's receivables both daily, weekly, period (two weeks), or monthly. Bills that have passed the due date must be billed immediately so that they can be paid immediately. Billing can be made via personal contact, email, or telephone. If the customer feels that it is difficult to contact, or there is no response to the bill, usually the supervision will intervene to help collect the input from the accounts receivable section. If deemed necessary, supervision and the accounts receivable department will visit the client's office to ask for clarity of payment of the receivables.

Any problems faced by the receivable, be it data problems, physical data, or invoices, must always be communicated with supervision so that solutions can be found immediately. Supervision is the party controlling and controlling the accounts receivable, especially on the performance of the accounts receivable in handling its work.

Accounts receivable control at the level of division heads and branch heads is carried out by holding regular meetings regarding outstanding receivables. The Accounts Receivable section will explain the obstacles faced in billing these unpaid accounts and what solutions have been taken. Then the division heads and branch heads will think of a good solution, or if necessary, step in directly to contact the authorities at the customer's company.

At the level of company commissioners who are the highest leaders of PT. Radhar Delta Bersaudara on a national scale, control of accounts receivable at branches is carried out every day through daily inter-branch reports that are sent to the central internal audit and the commissioners. Besides, weekly and monthly reports are also applied to monitor the movement of accounts receivable for each branch.

Table 1.

Data Receivables at End of Period and Comparative Doubtful Accounts Data (2015-2019)

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Sisa piutang per periode	2.215.375.193	2.129.212.591	1.697.874.673	1.450.950.208	736.832.783
Piutang tak tertagih	15.066.109	65.749.467	-	-	-
Persentase	0,68%	3,09%	0%	0%	0%

Source: Outstanding Report of PT. Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch

As evidence that the internal control of accounts receivable has been carried out on an ongoing basis, it can be seen from the trend of decline in the achievement of bad debts from 2015 to 2019, namely:

1. At the end of 2015 the final balance of accounts receivable was recorded at Rp 2,215,375,193 and the amount bad debts amounting to Rp 15,066,109, namely 0.68% of the total receivables at the end of the year. This is due to claims from customers that are immediately deducted to bills without official notification and there are customers whose whereabouts are unknown.
2. In 2016, the remaining accounts receivable at the end of the period amounted to Rp 2,129,212,591 while the bad debts were Rp 65,749,467. Increased from the previous year

with a percentage of 3.09% of the total receivables at the end of the period. This is due to claims from customers who do not have strong supporting documents, but invoices are not paid by customers to replace these claims.

3. 2017-2019 was a year that was very well controlled due to the absence of uncollectible accounts.

CONCLUSION

Internal control of accounts receivable at PT Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch has been carried out well, as evidenced by continuous control over trade receivables, it can be seen from the decrease in the percentage of bad debts from 2015 to 2019 which has decreased. This can prove that the internal control over accounts receivable is running effectively so that PT Radhar Delta Bersaudara Sidoarjo Branch can minimize losses and risks on bad debts.

REFERENCES

- Tahumang, et al, (2017). Analysis of the Internal Control System for Accounts Receivable at PT. Hasjrat Abadi Toyota Manado Branch. *Going Concern Accounting Research Journal*. Vol. 12 (2) pp. 241-250.
- Munandar, et al, (2018). Analysis of Uncollectible Accounts at PT. Astra International Tbk. *Journal of Management and Finance*. Vol. 7 (2) pp. 184-191.
- Rachman, Rahmawati, (2019). Analysis of Accounts Receivable Control Against the Risk of Doubtful Accounts at PT. Enseval Putra Megatrading Tbk Bogor Branch. *Unity Accounting Scientific Journal*. Vol. 7 (3) pp. 243-250.
- <https://scholar.google.co.id/>
- [https://promise.co.id/apa-itu-sop-mem\]-standard-operating-procedure-sop-itu-adalah/](https://promise.co.id/apa-itu-sop-mem]-standard-operating-procedure-sop-itu-adalah/)
- <https://www.jurnal.id/en/blog/understanding-and-types-of-accounts-in-accounting/>
- [http://melatiarya.blogspot.com/2013/01/pengendalian-internal-piutang-usaha.html#:~:text=Pengendalian%20intern % 20 to% 20 of receivables% 20started, In% 20 this% 20% 20 should% 20 be noticed](http://melatiarya.blogspot.com/2013/01/pengendalian-internal-piutang-usaha.html#:~:text=Pengendalian%20intern%20to%20of%20receivables%20started,In%20this%20should%20be%20noticed)
- <https://togetherforwine.com/?p=muytaobtha5gi3bpge4dgma&sub1=Justice&sub2=toldi4>

Pengaruh Motivasi dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gerai Terpadu Indonesia

Yuda Supriatna

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Serang Raya

Koresponden: yudha69prawira@gmail.com

Abstract

PT Gerai Terpadu Indonesia is a national level service company, especially in the field of maintenance services for 3 Kg LPG gas cylinders. From the initial survey, it was known that there were weaknesses in the performance of employees at PT Gerai Terpadu Indonesia as seen from the high absence of employees which could affect company performance. This study aims to analyze whether motivation has a positive and significant effect on employee performance, has a positive and significant effect on employee performance, and analyzes whether motivation and commitment of employees simultaneously have a significant positive effect on employee performance. This research was conducted using multiple linear regression analysis with the help of the SPSS version 20 program. The sample in this study were employees at PT Gerai Terpadu Indonesia. The data research method in this research is using a questionnaire to the entire population of 35 people and data obtained from the company. The results of the percentage descriptive calculation research show that the F test results show F-value = 4.675 with a significance value = 0.016 < 0.05, which means that H3 is accepted and H0 is rejected or which means that motivation and commitment of employees together or simultaneously have a positive and significant effect on performance employees. The t-test results of the motivation variable obtained t-value = 2.161 with a significance value = 0.033 < 0.05, which means H1 is accepted and H0 is rejected, which means that motivation has a positive and significant effect on employee performance. The t-test results of the employee commitment variable obtained t-value = 2.357 with a significance value = 0.020 < 0.05, which means that H2 is accepted and H0 is rejected or which means that employee commitment has a positive and significant effect on employee performance.

Keywords: Motivation; Employee Commitment; Employee Performance

Cronicle of Article: Received (25,01,2021); Revised (30,01,2021); and Published (05,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Supriatna (2021) 'Pengaruh Motivasi dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gerai Terpadu Indonesia'. *EMBISS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(2), pp.115-125. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Manusia merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan untuk dapat menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat. Karyawan sebagai sumber daya perusahaan merupakan perencana, pelaksana, dan pengendali yang selalu berperan aktif dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Karyawan menjadi pelaku yang menunjang tercapainya tujuan, mempunyai tujuan, mempunyai pikiran perasaan dan keinginan yang dapat mempengaruhi sikap-sikapnya terhadap pekerjaannya, sehingga dari sikap

karyawan inilah akan menentukan kinerja, dedikasi, dan kecintaan terhadap pekerjaan yang dibebankan kepadanya (Fathoni,2006:128). Setiap perusahaan tentu menginginkan karyawannya mempunyai kinerja yang baik, karena tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan dipengaruhi oleh kinerja karyawan di perusahaan. Menurut Simamora (2004:4), sumber daya manusia yang efektif sebagai salah satu sumber daya organisasi/perusahaan yang penting bagi keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Karyawan yang memiliki kinerja yang baik adalah karyawan yang mampu berpartisipasi dengan aktif di dalam perusahaan, bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan sehingga mencapai hasil yang diharapkan, rajin bekerja, jarang absen, disiplin waktu, dan mampu memberikan solusi atas kesulitan-kesulitan yang dihadapi perusahaan, serta ikut menjaga kelangsungan hidup perusahaan karena adanya rasa memiliki (Doelhadi, 2001:31).

Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan. Kinerja karyawan adalah yang mempengaruhi seberapa banyak mereka memberi kontribusi kepada organisasi (L. Mathis dan Jackson, 2000:78), kinerja merupakan hasil kerja yang dihasilkan oleh karyawan yang ditampilkan sesuai dengan perannya dalam organisasi Harianja (2002:195). Kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah motivasi. Motivasi merupakan faktor yang sangat menentukan kinerja (Griffin,2002:38). Karena motivasi merupakan suatu proses yang mengarahkan seberapa banyak usaha yang di curahkan untuk melaksanakan pekerjaan (Buhler, 2004:191). Apabila perusahaan ingin meraih kinerja yang optimal sesuai dengan target yang telah di tentukan maka perusahaan haruslah memberikan motivasi pada karyawan, agar karyawan mau dan rela mencurahkan tenaga dan pikiran yang dimiliki demi pekerjaan. Persoalan dalam memotivasi karyawan tidak mudah karena dalam diri karyawan terdapat keinginan, kebutuhan dan harapan yang berbeda antara satu karyawan dengan karyawan lain. Jadi apabila manajemen dapat memahami persoalan motivasi dan mengatasinya maka perusahaan akan mendapatkan kinerja karyawan yang optimal sesuai dengan standar yang di tentukan.

Komitmen juga sangat mempengaruhi kinerja karena komitmen merupakan suatu bentuk loyalitas yang lebih konkrit yang dapat dilihat dari sejauh mana karyawan mencurahkan perhatian, gagasan, dan tanggung jawab dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Adanya suatu komitmen dapat menjadi suatu dorongan bagi seseorang untuk bekerja lebih baik atau malah sebaliknya menyebabkan seseorang justru meninggalkan pekerjaannya, akibat suatu tuntutan komitmen lainnya.

Pada penelitian ini akan mengangkat permasalahan yang ada pada PT Gerai Terpadu Indonesia. PT Gerai Terpadu Indonesia didirikan pada tanggal 26 November 2013, dan terletak di Jl. Raya Ahmad Yani Km. 5.5 RT/RW 04/02 Ds. Mekar Agung, Kec. Cibadak, Kab. Lebak - Banten. PT Gerai Terpadu Indonesia merupakan perusahaan jasa tingkat nasional khususnya bergerak dibidang jasa pemeliharaan tabung gas Lpg 3 Kg, yang memiliki 35 karyawan.

Berdasarkan survey kedua, yaitu melalui Ibu Bunga L, mengatakan bahwa adanya kinerja yang masih kurang baik dibuktikan dengan adanya data ketidakhadiran karyawan dimana data tersebut masih banyak karyawan yang melakukan kemangkiran dan data tingkat keterlambatan, ditunjukkan dengan data sebagai berikut :

Tabel 1.
Tingkat Kemangkiran Keterlambatan Karyawan
PT Gerai Terpadu Indonesia Periode Tahun 2015 – 2017

Bln	Sakit			Terlambat			Cuti			Mangkir Kerja		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Jan	2	4	5	0	5	7	1	3	5	2	3	8
Feb	4	1	6	1	3	4	3	5	2	4	6	3
Mar	4	3	6	0	4	5	3	4	6	2	4	6
April	3	6	5	2	3	4	2	4	3	3	4	5
Mei	1	3	4	1	0	3	2	5	1	2	5	6
Juni	4	4	6	2	1	0	4	2	5	4	2	3
Juli	2	5	3	0	3	5	1	3	6	1	2	1

Bln	Sakit			Terlambat			Cuti			Mangkir Kerja		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Agt	1	3	4	0	3	6	1	4	5	0	4	0
Sept	4	3	2	2	1	8	2	3	6	3	1	2
Okt	1	3	2	1	6	3	4	6	7	2	6	7
Nov	2	2	4	0	9	5	4	6	4	6	3	1
Des	1	4	5	0	9	0	2	4	6	0	1	3

Jumlah Karyawan: 35

Sumber : PT Gerai Terpadu Indonesia

Dilihat dari data diatas pada bulan januari 2015 tingkat absensi 13,4%, pada bulan januari 2016 tingkat absensi naik menjadi 25,9%, sedangkan bulan januari 2017 tingkat absensi semakin naik mencapai 36,5%. Jadi bisa dilihat tingkat absensi yang paling tinggi adalah pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan tingkat kinerja pada tahun 2017 kurang baik, karena tingkat absensi yang masih tinggi. Kemangkiran dan keterlambatan dalam bekerja akan menghambat tugas yang dibebankan kepada karyawan, hal ini akan menimbulkan ketidakefisienan dan keefektifan seorang dalam bekerja.

Dalam hasil penyebaran kuesioner sebanyak 15 responden awal menyimpulkan bahwa adanya beberapa masalah yang terjadi pada PT Gerai Terpadu Indonesia, ditunjukkan dengan tabel berikut ini :

Tabel 2.
Hasil Survei Mengenai Variabel Motivasi

NO	Faktor Penyebab Menurunnya Motivasi Karyawan	Jumlah Jawaban	Presentase
1	Kurangnya rasa nyaman terhadap lingkungan kerja	4	26%
2	Tidak adanya kebutuhan berprestasi	4	26%
3	Kurangnya kebutuhan pengakuan	7	48%
Total		15	100%

Tabel 3
Hasil Survei Mengenai Variabel Komitmen Karyawan

NO	Faktor Penyebab Menurunnya Komitmen Karyawan	Jumlah Jawaban	Presentase
1	Kurangnya tanggung jawab terhadap pekerjaan	5	34%
2	Kurangnya rasa memiliki terhadap perusahaan	4	26%
3	Kurangnya rasa percaya terhadap perusahaan	6	40%
Total		15	100%

Tabel 4.
Hasil Survei Mengenai Variabel Motivasi

NO	Faktor Penyebab Menurunnya Kinerja karyawan	Jumlah Jawaban	Presentase
1	Ketidaktepatan penyelesaian tugas	5	34%
2	Ketidaksesuaian jam kerja	5	34%
3	Tingkat kehadiran yang menurun	3	20%
4	Kurangnya kerjasama antar karyawan	2	12%
Total		15	100%

Berdasarkan tabel-tabel diatas dapat disimpulkan masalah yang terjadi pada PT Gerai Terpadu Indonesia yaitu: motivasi kerja karyawan PT Gerai Terpadu Inonesia kurang baik, komitmen karyawan PT Gerai Terpadu Indonesia belum tercapai secara baik, kinerja karyawan PT Gerai Terpadu Indonesia kurang baik, Tingkat kehadiran karyawan PT Gerai Terpadu masih relative rendah, tingkat disiplin karyawan PT Gerai Terpadu Indonesia kurang baik, dan upaya pemberian bonus atau insentif masih belum dapat meningkatkan motivasi kerja, komitmen karyawan dan kinerja karyawan.

LITERATUR REVIUW

Pengertian Motivasi

Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Hasibuan, 1999: dalam Sutrisno, 2017:110). Motif sering kali disamakan dengan dorongan. Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motif tersebut merupakan suatu driving force yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku dan perbuatan itu mempunyai tujuan tertentu. Guay et. al. (2010: 200) menyatakan bahwa motivasi mengacu pada alasan yang mendasari perilaku. Robbins (2006: 201) menyatakan bahwa motivasi adalah proses yang menunjukkan intensitas individu, arah, dan ketekunan dari upaya menuju pencapaian tujuan. Kreitner dan Kinicki (2005: 201) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah proses psikologis yang ditampilkan melalui perilaku.

Pengertian Komitmen Karyawan

Komitmen karyawan merupakan salah satu dasar bagi pegawai dalam melakukan pekerjaan. Komitmen yang tinggi memberikan motivasi kuat untuk terus bertahan didalam suatu perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan.

Robbins (2007:78), menyatakan komitmen karyawan merupakan usaha mendefinisikan dan melibatkan diri dalam perusahaan dan tidak ada keinginan meninggalkannya. Sedangkan menurut Luthans (2006:35), komitmen diartikan secara umum sebagai sikap yang menunjukkan loyalitas karyawan dan merupakan proses berkelanjutan bagaimana seorang karyawan perusahaan mengekspresikan perhatian mereka kepada kesuksesan dan kebaikan perusahaannya. Karyawan dengan komitmen tinggi akan memberikan dampak positif dalam bekerja, yaitu memberikan usaha terbaiknya untuk menyelesaikan tugas dengan cepat dan sesuai apa yang ditargetkan.

Pengertian Kinerja

Kinerja karyawan sangat dibutuhkan karena akan membawa tujuan perusahaan dalam sebuah kesuksesan, jika tidak ada kinerja dalam sebuah perusahaan maka tujuan perusahaan tersebut tidak akan tercapai. Oleh sebab itu pihak manajemen harus memperhatikan kinerja karyawan.

Mathis dan Jackson (2001: Priansa, 2016: 270) menyatakan bahwa kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan dan apa yang tidak dilakukan oleh pegawai dalam mengemban pekerjaannya. Rivai dan Sagla (2009:269-270) menyatakan bahwa kinerja adalah perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai perannya dalam organisasi.

Benardin dan Russel (2000:270) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil yang diproduksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan-kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode tertentu. Hasil kerja tersebut merupakan hasil dari kemampuan, keahlian, dan keinginan yang dicapai. Milkovich dan Boudreau (1997:270) menyatakan bahwa kinerja adalah tingkat dimana pegawai melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dihasilkan oleh seorang karyawan atau pegawai dengan wewenang dan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan dimana suatu pekerjaan dapat diselesaikan secara tepat waktu dan tidak melampaui batas yang telah ditentukan.

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris diatas, maka hipotesis pada penellitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

H2 : Komitmen karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

H3 : Motivasi dan komitmen karyawan secara bersama-sama atau simulta berpengaruh positif dann signifikan terhadap kinerja karyawan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara penulisan dalam menganalisis data. Menurut Sugiono (2013:11) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, deskriptif dan metode asosiatif.

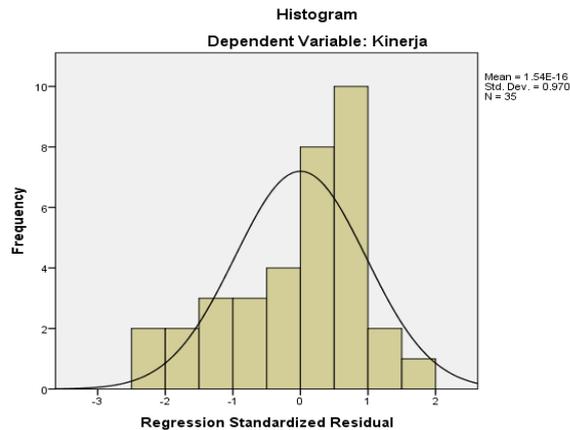
HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk mengujinya digunakan hasil dari gambar normal probability plot dan N-Parametrik Kolmogorov Smirnov, yaitu apabila pada gambar p-plot terjadi penyebaran data pada garis sumbu diagonal dan mengikuti rah garis tersebut maka model regresi tersebut normal dan jika untuk N-Parametrik disebut normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Tabel 5.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3.75100757
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.078
	Negative	-.152
Kolmogorov-Smirnov Z		.896
Asymp. Sig. (2-tailed)		.398

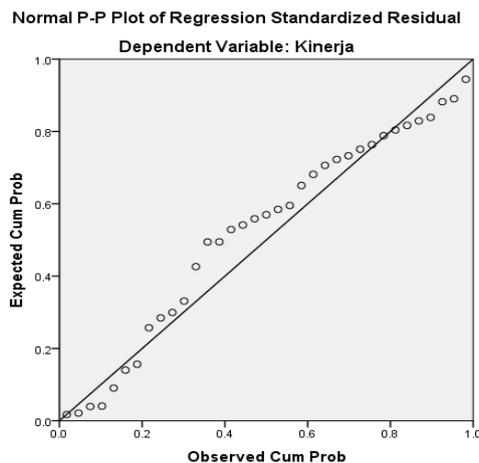
Berdasarkan pada hasil uji N-Parametrik Test Kolmogorov Smirnov pada uji normalitas data maka diketahui nilai signifikansi $0.398 > 0.05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.



Gambar 1.
Histogram Dependend Variabel Kinerja
Sumber : Pengolahan SPSS 20.0

Berdasarkan pendekatan histogram pada gambar 4.1 Menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari garis histogram tidak menceng kekiri atau kekanan, sehingga penyebaran datanya telah berdistribusi normal.

Pendekatan lainnya yang digunakan dalam menguji normalitas data adalah pendekatan grafik. Pendekatan grafik yang digunakan adalah Normality Probability Plot. Berikut adalah hasil uji normalitas data dengan pendekatan Grafik (Normality Probability Plot).



Gambar 2

Normal P- P Plot Regression Standardized Residual Dependend variabel Kinerja

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan pendekatan grafik pada gambar 4.2 terlihat bahwa data memiliki distribusi atau penyebaran yang normal, hal ini dapat dilihat dari penyebaran titik berada di sekitar sumbu diagonal dari grafik.

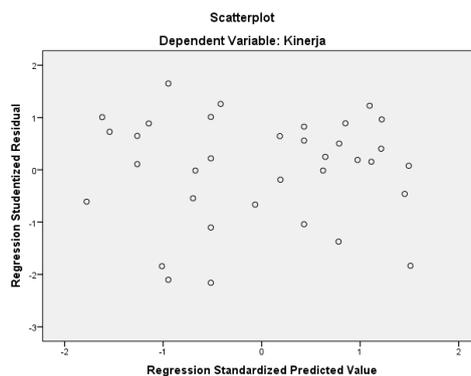
Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	57.849	6.166		9.381	.000		
1 Motivasi	.121	.118	.209	2.161	.033	.724	1.382
Komitmen_Karyawan	.166	.166	.204	2.357	.020	.724	1.382

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance adalah sebesar 0.724, sehingga nilai tersebut telah sesuai dengan nilai yang disyaratkan yaitu nilai tolerance harus lebih besar dari 0,10. Dengan demikian $0.724 > 0,10$.

Selanjutnya dengan melihat nilai VIF (Varian Inflation Factor) dimana nilai VIF adalah sebesar 1,382 dengan demikian nilai tersebut telah sesuai dengan nilai yang disyaratkan yaitu lebih kecil dari 10. Maka nilai VIF $1,382 < 10$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model yang digunakan, dilakukan dengan uji heteroskedastisitas (Scatter Plot) dan perhitungan uji dengan menggunakan metode Glejser pada pengolahan data SPSS 20.0 yang berada pada tabel Coefficient. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Scatter Plot dan menggunakan metode Glejser.



Gambar 3

Hasil Uji Heteroskedastisitas Nilai Dependent Variabel Kinerja

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Gambar 4.3 Maka diketahui bahwa tidak ada varian gangguan berbeda dalam penelitian, titik-titik penyebaran Scatter Plot tidak menunjukkan pola tertentu dan penyebaran berbeda diatas dan dibawah angka 0, sehingga model regresi yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 7.
Uji Heteroskedastisitas (Glejser)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.486	3.560		.137	.892
1 Motivasi	-.050	.068	-.149	-.736	.467
Komitmen_Karyawan	.130	.096	.273	1.349	.187

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Pengolahan SPSS 20.0

Berdasarkan pada tabel 7 maka diketahui nilai signifikansi variabel Motivasi (X1) sebesar $0.467 > 0.05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, kemudian pada variabel Komitmen Karyawan (X2) juga nilai signifikansinya sebesar $0.187 > 0.05$ maka tidak terjadi pula heteroskedastisitas.

Untuk menguji apakah dalam modal regresi linear terdapat kolerasi antara kesalahan atau pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t (sebelumnya).

Dasar pengambilan keputusan :

- Jika $d < dl$ atau $d > 4-dl$ maka hasilnya terdapat Autokolerasi

- Jika $du < d < 4-du$ maka hasilnya tidak terdapat Autokolerasi
- Jika $dl < d < du$ atau $4-du < d < 4-dl$ maka hasilnya tidak ada kesimpulan.

Berikut ini adalah hasil perhitungan Uji Autokolerasi :

Tabel 8
Hasil Uji Autokolerasi (Durbin Waston)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.201 ^a	.191	.146	3.86645	2.177

a. Predictors: (Constant), Komitmen_Karyawan, Motivasi

b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan pada tabel 8 Diatas diketahui nilai d (Durbin Waston) adalah sebesar 2,177 maka berdasarkan pada dasar pengambilan keputusan mendapatkan hasil perhitungan nilai tabel Durbin Waston dengan kriteria nilai N = 35 (Responden) yaitu $dl = 1,343$ dan $du = 1,584$, serta hasil $4-dl = 2,657$ dan $4-du = 2,416$. Dengan demikian hasil keputusan diambil bahwa $du < d < 4-du$ yang artinya $1,584 < 2,177 < 2,416$. Maka hasil akhir pengambilan keputusan yaitu tidak terdapatnya Autokolerasi.

Melalui analisis regresi linear berganda dapat diketahui seberapa besar koefisien regresi variabel Motivasi (X1) dan variabel Komitmen Karyawan (X2) terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y) pada perusahaan. Hasil perhitungan regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut:

Tabel 9.
Perhitungan Koefisien Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57.849	6.166		9.381	.000
	Motivasi	.121	.118	.209	2.161	.033
	Komitmen_Karyawan	.166	.166	.204	2.357	.020

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Pengolahan SPSS 20.0

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 9 diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 57,849 + 0,121 X_1 + 0,166 X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kinerja
- X1 = Motivasi
- X2 = Komitmen Karyawan
- A = Konstanta
- e = Standardt error

Konstanta (a) = 57,849 menunjukkan nilai konstan, jika nilai variabel bebas (Motivasi dan Komitmen Karyawan) = 0 maka Kinerja Karyawan (Y) akan sebesar 57,849.

Koefisien regresi variabel Motivasi sebesar 0,121 menunjukkan bahwa variabel Motivasi (X1) bernilai signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Dengan kata lain, jika variabel Motivasi

ditingkatkan sebesar 1 (satuan) maka Kinerja Karyawan akan meningkat sebesar 0,121 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Koefisien regresi variabel Komitmen Karyawan sebesar 0,166 menunjukkan bahwa variabel Komitmen Karyawan (X2) bernilai signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). dengan demikian, jika variabel Komitmen Karyawan ditingkatkan 1 (satuan) maka Komitmen Karyawan juga meningkat sebesar 0,166 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan seberapa besar hubungan dan pengaruh masing-masing variabel Motivasi dan variabel komitmen Karyawan secara parsial terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gerai Terpadu Indonesia. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4. Berikut:

Tabel 10
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	57.849	6.166		9.381	.000
	Motivasi	.121	.118	.209	2.161	.033
	Komitmen_Karyawan	.166	.166	.204	2.357	.020

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber : Pengolahan SPSS 20.0

Nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Motivasi terhadap Kinerja karyawan (Y) adalah sebesar 0,033 < dari 0,05 dan nilai thitung 2,161 > dari ttabel 2,037 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak atau yang berarti terdapat pengaruh variabel Motivasi terhadap kinerja.

Nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Komitmen Karyawan terhadap Kinerja karyawan adalah sebesar 0,020 < dari 0,05 dan nilai thitung 2,357 > dari ttabel 2,037 maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan H0 ditolak atau yang berarti terdapat pengaruh variabel Komitmen Karyawan terhadap Kinerja.

Dari tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan yaitu variabel Komitmen Karyawan yang memperoleh nilai thitung = 2,357.

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel Motivasi dan variabel Komitmen Karyawan secara bersama-sama atau serempak terhadap variabel Kinerja Karyawan pada PT Gerai Terpadu Indonesia. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut

Tabel 11.
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.189	2	10.095	4.675	.016b
	Residual	478.382	32	14.949		
	Total	498.571	34			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Komitmen_Karyawan, Motivasi

Sumber : Pengolahan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat diketahui nilai F hitung adalah sebesar 4,675 dan nilai F tabel 3,28. Dengan demikian nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Motivasi (X1) dan variabel Komitmen Karyawan (X2) secara simultan terhadap variabel Kinerja Karyawan (Y) adalah sebesar

$0,016 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,675 > 3,28$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y .

Dalam penelitian kali ini, digunakan dua variabel independent (bebas) yaitu Motivasi sebagai variabel X_1 dan Komitmen Karyawan sebagai variabel X_2 untuk mengetahui apakah ada pengaruhnya terhadap variabel Kinerja sebagai variabel Y . Berdasarkan dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel Motivasi dan Komitmen Karyawan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

Dari hasil perhitungan uji signifikansi parsial (uji t) variabel Motivasi, nilai t hitung adalah sebesar 2,161, dan sementara itu nilai t tabel distribusi 0,05 (5%) sebesar 2,037 maka artinya t hitung $>$ t tabel ($2,161 > 2,037$) dan nilai signifikansi yaitu $0,033 < 0,05$ maka artinya variabel Motivasi (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). variabel Komitmen Karyawan, nilai t hitung adalah sebesar 2,357, dan sementara itu nilai t tabel distribusi 0,05 (5%) sebesar 2,037 maka artinya t hitung $>$ t tabel ($2,357 > 2,037$) dan nilai signifikansi yaitu $0,020 < 0,05$ maka artinya variabel Komitmen Karyawan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Dari hasil perhitungan uji signifikansi simultan (uji f) menunjukkan nilai f hitung sebesar 4,675. Setelah itu dibandingkan dengan nilai f tabel yaitu sebesar 3,28 dengan signifikansi 0,05 (5%). Jadi dapat disimpulkan f hitung $>$ f tabel ($4,675 > 3,28$) dengan signifikansi $0,016 < 0,05$, jadi dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independent (bebas) Motivasi (X_1) dan Komitmen Karyawan (X_2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Dari kedua variabel independent (bebas) yaitu Motivasi (X_1) dan Komitmen Karyawan (X_2) yang paling dominan berpengaruh yaitu variabel Komitmen Karyawan (X_2) yang memperoleh nilai t hitung sebesar 2,375.

SIMPULAN DAN SARAN

Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gerai Terpadu Indonesia dengan nilai t hitung sebesar 2,161. Artinya, jika semakin tinggi motivasi yang didapatkan oleh karyawan maka akan semakin tinggi pula kinerja yang akan dihasilkan karyawan.

Komitmen Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Gerai Terpadu Indonesia dengan nilai t hitung sebesar 2,357. Artinya, jika semakin tinggi Komitmen Karyawan yang telah dimiliki oleh karyawan maka akan semakin tinggi pula kinerja yang akan dihasilkan karyawan.

Motivasi dan Komitmen Karyawan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja karyawan pada PT Gerai Terpadu Indonesia dengan nilai F sebesar 4,675.

Bagi perusahaan PT Gerai Terpadu Indonesia diharapkan untuk mengoptimalkan dan meningkatkan pemberian motivasi terhadap karyawan, seperti melakukan motivasi berkala, memberikan kesempatan yang sangat luas untuk promosi, pemberian pelatihan dan pengembangan SDM dan memperbaiki kesejahteraan karyawan, sehingga dapat meningkatkan kinerja para karyawan secara maksimal.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden sehingga informasi bisa didapatkan secara lebih lengkap, serta dapat mengembangkan atau menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Hardaya, Sutapa dan Mulyanto. (2009). *Pengaruh Motivasi, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi*. Yogyakarta: STIE AUB Surakarta
- Mangkunegara, A.A Anwar prabu. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nafiuddin, Yazid. (2014). *Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Tabungan Negara Cabang Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Noerhayati, Endah. (2011). *Pengaruh Motivasi dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV.Tirta Makmur Unggaran*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Octarina, Arischa. (2013). *Pengaruh Etos Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga*. Sarolangan:
- Praja, Ega. (2014). *Pengaruh Komitmen Organisasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Pos Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Priansa, Donni Juni. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Setiyono, Heru. (2012). *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kelautan dan Perikanan*. Kebumen: Universitas Negeri Yogyakarta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian (Kualitatif, Kuantitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, Edy. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana

Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19

Endah Fantini¹, Mohammad Sofyan², Ade Suryana³

¹²³ Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Koresponden: endah@stiami.ac.id

Abstract.

This research aims to know the development and role of social media as an effort to market online businesses, business motivation to increase sales during the Covid-19 pandemic. Optimization of social media as a business strategy of SMEs, constraints of SMEs in optimizing social media for online businesses. The method used is descriptive qualitative with literature study. Based on the results of the study shows that internet use during the covid-19 pandemic is increasing rapidly, 3 social media are often visited, namely Facebook, Instagram, and youtube. In online marketing, social media has several important roles including effective branding and promotion. Factors that motivate SMEs to start a business include economic success drive, confidence in self-capability, self-esteem, social responsibility, freedom to manage a business, fondness for the work pursued; and, and role model. Optimization of social media as an SME business strategy, among others, is consistently doing business every day to increase sales. While the obstacles faced by SMEs in optimizing social media for online businesses are cost-leadership, differentiation, and focus.

Keywords: social media, SME promotion, SME motivation, Business Strategy

Cronicle of Article: Received (31,01,2021); Revised (15,02,2021); and Published (27,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article : Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021) 'Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi UKM Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19'. JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL, 1(2), pp. 126–131. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

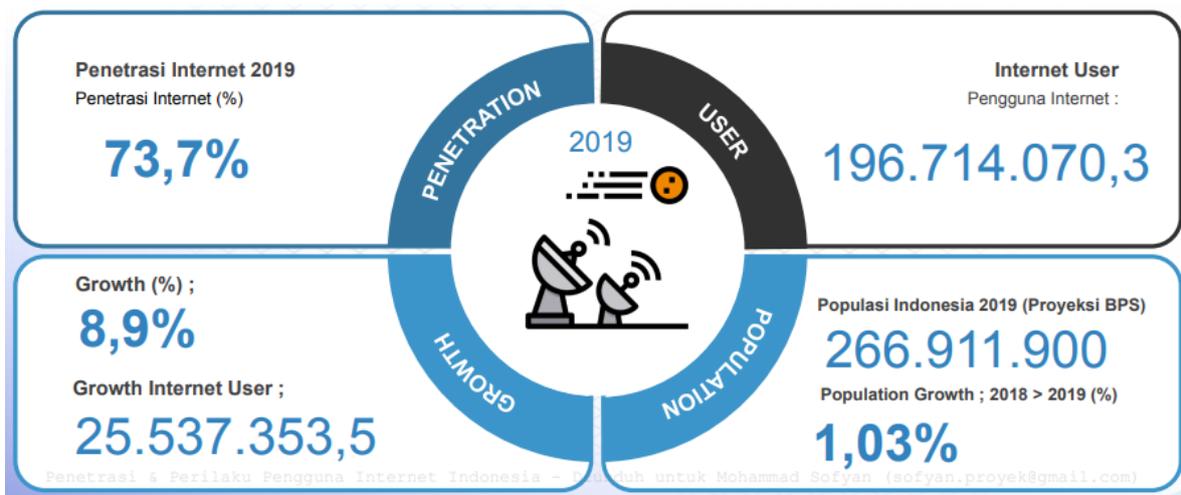
Kondisi pandemi yang mengakibatkan adanya physical dan social distancing memengaruhi bentuk proses pemasaran yang terjadi. Dimasa Pandemi Covid-19, konsumen melakukan belanja mengandalkan media online untuk menghindari kontak langsung/kontak fisik dengan pedagang/penjual. Hal ini menginspirasi pelaku UKM untuk melakukan adaptasi, menyesuaikan perubahan budaya belanja mulai dari komunikasi, distribusi dan pembelian produk pemasaran. Pelaku UKM perlu memerhatikan dengan baik bagaimana mereka melakukan komunikasi pemasaran terutama dalam penggunaan media pemasaran yang tepat agar konsumen tetap pada standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan.

Perubahan komunikasi pemasaran dari konvensional ke digital, melatarbelakangi perkembangan internet yang mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan muncul istilah telepon

cerdas (smartphone) dengan berbagai berbagai fasilitas yang beraneka ragam, mulai dari Email, Browsing, serta fasilitas sosial media lainnya.

Pemerintah terus mendorong pemanfaatan teknologi digital ini untuk meningkatkan produktivitas dan nilai tambah UKM (Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, 2020). Para pelaku UMKM sebanyak 59,2 juta, 8 persen (3,79 juta) sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya dengan berselancar di dunia maya, hal ini diharapkan dapat mempercepat transformasi UKM di Indonesia menuju digital (Wuragil, 2017).

Pemilihan media komunikasi pemasaran dilandaskan pada jenis produk yang akan dipasarkan, target sasaran, waktu pengiriman pesan dan biaya promosi. Diperlukan pertimbangan dalam memilih media komunikasi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, para pelaku UKM harus mempertimbangkan dengan baik pemilihan media yang tepat dalam mempromosikan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat (Pasaribu, 2020). Dengan berbagai fitur dalam melakukan promosi melalui media sosial yang bersifat statis dan dinamis yang memudahkan pelaku UKM mempromosikan berbagai produk dan kegiatan dalam bentuk aktifitas (Siswanto, 2013).



Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Berdasarkan survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet Indonesia, sampai dengan kuartal kedua tahun 2020 pengguna internet Indonesia mencapai 196 juta pengguna, naik 8,9% dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya 171 juta pengguna. Dari data tersebut, diidentifikasi bahwa jenis perangkat yang dipakai untuk mengakses internet antara lain, telepon cerdas (70,1%), diikuti PC Notebook (45,4%), komputer rumah (41%), PC Netbook (5,6%), dan tablet (3,4%) (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020). Rata-rata masyarakat di Indonesia menggunakan waktu tiga jam sehari untuk berselancar di dunia maya, dengan aktivitas yang dilakukan seperti mengakses jejaring sosial (90%), mencari informasi (75%), hiburan (58%), surat elektronik (47,3%), permainan (44%), dan belanja (48,5%) (Duarte, 2019).

The most "social" countries

Average daily minutes spent online

Ranking	Country	Minutes (2019)	Minutes (2018)
1	Philippines	241	248
2	Brazil	225	219
3	Colombia	216	214
4	Nigeria	216	206
5	Argentina	207	197
6	Indonesia	195	203
7	UAE	191	180
8	Mexico	190	194
9	South Africa	190	178
10	Egypt	186	185
12	Saudi Arabia	186	172
13	Turkey	185	172
18	Russia	148	141
19	India	145	148
22	China	139	120
25	US	117	125

Source: GlobalWebIndex, 2019



Berdasarkan data-data yang telah disajikan di atas dapat diketahui bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai sarana promosi atau pemasaran, baik promosi produk ataupun jasa. Melihat peluang ini, UKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran atau media promosi kepada masyarakat luas. Menimbang selain media sosial sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, media sosial juga merupakan sarana promosi yang murah dan mudah untuk operasionalnya.

Komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran, karena pemasaran pada dasarnya adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin maju, mendorong perubahan komunikasi konvensional ke komunikasi modern yang mengarah pada gaya hidup digital. Untuk mewujudkan realisasi komunikasi semacam itu, internet menjadi elemen penting dalam penciptaan komunikasi pemasaran modern. Sampai akhirnya, datanglah media sosial online yang menawarkan kemudahan komunikasi pemasaran dengan sistem online. Pemasaran dengan media sosial online sangat populer digunakan oleh berbagai organisasi, karena biaya yang murah, akses yang mudah, mudah dalam operasional, serta potensi pasar yang luas. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran melalui media sosial dapat digunakan oleh berbagai organisasi termasuk UKM untuk memasarkan produknya (Susilo, 2018).

LITERATUR REVIUW

Sebagai situs jejaring, sosial media memiliki peran penting dalam pemasaran. Karena, sosial media sangat berperan dalam mendukung komunikasi pemasaran. Komunikasi sebagai upaya dalam kegiatan pemasaran pelaku UKM dalam menghasilkan citra/image yang baik (Morrison, 2007). Dengan Komunikasi, pelaku UKM dapat menginformasikan produk yang ditawarkan kepada

konsumen potensial. Komunikasi dapat diartikan sebagai usaha membujuk konsumen potensial agar memiliki keinginan bergabung dalam pertukaran produk dan jasa (Setiadi, 2003).

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan konsep yang secara umum digunakan untuk menyampaikan pesan, sering disebut sebagai bauran promosi (*promotion mix*) yaitu, periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), humas dan publisitas (*publicity and public relations*), dan penjualan langsung (*direct selling*). Pelaku UKM menggunakan media digital berbasis online untuk menjangkau sasaran secara luas bahkan secara personal. Berbagai platform sosial media berbiaya murah dan mudah mengaplikasikannya menjadi media pertama dan unggulan bagi pelaku UKM. Hanya saja apakah media digital ini menjadi pilihan tepat mengingat jutaan penduduk hadir dalam dunia tersebut dan menjadikan dunia digital riuh, macet dan padat. Imbasnya, bagi konsumen yang hendak mencari informasi meskipun dimudahkan akan tetapi juga dibingungkan dengan ragamnya informasi yang diterima.

Media sosial mampu melakukan fungsi bauran promosi secara terpadu, bahkan sampai pada tahap transaksi. Dimana ketika pelanggan telah menjadi user yang tergabung dalam akun media sosial yang dimiliki oleh perusahaan, baik itu pertemanan atau fans page (dalam Facebook), Follower (dalam Instagram), atau istilah lain yang digunakan oleh beberapa penyedia media sosial. Maka perusahaan akan secara otomatis dapat menjalin komunikasi secara terus menerus, sehingga perusahaan dapat melakukan komunikasi secara persuasif dan memperkenalkan produk-produknya di kemudian hari.

IMC adalah proses pengembangan dan implementasi sebagai bentuk program komunikasi persuasif kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan. Adapun tujuannya adalah mempengaruhi atau memberikan efek langsung kepada perilaku khalayak sasaran yang dimilikinya yakni pelanggan. IMC menganggap seluruh sumber yang dapat menghubungkan pelanggan dan calon dengan produk atau jasa dari suatu merek atau perusahaan adalah jalur yang potensial untuk menyampaikan informasi di masa datang. Dengan kata lain, proses IMC berawal dari pelanggan atau calon pelanggan kemudian berbalik kepada perusahaan untuk menentukan bentuk dan metode yang digunakan dan dikembangkan bagi program komunikasi yang dijalankan (Shimp, 2000).

Sementara menurut Kotler dan Armstrong (2004), IMC diartikan sebagai konsep di mana suatu perusahaan secara hati-hati mengintegrasikan dan mengkoordinasikan saluran komunikasinya yang banyak untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menyakinkan mengenai perusahaan dan produknya.

Social Networking Site sebagai suatu layanan berbasis web memungkinkan individu untuk membangun profil usaha dan profil pribadi, serta membangun hubungan sosial melalui dunia maya, menunjukkan koneksi seseorang dan memperlihatkan hubungan apa saja yang ada antara satu pemilik dengan pemilik akun lainnya dalam sistem yang disediakan, dimana masing-masing social networking site memiliki ciri khas dan sistem yang berbeda-beda, diantaranya Facebook, Instagram, Twitter, Path, dll (Boyd & Ellison, 2007).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif ini menggunakan teknik observasi dan wawancara untuk mengumpulkan data. Mitra UMKM menjadi responden dalam penelitian ini. Total responden adalah sepuluh pelaku usaha UMKM dengan beberapa kriteria yaitu: UMKM baru berdiri tidak lebih dari tiga tahun; memiliki kurang dari sepuluh karyawan; dan jika menggunakan media sosial adalah dengan jumlah pengikut (follower) kurang dari 3000. Hal tersebut menjadi sasaran

service learning dan penelitian karena mitra/ responden tersebut masih baru dan metode pemasaran mereka belum terorganisir dengan baik. Selain itu responden penelitian tersebut dianggap paling terdampak oleh pandemi karena belum matangnya metode pemasaran dan produk yang belum dikenal baik oleh khalayak sasaran terkait beragamnya pesaing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran, terlebih dahulu membangun citra positif UKM melalui media sosial dengan mempublikasikan dokumentasi kegiatan-kegiatan UKM dalam memberikan layanan informasi dan komunikasi yang efektif dan efisien, meliputi: (1) mempromosikan kegiatan UKM; (2) menghasilkan informasi yang up to date berkaitan dengan kegiatan UKM; dan (3) menunjukkan hasil kontribusi UKM kepada masyarakat.

Menentukan bentuk kegiatan dengan melakukan publikasi secara rutin. Membuat akun Instagram, Line, Youtube dan media sosial lainnya untuk memperluas jaringan pemasaran jasa. Media sosial sebagai Integrated Marketing Communication (IMC) mampu memberikan keunggulan kompetitif bagi UKM. Melakukan komunikasi langsung kepada masyarakat dan menarik calon pembeli, agar UKM dapat bertahan ditengah Pandemi Covid-19.

UKM harus dapat melakukan pemasaran secara gerilya. Media sosial dengan segala kelebihan dan fitur-fiturnya, terbukti mampu memberikan fasilitas yang tidak kalah menarik dengan media lain yang membutuhkan biaya tinggi dalam penggunaannya. Bukan tidak mungkin, jika media sosial dapat digunakan dengan optimal maka dapat menumbuhkan citra positif (image) bagi masyarakat luas.

Agar dapat mengikuti perkembangan teknologi dan informasi, pelaku UKM harus meningkatkan pemahaman dan kapasitas di bidang teknologi dan informasi. Misalnya melalui pelatihan-pelatihan, workshop, seminar tentang teknologi dan informasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Para pelaku UKM harus mulai beralih menggunakan sosial media sebagai *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang mampu memberikan keunggulan kompetitif. Dengan sosial media, pelaku UKM dapat melakukan komunikasi kepada pelanggan dan menarik calon pelanggan baru ertahan ditengah persaingan. UKM harus berkembang menjadi bisnis yang memiliki daya saing tinggi. Hal tersebut harus dibangun secara konsisten dimulai dari inovasi teknologi dan informasi. Oleh karena itu, UKM harus memanfaatkan teknologi secara maksimal. Baik teknologi yang paling sederhana hingga teknologi yang mampu menghasilkan produk dengan nilai tambah tinggi.

UKM sebagai basis kekuatan ekonomi rakyat, harus dapat melakukan pemasaran yang baik dengan memanfaatkan berbagai kelebihan dan fitur sosial media yang berbiaya murah dan terjangkau oleh pelaku UKM untuk menciptakan citra merek dan kepuasan yang akan berimplikasi pada loyalitas.

Pelaku UKM secara aktif mengikuti perkembangan informasi, peningkatan pemahaman dan kapasitas di bidang teknologi informasi. Dengan begitu, UKM tidak lagi dipandang sebagai sektor pinggir yang keberadaanya diabaikan. Karena sesungguhnya, UKM adalah pelaku ekonomi yang secara nyata berperan strategis dalam ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020 (Q2)*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Diambil kembali dari <https://apjii.or.id/survei>

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Duarte, F. (2019, September 9). *Berapa banyak waktu yang dihabiskan rakyat Indonesia di media sosial?* Diambil kembali dari www.bbc.com: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-49630216>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2020, Oktober 20). *Tingkatkan Produktivitas dan Nilai Tambah UMKM melalui Teknologi Digital*. Diambil kembali dari www.kominfo.go.id: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30276/tingkatkan-produktivitas-dan-nilai-tambah-umkm-melalui-teknologi-digital/0/berita>
- Morrison. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Perkasa.
- Pasaribu, R. (2020). Optimalisasi Media Online Sebagai Solusi Promosi Pemasaran Umkm Di Semarang Pada Masa Pandemi Covid-19. 1(1), 33-44. doi:10.24167/jkm.v1i1.2848
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80-86. Diambil kembali dari <http://ojs.itb-ad.ac.id/index.php/LQ/article/view/134/99>
- Susilo, D. (2018). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jurnal Pencerahan STAB Syailendra*, 11(1), 46-60. Diambil kembali dari <https://syailendra.e-journal.id/jupen/article/view/10/9>
- Wuragil, K. A. (2017, November 15). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Diambil kembali dari www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20171115161037-78-255819/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/>

Pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

Marisa Hardiyanti Shallim Putri¹, Titien Agustina² TA Hariyono³, Muhammad Jahri⁴

¹Pascasarjana, Universitas Merdeka Malang, Malang,

²³⁴Manajemen, STIMI Banjarmasin, Banjarmasin

Koresponden : titienagustina9@gmail.com

Abstract.

Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin always improve customers services. The improvement need the high performance of employee. The Performance is influenced by organizational commitment, work discipline, and employee morale. To analyzing the influence commitment, work discipline, and employee morale to the performance need the research. This research uses quantitative method. The population is all members of this research 74 employee. The population are consist of 74 respondents. Technique of sampling is used census. This research sample 74 employee. The data collection technique is questioner. Data is analyzed by linier regression analysis The results of this research shows that commitment, work discipline, and employee morale have influence significantly to the performance partially and together. So commitment, work discipline, and employee morale are need to improve because these variables have influence significantly to the performance.

Keywords: Commitment, Work Discipline, Employee Morale

Cronicle of Article: Received (31,01,2021); Revised (15,02,2021); and Published (28,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article : Putri, MHS., Agustina, T., & Jahri M (2021) 'Pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), pp. 132–143. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Kemajuan suatu Bank di suatu negara dapat dijadikan salah satu indikator ukuran kemajuan negara itu. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar pula peranan perbankan berperan dalam negara tersebut. Keberadaan perbankan semakin dibutuhkan oleh berbagai pihak, baik pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Keberadaan bank di berbagai daerah, wilayah, dan negara sangat penting. Keberadaan bank menunjang berbagai aktivitas personal maupun organisasi. Untuk memenuhi kebutuhan dan pentingnya eksistensi bank, maka semakin banyak berdiri bank-bank swasta dan bank pemerintah di berbagai daerah. Semua bank ini berupaya untuk mengembangkan usaha semaksimal mungkin.

Saat ini bidang perbankan mengalami kemajuan pesat di tanah air. Hal ini dapat dilihat dari berdirinya bank-bank di berbagai daerah di Indonesia. Namun demikian bank-bank ini dituntut untuk memiliki kemampuan mengantisipasi perubahan dan tuntutan di masa mendatang. Mengingat bank sebagai lembaga keuangan yang dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola dana dan menyalurkan dananya kepada masyarakat atau lebih dikenal dengan istilah *agent of trust*, maka industri perbankan perlu memperkuat kinerja keuangannya.

Bank Kalsel merupakan salah satu bank konvensional yang menjadi mitra pemerintah khususnya pemerintah daerah berupaya meningkatkan pelayanan terhadap nasabah. Peningkatan ini sangat ditunjang kinerja karyawan yang tinggi. Penelitian awal dilakukan pada bulan Januari 2018 terhadap 20 karyawan diketahui kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin masih perlu peningkatan.

Kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin memiliki kinerja sangat tinggi 6 orang. Karyawan yang mencapai kinerja tinggi berjumlah 10 orang. Karyawan berkinerja sedang berjumlah 4 orang. Kinerja karyawan ini masih perlu ditingkatkan khususnya pada 4 karyawan. Kinerja karyawan di Bank ini seharusnya minimal mencapai kriteria tinggi.

Hal ini berkaitan dengan komitmen organisasi. Komitmen organisasi pegawai atau karyawan ditunjukkan dalam sikap penerimaan, keyakinan yang kuat terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Karyawan memiliki dorongan yang kuat untuk mempertahankan dan menjadi bagian penting dari anggota organisasi demi tercapainya tujuan organisasi. Komitmen ini akan mempengaruhi kinerja karyawan (Priansa, 2014).

Komitmen organisasi berhubungan dengan kinerja karyawan. Keberhasilan manajemen organisasi salah satunya ditentukan keberhasilan manajemen menumbuhkan komitmen organisasi karyawan. besai kecilnya komitmen organisasi karyawan terhadap tujuan organisasi akan sangat menentukan pencapaian tujuan organisasi. Komitmen organisasi sangat penting karena pegawai atau karyawan yang memiliki komitmen kuat terhadap organisasi akan menampilkan kinerja terbaiknya (Priansa, 2014).

Kinerja karyawan juga dipengaruhi disiplin. Kedisiplinan diartikan sebagai kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua aturan-aturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kesadaran adalah sikap yang secara sukarela mentaati semua aturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya. Karyawan akan menjalankan dan melaksanakan tugasnya tanpa adanya rasa keterpaksaan, sedangkan kesediaan adalah suatu sikap, tingkah laku dan perbuatan dari karyawan yang sesuai dengan aturan-aturan organisasi baik tertulis maupun tidak.

Sedarmayanti (2009) menyatakan bahwa disiplin merupakan kondisi untuk melakukan koreksi atau menghukum karyawan yang telah melanggar ketentuan atau prosedur yang telah ditetapkan organisasi. Sanksi hukum yang diberikan secara adil dan sesuai dengan ketentuan yang ada akan memacu karyawan untuk bekerja dengan baik dan akan mewujudkan kepuasan jika semuanya berjalan dengan baik.

Semangat kerja juga dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai atau karyawan di tempat kerja. Semangat kerja merupakan perasaan pegawai terhadap dirinya, pekerjaannya, pimpinan atau manajernya, lingkungan kerja, dan keseluruhan kehidupan kerja sebagai pegawai. Semangat kerja memadukan semua perasaan mental dan emosional, kepercayaan, dan sikap yang dipegang individu dan kelompok mengenai pekerjaannya (Kaswan, 2015). Karyawan yang memiliki semangat kerja tentunya menunjukkan semangat

untuk berkolaborasi, berdebat, berkomunikasi, dan berprestasi sehingga secara nyata memberikan kontribusi terhadap kemajuan organisasi (Moehariono, 2012).

Semangat kerja yang rendah secara bertahap menghancurkan komitmen pegawai, berakibat buruk terhadap produk atau pelayanan jasa yang ditawarkan organisasi, dan menjauhkan pelanggan atau klien yang mereka layani. Semangat kerja berkorelasi dengan kinerja. Semangat kerja akan memberikan kinerja karyawan yang semakin kuat dan terus bertambah (Kaswan, 2015).

Uraian di atas menguatkan bahwa komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. penelitian-penelitian terdahulu juga mendukung pengaruh komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

LITERATUR REVIUW

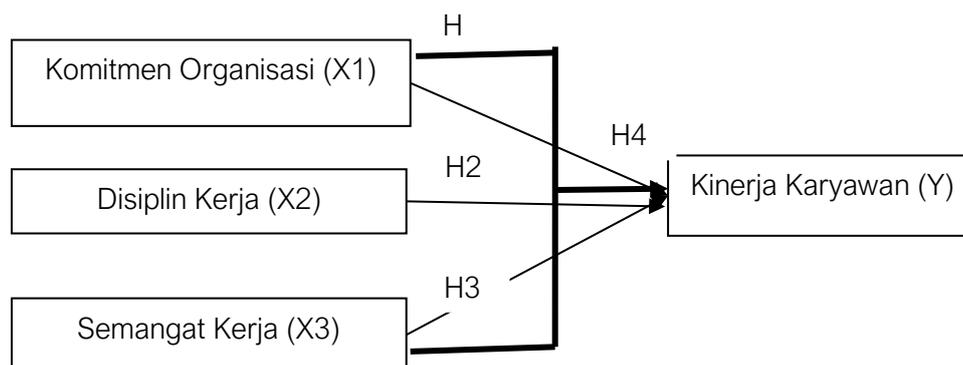
Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh pekerja dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. Noor (2013) mendefinisikan kinerja sebagai hasil yang dicapai karyawan menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Manfaat penilaian kinerja menurut (Sedarmayanti, 2009) meliputi pertama Meningkatkan prestasi kerja, dengan adanya penilaian kinerja, baik pimpinan maupun karyawan memperoleh umpan balik dan mereka dapat memperbaiki prestasi kerja. Kinerja pegawai pada dasarnya diukur sesuai dengan kepentingan organisasi, sehingga indikator dalam pengukurannya disesuaikan dengan kepentingan organisasi itu sendiri. Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan menggunakan dimensi yaitu Kuantitas Pekerjaan (*Quantity of Work*), Kualitas Pekerjaan (*Quality of Work*), Kemandirian (*Dependability*), Inisiatif (*Initiative*), Adaptabilitas (*Adaptability*).

Priansa (2014) menyebutkan bahwa komitmen organisasi adalah keinginan kuat untuk tetap sebagai anggota organisasi tertentu, keinginan untuk berusaha keras sesuai dengan keinginan organisasi, serta keyakinan tertentu dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi. Komitmen organisasi merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan dimana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan. Komitmen organisasi adalah kesediaan seseorang untuk mengikat diri dan menunjukkan loyalitas pada organisasi karena merasakan dirinya terikat dalam kegiatan organisasi (Wibowo, 2016).

Kedisiplinan diartikan sebagai kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua aturan-aturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kesadaran adalah sikap yang secara sukarela mentaati semua aturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya. Karyawan akan menjalankan dan melaksanakan tugasnya tanpa adanya rasa keterpaksaan, sedangkan kesediaan adalah suatu sikap, tingkah laku dan perbuatan dari karyawan yang sesuai dengan aturan-aturan organisasi baik tertulis maupun tidak (Hasibuan, 2017). Menurut Sedarmayanti (2009) disiplin merupakan kondisi untuk melakukan koreksi atau menghukum karyawan yang telah melanggar ketentuan atau prosedur yang telah ditetapkan organisasi. Jadi disiplin kerja adalah kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua aturan-aturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kesadaran adalah sikap yang secara sukarela mentaati semua aturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawab yang diberikan perusahaan.

Morale atau semangat kerja merupakan cerminan sikap atau kondisi mental seorang individu atau sebuah tim. Orang dengan semangat kerja tinggi biasanya positif, optimistic, kooperatif, dan suportif terhadap visi dan misi tim. Karyawan yang memiliki semangat kerja akan menunjukkan semangat untuk berkolaborasi, berdebat, berkomunikasi, dan berprestasi sehingga secara nyata memberikan kontribusi terhadap kemajuan organisasi (Moehariono, 2012). Menurut Priansa (2014) semangat kerja merupakan seperangkat sikap atau pandangan yang menjadi pegangan pegawai atau karyawan untuk menilai bekerja sebagai suatu hal yang positif bagi peningkatan kualitas hidup sehingga mempengaruhi perilaku kerja dalam organisasi.

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh peneliti merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti.



Gambari 1 Kerangka Konseptual Penelitian

H1 : Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

H2 : Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin.

H3 : Semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin.

H4 : Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode eksplanatif dengan teknik survey untuk menganalisis hubungan kausal antara komitmen organisasi, disiplin kerja, semangat kerja, dan kinerja. Hubungan kausal antara komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja yang menunjukkan pengaruh simultan terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin. Penelitian ini menganalisis pengaruh komitmen organisasi, disiplin kerja, dan

semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin. Komitmen organisasi, disiplin kerja, semangat kerja, dan kinerja merupakan ruang lingkup objek kajian manajemen sumber daya manusia.

Variabel penelitian ini ada empat yaitu variabel kinerja karyawan (Y) sebagai variabel terikat. Variabel bebas adalah komitmen organisasi (X1), disiplin kerja (X2), dan semangat kerja (X3). Variabel bebas ada 3 variabel dan variabel terikat berjumlah 1 variabel.

Kinerja adalah suatu hasil yang dicapai oleh pekerja dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan. Kinerja diukur melalui prestasi Kerja, tanggung jawab, ketataan, kejujuran, dan kerja sama.

Komitmen organisasi adalah loyalitas pegawai terhadap organisasi yang tercermin dari keterlibatannya yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi. Komitmen organisasi dapat diukur melalui tiga aspek. Komitmen Afektif, Kontinuan, dan Normatif.

Disiplin kerja adalah karyawan akan menjalankan dan melaksanakan tugasnya tanpa adanya rasa keterpaksaan, sedangkan kesediaan adalah suatu sikap, tingkah laku dan perbuatan dari karyawan yang sesuai dengan aturan-aturan organisasi baik tertulis maupun lisan. Kedisiplinan karyawan diukur dari teladan pimpinan, balas jasa, waskat, sanksi hukuman, dan ketegasan pimpinan.

Semangat kerja merupakan cerminan sikap atau kondisi mental seorang individu atau sebuah tim. Semangat kerja memiliki empat dimensi: pekerjaan yang bermakna, kerja sama tim, kepedulian manajemen, dan imbalan.

Data penelitian ini tergolong data kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer dan skunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung kepada sumber data melalui penyebaran angket data sekunder adalah suatu data yang diperoleh melalui orang lain. Data penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Sumber data penelitian ini adalah karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin. Jumlah karyawan 179 orang. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan Kuisisioner. Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian tentang objek yang diteliti (populasi atau sampel) (Misbahuddin dan Hasan, 2013: 27). Instrumen penelitian menggunakan angket yaitu angket untuk Kinerja Karyawan (Y), Komitmen Organisasi (X1), Disiplin Kerja (X2), dan Semangat Kerja (X3).

Populasi adalah kumpulan dari elemen-elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Chandarin, 2018). Populasi penelitian ini adalah semua karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin berjumlah 74 orang.

Menurut Sugiyono (2012) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus karena semua populasi yang ada dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian ini berjumlah 74 orang.

Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel atau bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Analisis regresi berganda merupakan perluasan dari regresi sederhana yaitu dengan menambah jumlah variabel bebas (regresi berganda) (Sanusi, 2012). Persamaan garis regresi ganda digambarkan sebagai berikut.

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ (Natawira dan Riduan, 2010).

X1 = Komitmen Organisasi

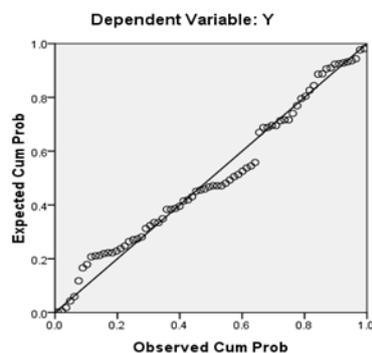
X2 = Disiplin kerja

X3 = Semangat kerja

HASIL DAN PEMBAHASAN

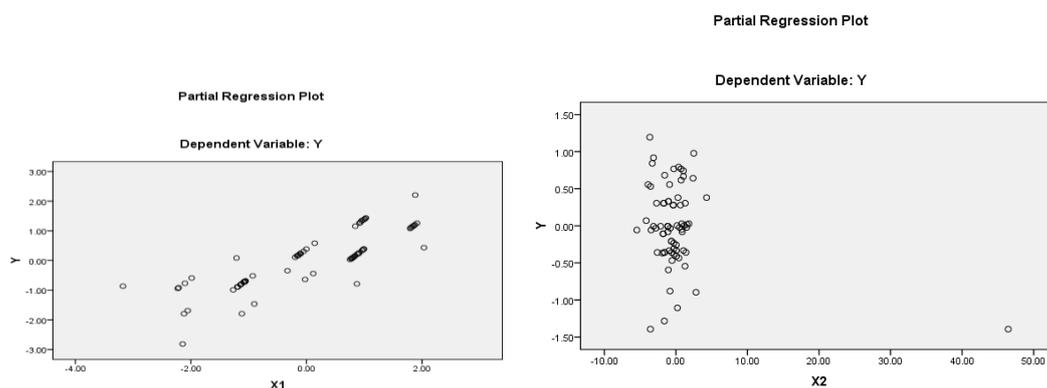
Normalitas data dapat diketahui melalui gambar diagram P-P Plot regresi. Jika titik-titik mengikuti garis regresi, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil analisis regresi P-P Plot penelitian ini menunjukkan titik-titik mengikuti garis lurus sehingga data penelitian ini berdistribusi normal seperti gambar di bawah ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

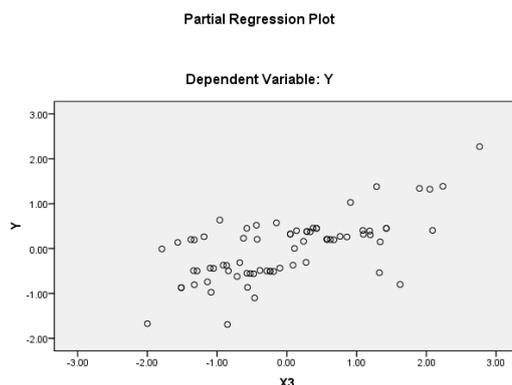


Gambar 1 Hasi Uji Normalitas P-P Plot

Heterokedastisitas terjadi jika diagram pancar membentuk pola tertentu. Jika diagram pancar memancar dan tidak membentuk pola tertentu, maka data penelitian tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Diagram berikut ini menunjukkan bahwa data Komitmen Organisasi (X1), Disiplin Kerja (X2), dan Semangat Kerja (X3) tidak mengalami gejala heterokedastisitas karena diagram pancar masing-masing tidak membentuk pola tertentu seperti garis atau lingkaran.



Gambar 2 Diagram Pancar X1 dan X2



Gambar 3 Diagram Pancar X3

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinieritas

No.	Variabel	VIF
1.	Komitmen Organisasi (X1)	5.209
2.	Disiplin Kerja (X2)	1.106
3.	Semangat Kerja (X3)	5.447

Sumber: Data diolah tahun 2020

Tabel 1 di atas menunjukkan hasil uji multikolinieritas. Data penelitian dinyatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai VIF < 10. Nilai VIF pada komitmen organisasi 4,209, VIF disiplin kerja 1,106 dan nilai VIF semangat kerja 5,447. Semua variabel memiliki nilai VIF < 10. Jadi data penelitian ini tidak mengalami multikolinieritas.

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.812	1.64093	2.249

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah *Output* SPSS 25.0 tahun 2020

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 2 diketahui bahwa dari hasil output memperoleh nilai D-W sebesar 2.249. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa dapat diindikasikan tidak terjadi autokorelasi.

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai R dan R². Nilai R sebesar 0,983 dan nilai R² sebesar 0,966. Nilai R 0,983 dikuadratkan menjadi 0,966. Ini berarti bahwa variabel kinerja karyawan Bank Kalsel dipengaruhi oleh variabel komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja sebesar 96,6%.. Sisanya 3,4% kinerja karyawan Bank Kalsel ini dipengaruhi oleh variabel yang lainnya di luar model penelitian ini.

Hasil analisis regresi pada bagian uji t disajikan melalui tabel 1 berikut:

Tabel 3
Hasil Uji t (Pengaruh Parsial)

No.	Pengaruh Parsial	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi	Keterangan
1.	Pengaruh X1 terhadap Y	0,618	12.626	0,000	Berpengaruh Signifikan
2.	Pengaruh X2 terhadap Y	-0,027	-2.524	0,014	Berpengaruh Signifikan
3.	Pengaruh X3 terhadap Y	0,425	7.400	0,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Data diolah tahun 2020

Tabel 3 adalah hasil uji t yang menggambarkan pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi < 0,05, maka pengaruh parsial diterima. Nilai signifikansi pengaruh komitmen organisasi (X1) terhadap kinerja (Y) 0,00 < 0,05. Nilai signifikan pengaruh disiplin kerja (X2) terhadap kinerja (Y) 0,014 < 0,05. Nilai signifikansi pengaruh semangat kerja (X3) terhadap kinerja (Y) 0,00 < 0,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja, disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel. Hipotesis yang menyatakan:

H1. Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin diterima.

H2. Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin diterima.

H3. Semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin diterima.

Garis persamaan regresi hasil penelitian ini:

$$Y = 0,164 + 0,618X_1 + (-0,027)X_2 + 0,425X_3 + \text{error}$$

Hasil analisis regresi pada bagian uji F disajikan melalui tabel 4 berikut:

Nilai F Hitung	659.224
Nilai F tabel	2.76
Df1	3
Df2	70
Signifikansi Hitung	0,00
Signifikansi standar	0,05

Sumber: Data diolah tahun 2020

Uji F digunakan untuk menentukan ketepatan model dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Kriterianya adalah jika F hitung > F tabel dan signifikansi hitung < 0,05, maka model penelitian dinyatakan layak dan hipotesis berisi pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat diterima.

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 659.224 > F tabel (2,67). Nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Ini berarti bahwa model penelitian ini layak dan hipotesis yang

menyatakan komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel diterima.

Setelah dilakukan analisis data ditemukan bahwa komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin. Pengaruh komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalses Cabang Utama Banjarmasin baik secara parsial maupun secara simultan.

Komitmen Organisasi Berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin. Karyawan memiliki komitmen tetap bekerja di Bank Kalsel karena merasakan kekerabatan dan kekeluargaan di antara rekan kerja dan pimpinan. Kekerabatan dan kekeluargaan ini memberikan dampak pada kinerja karyawan.

Komitmen organisasi berkaitan erat dengan kinerja karyawan. Keberhasilan manajemen organisasi salah satunya ditentukan keberhasilan manajemen menumbuhkan komitmen organisasi pegawai atau karyawan. Seberapa jauh komitmen organisasi karyawan atau pegawai terhadap tujuan organisasi akan sangat menentukan pencapaian tujuan organisasi. Komitmen organisasi sangat penting karena pegawai atau karyawan yang memiliki komitmen kuat terhadap organisasi akan menampilkan kinerja terbaiknya.

Disiplin Kerja Berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

Karyawan disiplin dalam bekerja agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan di tempat kerja pada Bank Kalsel memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja. Hal ini sesuai dengan pendapat ahli. Hasibuan (2016) berpendapat bahwa disiplin merupakan tindakan manajemen untuk mendorong anggota organisasi mememnuhi tuntutan berbagai ketentuan organisasi. Pendisiplinan pegawai adalah suatu bentuk pelatihan yang berusaha memperbaiki dan membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku karyawan sehingga secara suka rela berusaha bekerja secara kooperatif dengan para karyawan lain serta meningkatkan kinerja. Disiplin kerja bagi pegawai merupakan suatu hal yang mutlak. Tanpa kedisiplinan kerja yang baik, seorang pegawai yang kompeten sekalipun tidak akan bisa memberikan hasil kerja yang maksimal.

Semangat Kerja Berpengaruh terhadap kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin memiliki semangat dalam bekerja. Semangat kerja ini ditunjukkan dengan cara bekerja dengan baik sehingga memberikan kontribusi terhadap kinerja. Semangat kerja memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai atau karyawan di tempat kerja. Semangat kerja merupakan perasaan pegawai terhadap dirinya, pekerjaannya, pimpinan atau manajernya, lingkungan kerja, dan keseluruhan kehidupan kerja sebagai pegawai. Semangat kerja memadukan semua perasaan mental dan emosional, kepercayaan, dan sikap yang dipegang individu dan kelompok mengenai pekerjaannya (Kaswan, 2015).

Karyawan yang memiliki semangat kerja menunjukkan semangat untuk berkolaborasi, berdebat, berkomunikasi, dan berprestasi sehingga secara nyata memberikan kontribusi terhadap kemajuan organisasi (Moehariono, 2012). Semangat kerja yang rendah secara bertahap menghancurkan komitmen pegawai, berakibat buruk terhadap produk atau pelayanan

jasa yang ditawarkan organisasi, dan menjauhkan pelanggan atau klien yang mereka layani. Semangat kerja berkorelasi dengan kinerja. Semangat kerja akan memberikan kinerja karyawan yang semakin kuat dan terus bertambah (Kaswan, 2015).

Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin

Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin secara simultan. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja, dan Semangat Kerja terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin secara bersamaan.

Karyawan yang memiliki komitmen organisasi dan berdisiplin kerja yang baik serta di tolong oleh semangat kerja yang maksimal akan memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan kinerja di Bank Kalsel cabang Utama Banjarmasin. Komitmen merupakan modal utama karyawan dalam bekerja. Komitmen karyawan tetap bekerja dengan baik, semangat, dan berdisiplin menjadi faktor penentu kinerja karyawan di Bank ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Gambaran kinerja, komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin menunjukkan kategori sangat baik. Artinya, Komitmen organisasi karyawan yang dibangun perusahaan sangat baik. disiplin kerja yang ditegaskan berjalan dengan sangat baik. Semangat kerja karyawan sangat baik.

Komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin baik secara parsial maupun secara simultan.

Komitmen organisasi berpengaruh dominan terhadap kinerja karyawan Bank Kalsel Cabang Utama Banjarmasin.

Bagi karyawan disarankan tetap memegang komitmen yang kuat, disiplin dalam bekerja, dan bersemangat dalam bekerja meskipun dalam kondisi apapun. Hal ini dikarenakan komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja berpengaruh terhadap kinerja.

Bagi pihak perusahaan dapat memelihara kekeluargaan dan kekerabatan yang baik di lingkungan kerja, memberikan apresiasi terhadap karyawan yang berdisiplin dalam bekerja, dan menjaga karyawan agar tetap semangat. Pihak perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan melalui peningkatan komitmen organisasi, disiplin kerja, dan semangat kerja.

REFERENSI

- Agustina, Y. dan Robert Krstaung. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis dan Akuntansi. Jakarta: Dian Rakyat.
- Chandarin, Grahita. Metode Riset Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Devy Dayang Septiasari. 2017. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Provinsi Kalimantan Timur di Samarinda. Jurnal. (Online) diakses dari e-Journal Administrasi Bisnis, 2017
- Handoko, Hani. 2011. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM.

- Hartono, Brian dan Rony Setiawan. 2013. Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Paparon's Pizza City of Tomorrow (Online) diakses dari AGORA Vol. 1, No. 1, (2013).
- Hasibuan. 2007. Organisasi dan Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasibuan, H. Malayu. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendri. (2010). Pengaruh Semangat Kerja terhadap Kinerja Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang (Online) diakses dari Jurnal Media Wahana Ekonomika, Vol. 7, No.2, Juli 2010: 13 - 25
- Indy, Hendra dan Seger Handoyo. 2013. Hubungan Kepuasan Kerja dengan Motivasi Kerja pada Karyawan Bank BTPN Madiun (Online) diakses dari Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi Vol. 2 No. 2 Agustus 2013.
- Kaswan. 2015. Sikap Kerja. Bandung Alfabeta.
- Kusumo, Steven Gondo dan Eddy Madiono Sutanto. 2016 Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, dan Komitmen Organisasional Karyawan (Online) diakses dari JMK, VOL. 17, NO. 2, September 2015, 186–196.
- Liyas dan Primadi. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Bank Perkreditan Rakyat. (Jurnal). Diakses dari Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2010. Evaluasi Kinerja SDM, Refika Aditama. Bandung.
- Mardiono dan Supriyatini, 2014, Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Jurnal. (online) diakses dari Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 3 (2014).
- Meliyani, P dan Ibrahimi (2015). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Kasus Bagian Operasional PT. Indah Logistik Cargo Cabang Pekanbaru) (Jurnal) diakses dari Jom FISIP Vol. 2 No. 2 Oktober 2015
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moeheriono. (2012). Pengukuran Kinerja. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2009. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Priansa, Donni Juni. 2014. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi. Anwar.2012. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta; Salemba Empat.
- Sedarmayanti. 2009. Manajemen Sumber daya Manusia. Bandung: PT Refika Aditama.
- Pangarso, Astadi dan P. I. Susanti. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Biro Pelayanan Sosial Dasar Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat. (Jurnal) diakses dari Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 9. No. 2, Agustus 2016.
- Sanusi, Anwar. 2012. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta; Salemba Empat.
- Sapitri, Ranty. 2016. Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Listrik Negara Area Pekanbaru. Jurnal. Diakses dari JOM Fisip Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016.

- Sofyan, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan Pegawai Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(3), 194-204. doi:10.32503/jmk.v4i3.586
- Sondang, P, Siagian. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Buni Aksara Jakarta.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Teori. Kuisisioner, dan Analisis Data Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : CAPS.
- Syahropi. 2016. Pengaruh Semangat Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Bangkinang di Pekanbaru (studi kasus pada karyawan tetap PT. Bangkinang) (Online) diakses dari JOM FISIP Volume 3 No. 2 Oktober 2016.
- Triton. 2009. Mengelola Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Oryza.
- Triyaningsih, St. (2014). Analisis Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Universitas Slamet Riyadi Surakarta. (Jurnal) diakses dari Jurnal Informatika edisi September 2014 Vol 1. No.2
- Triyono, Ayon. 2012. Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Oryza.
- Umar, Husein.2010.Desain Oenelitian MSDM dan Perilaku Karyawan. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Wahyuni, Y. 2011. Dasar-Dasar Statistik Deskriptif. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Wibowo. 2011. Manajemen Kinerja. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wibowo. 2016. Perilaku dalam Organisasi. Jakarta: Rajawali Press.

Minat Berprofesi Di Bidang Perpajakan Sebelum Dan Sesudah Mengikuti Brevet Pajak

Omi Pramiana¹, Firdhatul Umroh², Alfiary Pradana Mellenio³, Arina Mustofia⁴

¹²³⁴Program Study Akuntansi, STIE PGRI Dewantara, Jombang, Indonesia

Koresponden: omi.dewantara@gmail.com

Abstract.

Career options are certainly something that should be considered by most students, especially career interests in taxation. A career in taxation is certainly not a profession that is mostly in the interest of students but to learn more about taxation, students will increase their knowledge by doing tax brevet. This research was conducted to find out if there are differences in career interest in the field of student taxation STIE PGRI Dewantara before and after doing tax brevet. Career interest in taxation is a desire of students in determining a career, especially in the field of taxation not only to be a tax consultant but also in the field of tax finance, while to support a career in the field of taxation it is necessary to add insight through the tax brevet where the tax brevet in STIE PGRI Dewantara consists of brevet A /B. This study uses a sample of 167 students of STIE PGRI Dewantara who have followed the tax brevet. Data collection method using questionnaires, data analysis using different test paired sample t-test. The results showed that there was a significant difference in the interest of career students in the field of taxation before and after attending the tax brevet.

Keywords: Career interests, taxation, brevet tax

Cronicle of Article: Received (07,02,2021); Revised (20,02,2021); and Published (28,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article : Pramiana, O., Umroh, F., Mellenio, AP., & Mustofia, A (2021) 'Minat Berprofesi Di Bidang Perpajakan Sebelum Dan Sesudah Mengikuti Brevet Pajak', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), pp. 144–149. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Tenaga ahli terutama di bidang perpajakan memang sangat dibutuhkan dalam jumlah yang besar, salah satu hal yang juga melatar belakangi adalah sejak Dirjen Pajak semakin memperketat penerapan peraturan perpajakan yang ada di Indonesia, selain itu semakin banyak pula kasus perpajakan yang menjerat berbagai perusahaan, oleh karena itu tenaga kerja yang memahami akuntansi dan didukung dengan pemahaman mengenai perkembangan perpajakan semakin dicari oleh berbagai perusahaan (Prasetyo dan Pranoto, 2016).

Yulianti, dkk menjelaskan bahwa mengingat besarnya potensi akan penerimaan tenaga perpajakan, banyak universitas maupun sekolah tinggi yang membekali mahasiswanya dengan ilmu perpajakan, khususnya mahasiswa jurusan akuntansi. Ini dilandasi dengan persepsi bahwa mahasiswa jurusan akuntansi akan lebih potensial jika dibandingkan dengan mahasiswa jurusan lainnya. Mahasiswa jurusan akuntansi memiliki bekal ilmu di bidang akuntansi, dan dengan

tambahan ilmu perpajakan maka tenaga yang berasal dari lulusan jurusan akuntansi akan lebih berpotensi dibandingkan dengan jurusan lainnya.

Berkarier merupakan pilihan setiap orang pada saat menjadi mahasiswa, apakah akan melanjutkan berkarier di bidang sesuai jurusan yang diambil atau di bidang lainnya sama halnya dengan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang tentu akan memiliki pilihan akan berkarier kemana, .pilihan berkarir di bidang perpajakan bukanlah pilihan yang dipilih banyak orang khususnya mahasiswa karena mahasiswa selalu berfikir bahwa berkarir didunia perpajakan pasti sulit karena banyaknya perhitungan dan aturan tetapi tidak dipungkiri bahwa mahasiswa khususnya jurusan akuntansi banyak juga yang berminat untuk berkarir dibidang perpajakan tentunya dengan menjadi konsultan pajak atau staff keuangan pajak pada perusahaan, maka dari itu mereka mengikuti brevet pajak dengan tujuan untuk menambah skill dan meningkatkan potensi akademiknya. Karena untuk berprofesi sebagai akuntan perusahaan juga tidak hanya mampu memahami alur siklus akuntansi tetapi juga harus paham dengan perhitungan pajak.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terjadi perbedaan yang signifikan minat berkarir mahasiswa akuntansi di perpajakan sebelum dan sesudah melaksanakan brevet pajak

LITERATUR REVIUW

Teori Harapan Vroom adalah teori yang dikemukakan oleh Victor. H. Vroom pada tahun 1964 dalam bukunya yang berjudul "Work and Motivation". Menurut Teori Harapan ini, seseorang termotivasi untuk melakukan kegiatan tertentu karena ingin mencapai tujuan tertentu yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang memilih untuk melakukan sesuatu atau memilih untuk berperilaku tertentu karena mereka mengharapkan hasil dari pilihannya tersebut. Jadi pada dasarnya, motivasi dari pemilihan perilaku seseorang ini ditentukan oleh keinginan akan hasil yang akan didapatkannya.

Teori ekspektasi atau Teori Harapan ini juga menjelaskan bahwa pemilihan perilaku juga tergantung pada persepsi korelasi antara upaya, kinerja dan hasil yang pada akhirnya akan menghasilkan imbalan yang dapat menguntungkan. Perlu ditekankan disini bahwa Teori motivasi harapan Vroom ini bukan hanya tentang kepentingan atau keuntungan diri sendiri tetapi juga tentang hasil yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan orang-orang lain.

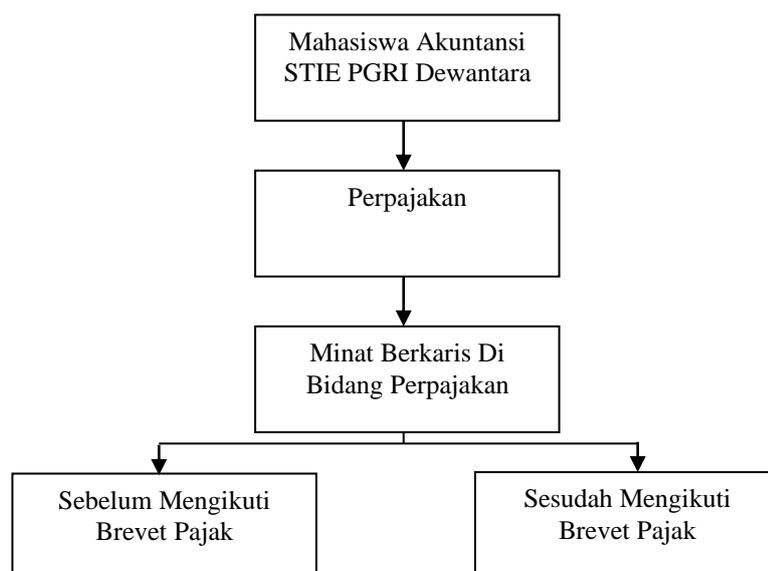
Teori penetapan tujuan awalnya dikemukakan oleh Dr. Edwin Locke melalui publikasi artikel dengan judul " *Toward a Theory of Task Motivation and Incentives*". Pengertian goal setting atau penetapan tujuan adalah proses penetapan sasaran atau tujuan dalam pekerjaan, proses goal setting melibatkan atasan dan bawahan secara bersama-sama dalam menentukan atau menetapkan sasaran atau tujuan kerja yang akan dilaksanakan pekerja sebagai pengembalian tugas dalam periodeterentu (Gibson, 1985). Dalam pelaksanaannya ada enam kunci utama sebagai pondasi utama teori ini, yaitu: (1) tujuan yang spesifik, (2) tujuan yang relevan, (3) tantangan atau tingkat kesulitan tujuan, (4) komitmen tujuan, (5) partisipasi tujuan, dan (6) umpan balik.

Motivasi memiliki peran penting dalam proses pembelajaran untuk mendapatkan hasil akademik yang lebih baik (Christiana, 2009; Awan, dkk, 2011; Singh, 2011), dikarenakan dengan adanya motivasi ini seseorang akan memiliki energi untuk bergerak, dan mampu mempertahankannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Seseorang yang memiliki motivasi umumnya akan mampu menyelesaikan tujuan yang ingin dicapainya walaupun di dalam perjalanan mendapatkan tujuan tersebut, dia akan menghadapi rintangan yang tidak

sedikit. Oleh karena itu, banyak ahli yang kemudian menyimpulkan bahwa motivasi sangat erat kaitannya dengan perilaku, bahkan menurut teori pembelajaran perilaku konsep motivasi berkaitan erat dengan prinsip bahwa perilaku yang telah dikuatkan pada masa lalu lebih mungkin diulangi daripada perilaku yang belum dikuatkan atau yang telah dihukum (Slavin, 2011).

Brevet pajak adalah kegiatan kursus atau pelatihan perpajakan dengan beberapa tingkatan berbeda. Pelatihan atau kursus pajak ini dapat dilakukan dengan atau tanpa pengaplikasian terhadap software pajak. Jenis tingkat kursus brevet terbagi menjadi 3, yaitu Brevet A, Brevet B, dan Brevet C. Menurut Syaiful Bahri Djamarah (2008), "Minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasasenang". Amir Mahmud (2008) juga berpendapat bahwa "Minat juga diartikan sebagai kondisi yang terjadi disertai dengan perasaan senang dihubungkan dengan kebutuhan/keinginannya sendiri. Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktormotivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku". Menurut Suryaningrum (2004) dalam Sulistyani (2012), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pada minat, yaitu: (1) minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku; (2) minat menunjukkan seberapa keras seseorang berani melakukan sesuatu; and (3) minat menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu

Profesi yang menarik ditekuni adalah profesi dibidang perpajakan. Lulusan akuntansi dapat memilih berkarir di bidang perpajakan rasionalnya karena sejalan dengan ilmu yang juga dibekali dalam perkuliahan di jurusan akuntansi yaitu terkait dengan ilmu perpajakan. Pelatihan Brevet Pajak A dan B didesain untuk memberikan pengetahuan dan kemampuan yang lebih dalam tentang bidang perpajakan sehingga dapat memenuhi kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar. Pembekalan soft skill juga dapat membantu mahasiswa akuntansi untuk bekerja sama dalam tim dan membangun komunikasi yang baik sehingga dapat berkompetensi dalam dunia kerja.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer berupa angket penelitian dan wawancara, selain itu menggunakan data sekunder dengan mengambil data jumlah mahasiswa aktif pada Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa aktif semester genap 2018/2019 Jurusan Akuntansi Angkatan 2016, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik random sampling menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang digunakan sebanyak 167 mahasiswa. Analisis data menggunakan uji beda paired sample t-test.

Tabel 1.

Kisi-kisi Pernyataan

Pernyataan	Jawaban	
	Ya	Tidak
Karir dibidang perpajakan memberikan peluang yang besar bagi mahasiswa akuntansi		
Saya tertarik berkarir dibidang perpajakan karena banyak pengetahuan dan pengalaman tentang pajak		
Saya berminat berkarir dibidang perpajakan karena memberikan penghasilan yang besar		
Saya berminat berkarir dibidang perpajakan karena akan mendapatkan fasilitas yang memadai dari perusahaan		
Saya berminat berkarir dibidang perpajakan setelah menyelesaikan pendidikan S-1		

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2.
 Deskripsi Data

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 BeforeBrevet	25,63	166	3,697	,287
AfterBrevet	24,02	166	3,928	,305

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat rata sebelum mengikuti Brevet pajak 25,63 dan setelah mengikuti brevet pajak menjadi 24,02 menurun sekitar 1,6 itu artinya minat mahasiswa menjadi turun setelah megikuti brevet pajak, ini kemungkinan disebabkan oleh rasa takutnya mahasiswa berkarir dibidang pajak dengan banyaknya perhitungan dan aturan yang setiap tahun bisa berubah.

1. Analisis Data

Tabel 3.
 Analisis Data

	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair 1 BeforeBrevet - AfterBrevet	8,170	165	,000

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,005 atau 5% artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan minat berkarir di bidang perpajakan sebelum dan sesudah mengikuti brevet pajak. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan minat berkarir dibidang perpajakan sebelum dan sesudah mengikuti brevet pajak dan berdasarkan nilai rata ratanya bahwasanya sebelum melakukan brevet pajak mereka sangat berminat dan setelah mengikuti brevet pajak ternyata tingkat minat menurun. Dan merujuk dari teori penetapan tujuan bahwa mereka hanya ingin berkarir dibidang akuntansi tetapi untuk memenuhi kebutuhan prestasi maka mereka menambah ilmu dibidang perpajakan dengan mengikuti brevet pajak sekalipun mereka kurang berminat berkarir dibidang perpajakan mungkin juga tingkat minat mahasiswa menurun juga dikarenakan mereka merasa takut bahwasanya untuk berkarir dibidang perpajakan maka akan dituntut bisa memahami semua perhitungan dan aturan yang ada pada bidang perpajakan.

Minat adalah suatu bentuk motivasi intrinsik, motivasi intrinsik sendiri adalah motivasi yang disebabkan oleh faktor- faktor di dalam diri” (Ormroad, 2012:101), jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka ada faktor-faktor dalam diri responden mahasiswa prodi perpajakan yang membuat mereka termotivasi untuk berkarir di bidang perpajakan, salah satu faktor adalah responden menyenangi bidang perpajakan, sehingga ia berminat untuk berkarir di bidang perpajakan karena akan dapat mengembangkan potensi dalam diri, hal ini sesuai dengan teori motivasi dari Abraham Maslow, dimana Maslow mengemukakan semua manusia memiliki 5 jenis kebutuhan dasar, salah satunya adalah kebutuhan aktualisasi diri yakni kebutuhan untuk memanfaatkan / mengembangkan potensi diri (Suprihanto,dkk., 2002:43).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan menurun setelah melaksanakan brevet, ini kemungkinan disebabkan oleh persepsi mereka yang menganggap bahwa berkarir dibidang perpajakan itu sulit karena perhitungannya yang banyak dan aturan yang setiap tahun bisa saja mengalami perubahan, dan kemungkinan mahasiswa mengikuti brevet pajak hanya untuk menambah skill dan nilai akademik untuk dipersiapkan di dunia kerja sebagai accounting, namun mereka tidak ada niat untuk berkarir dibidang perpajakan. Diharapkan STIE PGRI Dewantara terus meningkatkan pembelajaran dan sosialisasi khususnya tentang pajak agar mahasiswa semakin memahami perpajakan dan memiliki minat berkarir di bidang perpajakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awan, R. G. (2011). *A study of Relationship between Achievement Motivation, Self Concept and Achievement in English and Mathematics at Secondary Level*. International Education.
- Djamarah, S. B. (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gibson, L. (1985). *Perilaku, Struktur, Proses, Edisi 5, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- H, V. V. (1964). *Work and Motivation*. Newyork: John Wiley & Sons.
- Ormroad, Jeanne Ellis. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Prasetyo, Eko, Soeparlan Pranoto, and Saiful Anwar. "Pilihan Berkarir di Bidang Perpajakan dengan Minat Mengikuti Brevet Pajak sebagai Variabel Intervening." *Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung (2016)*: 1-25.

- Slavin, R. E. (2011). *Cooperative Learning Teori, Riset dan Praktik*. Bandung: Nusa Media.
- Snyder, C. &. (2007). *Positive Psycyhology in Scientic and Practical. Exploration of Human Strength*. London: Sage Publication.
- Suprihanto, John.,Harsiwi, Agung M.,Hadi, Prakosa. 2002. *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: Penerbitan STIE YKPN
- Suryaningrum, A. A. (2004). *Pengaruh Pendidikan Tinggi Akuntansi Terhadap Kecerdasan Emosional*. Denpasar: Sinposium Nasional Akuntansi VII Denpasar.
- Widyastuti. (2004). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi*. 320-339.
- Yulianti, Emi, Anton Arisman, and Cherrya Dhia Wenny. "*Pengaruh Motivasi, Self Efficacy Dan Kemampuan Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir Di Bidang Perpajakan (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Palembang)*."

Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Triwulan Tahun 2012- 2018

Moh Abdul Basir¹, Mulya E. Siregar², Ety Puji Lestari³

¹²³Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

Koresponden: basirbadul779@gmail.com

Abstract.

This study aims to analyze the effect of internal and external factors on the profitability of Islamic commercial banks in Indonesia during 2012-2018. The internal factors used in this study are derived from bank-specific factors such as capital adequacy ratio (CAR), efficiency ratio/operation costs on operating income (BOPO), financing to deposit ratio (FDR), and non-performing financing (NPF). The external factor used in this study such as interest rate, inflation, and Gross Domestic Product (GDP). The profitability of Sharia Commercial Banks proxied by Return on Assets (ROA). The Population of this study is 11 Sharia Commercial Banks that publish financial reports during the quarterly period 2012-2018. The novelty of this study such as, comprehensive study of Sharia Banking, using quarterly data, using macroeconomic factors which in previous studies were not discussed in-depth, and using panel data regression analysis. The result of this study indicates that CAR and GDP have a significant positive effect on ROA. Meanwhile, BOPO, FDR, and NPF have a significant negative effect on ROA.

Keywords: ROA, CAR, BOPO, FDR, NPF, Interest Rate, Inflation, GDP

Cronicle of Article: Received (15,02,2021); Revised (25,02,2021); and Published (28,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article : Basir, M.A., Siregar, M.E., & Lestari, E.P (2021) 'Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Triwulan Tahun 2012- 2018', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), pp. 150–163. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Perkembangan terakhir bank Syariah di dunia cukup pesat, termasuk di Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbanyak. Akan tetapi, perkembangan bank Syariah tidak terbatas pada negara-negara muslim tetapi juga pada negara dengan penduduk minoritas muslim. Pada tahun 2007 terdapat lebih dari 300 institusi keuangan Syariah pada lebih dari 51 negara. Selain itu, terdapat lebih dari reksa dana yang mengikuti prinsip Syariah (Sole, 2007). Lembaga keuangan Syariah di Indonesia mulai muncul pada tahun 1980-an, dimulai dengan pembentukan Baitut Tamwil, Divisi Koperasi Layanan Keahlian Teknosa di Bandung pada tahun 1984 dan Koperasi Ridho Gusti di Jakarta tahun 1988. Bank Syariah yang pertama kali didirikan di Indonesia adalah Bank Muamalat pada tahun 1992. Pembentukan bank Syariah ini mendapat

dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah dan beberapa pengusaha muslim.

Semenjak tahun 1998 Indonesia telah mengembangkan sistem perbankan berganda (*dual banking system*) dimana bank umum dapat menjalankan kegiatan usahanya dalam bentuk konvensional dan Syariah (kemudian disebut sebagai bank umum konvensional dan bank umum Syariah). Jenis bank ini memiliki perbedaan prinsip dalam hal pengambilan keuntungan. Bank konvensional membagi keuntungan berdasarkan tingkat suku bunga, sedangkan bank Syariah membagi keuntungan berdasarkan prinsip bagi hasil. Berdasarkan statistik perbankan Syariah pada bulan April 2018 terdapat 202 bank yang terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 168 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Saat ini perkembangan bank Syariah di Indonesia menunjukkan tanda positif dikarenakan memiliki jumlah pembiayaan bermasalah yang relatif rendah dan berpengalaman dalam pemulihan lebih cepat selama terjadinya krisis moneter dibandingkan dengan bank konvensional. Berdasarkan Laporan Perbankan Keuangan Syariah tahun 2018, pertumbuhan aset bank Syariah tahun 2018 sebesar 12,21% turun dari pertumbuhan sebelumnya di tahun 2017 sebesar 15,23%. Selama ini, kinerja keuangan bank Syariah masih tertinggal dari bank konvensional, khususnya kemampuan bank Syariah dalam menghasilkan laba/profitabilitas (Pasrizal, *et al*, 2019).

Sejak tahun 2009 terdapat banyak penelitian yang dilakukan untuk mengenai profitabilitas bank Syariah. Akan tetapi penelitian tersebut lebih fokus kepada pengaruh faktor internal bank (*bank specific factors*) terhadap profitabilitas bank syariah. Akan tetapi, hasil temuan penelitian itu masih menunjukkan berbagai pro dan kontra. Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah & Harjanti (2016) menunjukkan FDR, NPF dan DPK tidak memiliki pengaruh signifikan sedangkan CAR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas bank syariah. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Sumarlin (2016) menunjukkan CAR, BOPO dan NPF memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas sedangkan FDR memiliki pengaruh positif. Penelitian lain yang dilakukan oleh Medyawati & Yunanto (2018) menjelaskan bahwa CAR dan BOPO memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas sedangkan FDR tidak berpengaruh. Sedangkan penelitian yang memiliki keterkaitan antara profitabilitas bank Syariah dengan faktor eksternal/makro ekonomi seperti yang dilakukan oleh Stiawan (2009), Sahara (2013), Irsyad, *et al* (2018), Fahlevi, *et al* (2019) menunjukkan hasil yang beragam. Hasil-hasil penelitian baik dengan menggunakan faktor internal dan eksternal ini menunjukkan hasil yang berbeda dan menimbulkan celah penelitian sehingga perlu diteliti lebih mendalam.

Hal yang membedakan dan menjadi keunggulan (*novelty*) penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu, pertama penelitian ini merupakan studi komprehensif perkembangan terbaru akan profitabilitas perbankan syariah. Kedua, penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data triwulanan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan data tahunan. Ketiga, penelitian ini merupakan penelitian yang memasukkan unsur makro ekonomi yang dalam penelitian sebelumnya tidak dianalisis secara mendalam. Keempat, model yang digunakan dalam penelitian ini merupakan model penelitian yang menggunakan analisis regresi data panel yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak menggunakan regresi linier berganda/Ordinari Least square (OLS). Dimana dengan menggunakan regresi data panel, data yang digunakan dalam penelitian lebih banyak dan mampu menggambarkan keadaan bank syariah secara lebih luas

LITERATUR REVIUW

Sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah, setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh bank harus dibuat dalam bentuk laporan keuangan dan menyampaikannya kepada masyarakat serta OJK sebagai lembaga pengawas perbankan nasional. Laporan keuangan bank syariah terdiri atas neraca, laporan rugi laba, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas, catatan atas laporan keuangan, laporan perubahan dana investasi, laporan penggunaan dana zakat infak dan sodaqoh serta laporan sumber dan penggunaan dana Qardhul Hasan (Abbas, 2009). Laporan keuangan bank dapat menunjukkan kondisi keadaan bank secara menyeluruh. Laporan ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi semua *stakeholder* bank tentang kinerja keuangan dan pertanggung jawaban manajemen bank. Bentuk laporan keuangan tersebut, penggunaannya sesuai dengan tujuan dan maksud masing-masing pihak yang membutuhkan

Kinerja baik atau buruknya suatu perusahaan di bidang keuangan dapat dianalisis dengan menggunakan berbagai macam indikator dan metode. Diantara berbagai macam metode yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan adalah analisis rasio keuangan (*financial ratio analysis*). Rasio keuangan merupakan penulisan data akuntansi secara berulang menjadi bentuk perbandingan dengan tujuan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan (Keown, et al, 2011). Secara sederhana, analisis rasio keuangan perbankan terdiri atas empat rasio, yaitu rasio likuiditas (*liquidity ratio*), rasio aktivitas (*activity ratio*), rasio hutang (*debt ratio*), dan rasio profitabilitas (*profitability ratio*) atau rentabilitas (Martono dan Harjito, 2010).

Dari berbagai jenis rasio yang menjadi rasio keuangan perbankan, terdapat satu aspek yang menjadi aspek paling penting dalam menilai kinerja keuangan yaitu rasio kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan (profitabilitas). Profitabilitas merupakan tingkat kemampuan bank dalam menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu dengan menggunakan sejumlah tenaga kerja, aset dan modal tertentu (Rindhatmono, 2005). Semakin besar nilai profitabilitas bank maka keberlangsungan kegiatan perbankan menjadi semakin terjamin. Dalam menilai profitabilitas perbankan dapat digunakan beberapa jenis rasio yang cukup dikenal , yaitu margin laba (*profit margin*), rasio pengembalian aset atau *return on asset* (ROA), dan rasio pengembalian modal atau *return on equity* (ROE) (Sunyoto, 2013). Dari empat jenis rasio tersebut, dalam penelitian ini rasio yang digunakan untuk menilai profitabilitas bank adalah tingkat pengembalian aset atau *return on asset* (ROA). ROA menunjukkan kemampuan pihak manajemen bank dalam menghasilkan laba dari pengelolaan aset yang dimiliki (Yuliani, 2007). ROA merupakan rasio yang umum digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian aset yang asalnya dari dana masyarakat. ROA mengukur kemampuan aktiva perusahaan dalam memperoleh laba/keuntungan dari kegiatan operasional bank. Semakin tinggi nilai ROA bank maka semakin tinggi juga tingkat keuntungan yang diperoleh dan semakin baik pula bank dalam menggunakan aset (Dendawijaya, 2009). Rumus menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Secara umum terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas bank. Faktor-faktor tersebut dapat diklasifikasikan menjadi 2 jenis, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam bank sendiri yang perlakuannya dapat dikontrol oleh manajemen sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar bank dan tidak dapat dikontrol atau diantisipasi oleh manajemen. (Gul, et al, 2011, Syafri, 2012). Dalam penelitian ini terdapat empat faktor internal dan tiga faktor eksternal yang akan diteliti pengaruhnya terhadap profitabilitas (ROA). Faktor internal terdiri atas rasio kecukupan modal bank yang diukur berdasarkan *capital adequacy ratio* (CAR), rasio efisiensi modal yang diukur dari besar biaya operasi terhadap

pendapatan operasi (BOPO), likuiditas bank yang diukur sesuai *financing to deposit ratio* (FDR), dan risiko kredit yang diukur berdasarkan *non performing financing* (NPF). Sementara faktor eksternal yang akan diteliti pengaruhnya adalah suku bunga yang diwakili oleh suku bunga acuan Bank Indonesia, Inflasi yang diukur sesuai dengan tingkat inflasi aktual, dan Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihitung dengan menggunakan PDB atas dasar riil/harga tetap.

Rasio Pemodal Bank/*Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan rasio kinerja bank yang mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang memiliki risiko, seperti pembiayaan (Ismail, 2011). Sesuai dengan surat edaran dari Bank Indonesia, CAR dapat dirumuskan sebagai perbandingan diantara modal bank terhadap aktiva tertimbang menurut risiko (ATMR). Adapun rumus untuk menghitung CAR adalah sebagai berikut:

$$\text{CAR} = \text{Modal/ATMR} \times 100\%$$

Rasio CAR ini menunjukkan batasan tingkat aman (*buffer*) bagi bank untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya. Apabila tingkat rasio ini meningkat maka tingkat keuntungan yang akan diperoleh juga akan meningkat (Kuncoro dan Suharjono, 2002).

$$H_1 = \text{Ada pengaruh positif CAR terhadap ROA}$$

Kemampuan bank dalam menghasilkan pendapatan sangat berhubungan dengan tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan aset yang dimilikinya. Efisiensi dapat dilihat dari banyaknya biaya yang diperlukan untuk memperoleh tingkat pendapatan tertentu. Apabila semakin besar biaya yang dibutuhkan untuk memperoleh pendapatan tertentu, maka menjadi semakin tidak efisien bank dalam mengelola asetnya. Salah satu alat yang dipergunakan oleh perbankan untuk mengukur tingkat efisiensinya adalah rasio perbandingan antara biaya operasional yang digunakan terhadap pendapatan operasional bank (BOPO). Rumus yang digunakan untuk mengukur nilai BOPO bank syariah adalah:

$$\text{BOPO} = (\text{Biaya Operasional})/(\text{Pendapatan Operasional}) \times 100\%$$

Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan bank dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Sementara pendapatan operasi merupakan pendapatan utama yang diperoleh oleh bank berupa bunga dari adanya penempatan dana dalam bentuk kredit dan pembiayaan lainnya (Siamat, 1993). BOPO merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi operasional bank. Rasio kewajaran BOPO bagi perbankan $\leq 90\%$ (Taswan, 2010). Semakin tinggi rasio BOPO menunjukkan kegiatan operasional bank menjadi tidak efisien sehingga mengakibatkan pendapatan menjadi menurun.

$$H_2 : \text{Ada pengaruh negatif BOPO terhadap ROA}$$

Likuiditas bank merupakan kemampuan yang dimiliki oleh bank dalam memenuhi semua kewajiban-kewajiban keuangan jangka pendek (hutang jangka pendek) yaitu kewajiban-kewajiban yang jatuh tempo. Besarnya nilai likuiditas bank dapat dilihat dari perbandingan diantara jumlah aktiva lancar (*current asset*) bank terhadap kewajiban lancar bank (*current liabilities*) (Halim dan Hanafi, 2009). Salah satu indikator yang dapat dijadikan sebagai alat ukur likuiditas bank adalah rasio perbandingan antara jumlah kredit yang diberikan oleh bank terhadap jumlah total dana yang diterima atau *loan to deposit ratio* (LDR). Sementara khusus bagi perbankan syariah ukuran likuiditas bank ini disebut dengan *financing to deposit ratio* (FDR). Rumus untuk menghitungnya adalah sebagai berikut:

$$\text{FDR} = (\text{Total Pembiayaan})/(\text{Total Dana Diterima}) \times 100\%$$

FDR memiliki pengaruh positif terhadap tingkat profitabilitas bank. Semakin tinggi FDR, maka semakin besar dana yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan dan jumlah dana yang menganggur berkurang sehingga keuntungan/profit yang dihasilkan dari kegiatan pembiayaan akan meningkat

(A'la dan Mawardi, 2015). Adapun rasio standar FDR yang sudah ditetapkan bagi perbankan berkisar antara $78\% \leq FDR \leq 92\%$. Apabila rasio FDR kurang dari standar tersebut menunjukkan adanya dana dari bank yang masih menganggur (*idle*) yang belum disalurkan secara optimal. Namun, jika rasio FDR melebihi standar akan mengakibatkan meningkatnya rasio likuiditas adanya penarikan dana pihak ketiga.

H3 : Ada pengaruh positif FDR terhadap ROA

Salah satu risiko yang dihadapi oleh perbankan adalah risiko yang berhubungan dengan kredit (*credit risk*). Karena dalam perbankan syariah hanya dikenal sistem pembiayaan maka yang menjadi risiko bank syariah adalah risiko pembiayaan. Indikator untuk mengukur tingkat risiko pembiayaan adalah *Non Performing Financing* (NPF) yang merupakan jumlah rasio antara jumlah pembiayaan bermasalah dengan total pembiayaan yang telah disalurkan. Rumus menghitungnya adalah:

$$NPF = (\text{Total NPF}) / (\text{Total Pembiayaan}) \times 100\%$$

Pembiayaan bermasalah (NPF) merupakan pembiayaan yang pelaksanaannya belum mencapai atau memenuhi target yang diharapkan oleh pihak perbankan (Rivai & Arviani, 2010). Rasio NPF menjadi indikator buruk bagi kualitas pembiayaan. Semakin tinggi nilai NPF semakin buruk kualitas pembiayaan yang disalurkan (Taswan, 2010).

H4 : Ada pengaruh negatif NPF terhadap ROA

Suku bunga merupakan imbal jasa yang diberikan oleh perbankan sehubungan nasabah membeli atau menjual produknya. Menurut Bank Indonesia, suku bunga (BI Rate) didefinisikan sebagai suku bunga instrumen yang ditetapkan oleh Bank Indonesia secara periodik dalam jangka waktu tertentu sebagai sinyal kebijakan moneter (Siamat, 2005).

Menurut Supriyanti (2009) suku bunga tidak memiliki pengaruh yang dominan terhadap profitabilitas (Return on Asset) bank. Akan tetapi meningkatnya suku bunga mengakibatkan bank mengalami kenaikan biaya operasi yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap profitabilitas bank. Hal ini dikarenakan calon nasabah menjadi lebih tertarik kepada bank yang menawarkan suku bunga yang tinggi. Sementara menurut Sahara (2013) suku bunga memiliki pengaruh negatif terhadap Return on Asset (ROA) bank syariah. Hal ini disebabkan oleh naiknya suku bunga BI akan diikuti dengan meningkatnya suku bunga tabungan di bank konvensional yang pada akhirnya dana yang tersimpan pada bank syariah dapat berpindah pada bank konvensional. Selain itu, naiknya suku bunga bank konvensional memiliki pengaruh terhadap kegiatan operasional bank syariah, dalam hal penyaluran pembiayaan sehingga profitabilitas bank syariah menurun (Karim, 2006).

H5 : Ada pengaruh negatif suku bunga terhadap ROA

Inflasi adalah proses meningkatnya harga barang dan jasa dalam sebuah perekonomian (Rahardja dan Manurung, 2008). Berdasarkan penyebabnya, inflasi dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu inflasi yang asalnya dari permintaan (*demand side*) dan inflasi yang asalnya dari penawaran (*supply side*). Inflasi yang berasal dari sisi permintaan dinamakan dengan inflasi tarikan permintaan (*demand pull inflation*), sedangkan inflasi yang disebabkan oleh penawaran adalah adanya kenaikan biaya produksi barang dan jasa (*cost push inflation*).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Perry (1992), bank syariah tidak dapat memprediksi terjadinya inflasi. Oleh karena itu inflasi yang terjadi dapat mengurangi profitabilitas yang dimilikinya (*Return on Asset*). Sehingga apabila terjadi kenaikan inflasi menjadikan konsumen menjadi lebih banyak melakukan kegiatan konsumsi daripada menyimpan uang yang dimilikinya dalam bentuk tabungan atau deposito. Hal ini pada akhirnya dapat mengakibatkan profitabilitas menurun.

H6 : Ada pengaruh negatif inflasi terhadap ROA

PDB merupakan ukuran nilai barang dan jasa akhir yang diproduksi dengan sumber daya (*resources*) dalam suatu negara dalam periode waktu tertentu. Produk Domestik Bruto merupakan indikator yang menunjukkan tingkat pertumbuhan perekonomian suatu negara. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan suatu negara akan mengakibatkan masyarakat memiliki kemampuan lebih untuk berinvestasi dan menanamkan dana yang dimilikinya pada sektor perbankan. Tingginya tingkat investasi ini akan berdampak pada meingkatnya profitabilitas bank (Sukirno, 2003).

Menurut Fahlevi, *et al* (2019) PDB memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas bank. Sementara menurut Levine (dalam Rao dan Lakew, 2012) menjelaskan bahwa terdapat korelasi yang positif antara pertumbuhan ekonomi (PDB) dengan kinerja sektor keuangan khususnya profitabilitas bank.

H7 : Ada pengaruh positif PDB terhadap ROA

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis deskriptif kuantitatif, yaitu menjelaskan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Variabel dalam penelitian ini adalah CAR, BOPO, FDR, NPF, suku bunga, inflasi dan PDB. Sedangkan variabel dependennya adalah rasio profitabilitas bank Syariah atau ROA. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kombinasi diantara data *cross section* dan data *time series* atau yang juga dikenal sebagai data panel, berupa data triwulan tahunan selama periode waktu dari tahun 2012 -2018. Data penelitian diperoleh dari beberapa sumber seperti Otoritas Jasa Keuangan, Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) dan Laporan Keuangan masing-masing BUS.

Dalam penelitian ini populasi yang menjadi subyek penelitian adalah BUS yang terdaftar dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sementara untuk teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan berbagai kriteria khusus, antara lain: (1) bank Syariah adalah bank umum Syariah; (2) Bank Syariah membuat Laporan Keuangannya per triwulan antara tahun 2012-2018 dan dipublikasikan melalui Otoritas Jasa Keuangan; dan (3) Bank Umum Syariah memiliki data yang lengkap sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, dipilih seluruh populasi BUS yang berjumlah 11 bank sebagai sampel penelitian, seperti pada tabel 1 berikut.

No.	Nama Bank Umum Syariah
1.	Bank BCA Syariah
2.	Bank BJB Syariah
3.	Bank BNI Syariah
4.	Bank BRI Syariah
5.	Bank Maybank Syariah
6.	Bank Mega Syariah
7.	Bank Muamalat
8.	Bank Panin Syariah
9.	Bank Syariah Bukopin
10.	Bank Syariah Mandiri
11.	Bank Victoria Syariah

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan menggunakan tiga pendekatan sebagai berikut:

a. *Common Effect Model (CEM)*

CEM merupakan bentuk pendekatan model data yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section* yang dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana:

Y = Variabel respon/dependen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

α = Intersep regresi

β = koefisien model regresi

X = variabel independen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

ε = residual pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

b. *Fixed Effect Model (FEM)*

FEM merupakan bentuk pendekatan dengan perbedaan antar individu dapat dikenal dan diestimasi dengan menambahkan variabel dummy yang dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_j X_{it}^j + \sum_{i=2}^n \alpha_i D_i + \varepsilon_i$$

Dimana:

Y = Variabel respon/dependen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

α = Intersep regresi

β = koefisien model regresi

X = variabel independen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

D = Variabel dummy

ε = residual pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

c. *Random Effect Model (REM)*

REM merupakan bentuk pendekatan dengan perbedaan karakteristik individual dan waktu diakomodasi oleh *error/kesalahan* model. Persamaan REM ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_j X_{it}^j + \varepsilon_{it} ; \varepsilon_{it} = u_i + v_i + w_1$$

Dimana :

Y = Variabel respon/dependen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

α = Intersep regresi

β = koefisien model regresi

X = variabel independen pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

ε = residual pada pengamatan periode-i sampai dengan periode-t

u = eror komponen *cross section*

v = eror komponen *time series*

w = kombinasi komponen eror

Uji Chow, Hausman dan Langrane Multiplier digunakan untuk memilih model yang paling cocok pada penelitian ini. Uji Chow digunakan untuk memilih model regresi data panel terbaik antara *Common Effect* dengan *Fixed Effect*, sedangkan Uji Hausman digunakan untuk memilih model antara *Fixed Effect* dengan *Random Effect*. Sedangkan Uji Langrange Multiplier fokus pada pemilihan model antara *Common Effect* dan *Random Effect*.

d. Analisis Regresi Berganda Data Panel

Untuk mendapatkan berbagai parameter hubungan dan pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), maka digunakanlah analisis regresi. Dikarenakan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel maka analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi data panel (Gujarati dan Pooter, 2009), Persamaan matematis untuk model regresi data panel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Return On Asset (ROA)

α = intersept/ konstanta regresi

β = Koefisien model regresi

X1 = rasio kecukupan modal (CAR)

X2 = rasio efisiensi (BOPO)

X3 = rasio likuiditas (FDR)

X4 = rasio pembiayaan bermasalah (NPF)

X5 = suku bunga (BI Rate)

X6 = inflasi

X7 = pendapatan per kapita (PDB)

ε = residual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat gambaran secara umum dari data-data yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini adalah statistik deskriptif dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1.
 Statistik Deskriptif Penelitian

	ROA	CAR	BOPO	FDR	NPF	BI Rate	Inflasi	LN PDB
Mean	0.602435	24.03562	93.49451	75.38623	4.652987	6.142857	4.937500	14.86286
Median	0.860000	17.97500	91.68500	80.09500	3.210000	5.875000	4.340000	14.88000
Maximum	8.180000	193.3500	217.4400	500.0000	46.55000	7.750000	8.400000	15.16000
Minimum	-20.13000	10.16000	50.76000	15.13000	0.000000	4.250000	2.880000	14.54000
Jarque-Bera	5098.393	15175.78	2465.027	23589.05	6135.475	24.33776	35.49166	16.49766
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000005	0.000000	0.000262

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Data statistik deskriptif pada tabel 1 menunjukkan variabel dependen ROA memiliki nilai minimum sebesar -20,13000% yang diperoleh oleh Bank Maybank Syariah periode Desember 2015 dan nilai maksimum sebesar 8,180000% yang juga diperoleh Bank Maybank periode Juni 2017 serta nilai rata-rata sebesar 0,602435. Variabel bebas Capital Adequacy Ratio (CAR) memiliki nilai minimum sebesar 10,16% yang diperoleh Bank Muallamat periode Maret 2018 dan nilai maksimum sebesar 193,35% yang diperoleh Bank Maybank periode September 2018 serta nilai rata-rata sebesar 24,03562%. Variabel bebas BOPO memiliki nilai minimum sebesar 50,76000% yang diperoleh Bank

Panin periode Desember 2012 dan nilai maksimum sebesar 217,44% yang diperoleh Bank Panin periode Desember 2017 serta rata-rata sebesar 93,49451%. Variabel bebas FDR memiliki nilai minimum sebesar yang diperoleh Bank 15,13% yang diperoleh Bank BJB Syariah periode Maret 2015 dan nilai maksimum sebesar 500% Bank Maybank periode Desember 2018 serta nilai rata-rata sebesar 75,38623%. Untuk variabel NPF memiliki nilai minimum sebesar 0,000% yang diperoleh Bank Maybank periode Maret dan Juni 2012, September 2013, Juni, September & Desember 2017 serta periode Maret, Juni, September dan Desember 2018. Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 49,55 yang diperoleh Bank Maybank periode Maret 2017 dan nilai rata-rata NPF sebesar 4,652987.

Sementara untuk variabel makro, Suku bunga (BI Rate) memiliki nilai minimum sebesar 4,25% yang terjadi pada periode September dan Desember 2017 serta Maret 2018 serta nilai maksimumnya sebesar 7,75% pada periode Desember 2014. Sementara rata-rata nilai Suku bunga (BI Rate) sebesar 6,142857%. Variabel inflasi memiliki nilai minimum sebesar 2,88% pada periode September 2018 dan nilai maksimum sebesar 8,4% pada periode September 2013. Sedangkan untuk variabel GDP memiliki nilai minimum sebesar 14,54% yang terjadi pada Maret 2012 dan nilai maksimum sebesar 15,16% yang terjadi pada periode September 2018 serta nilai rata-rata sebesar 14,86286%. Untuk persebaran dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki jenis sebaran data yang terdistribusi secara normal. Hal ini dikarenakan nilai Probabilitas Jarque-Berra seluruhnya yang kurang dari 0,05.

a. Uji Pemilihan Model

Model yang paling tepat untuk melakukan pengolahan data perlu ditentukan sebelum analisis regresi dilakukan dan untuk hasil uji pemilihan model adalah sebagai berikut:

1. Uji Chow

Untuk menguji model mana yang tepat yang digunakan dalam penelitian antara *Common Effect* dan *Fixed Effect* digunakanlah Uji Chow. Nilai probabilitas $F > 0,05$ berarti H_0 diterima dan *Common Effect Model* akan digunakan. Akan tetapi apabila $F < 0,05$ berarti H_1 diterima dan *Fixed Effect Model* akan digunakan. Hasil uji Chow secara lengkap disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2.
Hasil Uji Chow

Effect Test	Statistic	d.f.	Prob
Cross-section F	1.765192	(10,290)	0.0666
Cross-section Chi-Square	18.199135	10	0.0517

Sumber: Hasil Output Eviews

Dari hasil Uji Chow diatas dapat diketahui bahwa nilai probability dengan menggunakan test cross-section fixed effect menunjukkan angka sebesar 0,0666 yang berarti bahwa nilai F Hitung lebih besar dari nilai α (0,05). Sehingga keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_1 , maka pilihan model yang digunakan adalah *Fixed Effect*.

2. Uji Hausman

Uji ini merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk memilih model antara *Fixed Effect* dengan *Random Effect*. Apabila Nilai probabilitas $< 0,05$ berarti H_0 diterima sehingga *Fixed Effect Model* akan digunakan. Namun, apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_1 diterima dan *Random Effect Model* paling sesuai digunakan. Hasil Uji Hausman secara lengkap disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3.
 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob
Cross-section random	0.00000	7	1.0000

Sumber: Hasil Output Eviews

Dari Uji Hausman diatas dapat diketahui bahwa nilai Probabilitas sebesar 1,00 lebih besar dari nilai α (0.05). Sehingga keputusan yang diambil adalah menerima H_1 . Dengan demikian model yang layak digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect*.

b. Uji Signifikasi Variabel Bebas (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat signifikasi variabel-variabel bebas model terhadap variabel terikatnya. Adapun hipotesis dalam uji signifikasi ini adalah sebagai berikut:

$$H_0 = \beta = 0$$

$$H_1 = \beta \neq 0$$

Kriteria penerimaan H_0 sebagai berikut;

- Berdasarkan perbandingan t-statistik dengan t-tabel
 - H_0 ditolak apabila t statistik > t tabel
 - H_0 diterima apabila t statistik < t tabel
- Berdasarkan Probabilitas
 - H_0 ditolak apabila p-value < 0,05
 - H_0 diterima apabila \neg p-value > 0,05

Tabel 4.
 Hasil Uji Signifikasi Variabel Bebas

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	t Tabel	Signifikasi	Keputusan	Kesimpulan
CAR	0,017795	3,102445	1,95	0,0021	H_0 ditolak	Berpengaruh positif (+) signifikan
BOPO	-0,0966669	-21,31770	1,95	0,0000	H_0 ditolak	Berpengaruh negatif (-) signifikan
FDR	-0,006212	-2,006933	1,95	0,0457	H_0 ditolak	Berpengaruh negatif (-) signifikan
NPF	-0,097009	-6,328534	1,95	0.0000	H_0 ditolak	Berpengaruh negatif (-) signifikan
BI Rate	-0,071842	-0,843971	1,95	0.3994	H_0 diterima	Berpengaruh negatif (-) tidak signifikan
Inflasi	0,019272	0,05871	1,95	0.7398	H_0 diterima	Berpengaruh positif (+) tidak signifikan
PDB	1,335851	2,619459	1,95	0.0126	H_0 ditolak	Berpengaruh positif (+) signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Eviews

Uji t menunjukkan pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel independent. Variabel Independen diwakili oleh CAR, BOPO, FDR, NPF, suku bunga, inflasi dan PDB. Sedangkan Variabel dependen diwakili oleh ROA.

Dari hasil estimasi model diperoleh nilai koefisien regresi CAR sebesar 0,017795. Dengan nilai t hitung sebesar 3,102 > 1,95 dan nilai signifikasi 0,0021 < α (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa CAR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA. Temuan empiris ini menunjukkan bahwa jumlah

modal yang diterima bank Syariah lebih cepat peningkatannya jika dibandingkan dengan peningkatan aktiva tertimbang menurut rasio (ATMR) (Medyawati & Yunanto (2018), Lubis (2019) dan Maulana, *et al* (2019). Dengan demikian BUS memiliki ketersediaan modal yang dapat digunakan sebagai penyangga (buffer) dalam menyalurkan pembiayaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas.

Variabel BOPO memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,0966669$. Dengan nilai t hitung sebesar $21,31770 > 1,95$ dan nilai signifikansi $0,0000 < \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa BOPO memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Laba atau profit merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya. Oleh karena itu, secara sistematis biaya memiliki pengaruh negatif terhadap laba. Semakin besar jumlah biaya yang dikeluarkan oleh BUS untuk memperoleh output tertentu, maka akan mengakibatkan laba yang diterima menurun. Oleh karena itu, menurut Alexiou dan Sofokolis (2009), manajemen biaya yang efisien merupakan prasyarat untuk meningkatkan profitabilitas bank.

Variabel FDR memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,006212$. Dengan nilai t hitung sebesar $-2,006933 > 1,95$ dan nilai signifikansi $0,0457 < \alpha (0,05)$. Dengan demikian FDR memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA. Adanya pengaruh negatif ini mengkonfirmasi adanya *trade off* diantara FDR dan ROA. Teori *trade off* pada dasarnya menjelaskan keterkaitan antara tingkat keuntungan, tingkat likuiditas dan tingkat resiko. Tingkat keuntungan yang diharapkan berbanding terbalik dengan tingkat likuiditas, pada sisi lain tingkat keuntungan yang diharapkan berbanding dengan lurus dengan tingkat resiko, sementara tingkat likuiditas sendiri berhubungan terbalik dengan tingkat resiko. Apabila BUS lebih mengutamakan pencapaian profitabilitas yang tinggi dengan menginvestasikan lebih banyak dananya dalam bentuk pembiayaan maka FDR BUS akan meningkat. Peningkatan FDR ini akan mereduksi tingkat likuiditas bank sehingga tingkat likuiditas menjadi rendah. Kemudian, menurunnya tingkat likuiditas ini akan mengakibatkan resiko likuiditas yang dihadapi oleh BUS menjadi semakin tinggi, karena ketidak sesuaian (*mismastch*) antara jumlah aset lancar dengan kewajiban lancar yang semakin meingkat. Meningkatnya resiko likuiditas berarti meningkatnya potensi BUS mengalami kegagalan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, diantaranya adalah kewajiban kepada para deposan

Variabel NPF memiliki nilai koefisien regresi sebesar $-0,097009$. Dengan nilai t hitung sebesar $-6,328534 > 1,95$ dan nilai signifikansi $0,0000 < \alpha (0,05)$. Dengan demikian NPF memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap ROA. Hubungan antara NPF dengan ROA yang negatif menunjukkan bahwa ROA akan cenderung menurun seiring dengan semakin meningkatnya resiko pembiayaan yang dihadapi BUS yang dicerminkan oleh semakin tingginya rasio NPF. Semakin tinggi risiko pembiayaan maka bank harus menyediakan lebih banyak dana cadangan untuk menutupi kerugian piutang. Hal yang demikian ini akan menurunkan profitabilitas bank.

Variabel suku bunga memiliki koefisien regresi sebesar $-0,071842$. Dengan nilai t hitung sebesar $-0,843971 < 1,95$ dan nilai signifikansi $0,3994 > \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan suku bunga memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap ROA. Alasan yang menjelaskan kondisi ini adalah suku bunga Bank Indonesia merupakan suku bunga acuan bagi perbankan nasional. Ketika suku bunga BI meningkat, maka BUK akan merespon dengan menaikkan tingkat suku bunga pinjaman. Akan tetapi, kenaikan suku bunga BI tersebut tidak secara langsung mempengaruhi BUS. Hal ini dikarenakan BUS dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak mengacu kepada suku bunga acuan Bank Indonesia. Namun BUS lebih berpedoman terhadap kebijakan internal yang ditetapkan sendiri seperti kenaikan nisbah bagi hasil yang diberikan kepada nasabah untuk mengantisipasi

terjadinya kenaikan suku bunga acuan Bank Indonesia. Hal ini juga konsisten dengan prinsip dasar BUS yang menolak adanya konsep riba/bunga bank.

Variabel inflasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,019272. Dengan nilai t hitung sebesar $0,05871 < 1,95$ dan nilai signifikansi $0.7398 > \alpha (0,05)$. Dengan demikian inflasi memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap ROA. Ketika tingkat inflasi meningkat maka BUK menaikkan suku bunga acuan pinjaman untuk mengimbangi laju inflasi. Sedangkan kondisi yang dialami BUS ketika terjadi inflasi, nasabahnya masih mempercayakan dana yang dimiliki untuk ditempatkan di perbankan syariah. Kondisi naik atau turunnya nilai riil uang dalam perekonomian tidak mengubah pandangan nasabah akan BUS.

Variabel PDB memiliki koefisien regresi sebesar 1,335851. Dengan nilai t hitung sebesar $2,619459 > 1,95$ dan nilai signifikansi $0.0126 < \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan PDB memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ROA. PDB merupakan indikator yang mencerminkan pertumbuhan ekonomi dari suatu negara. Tingkat pertumbuhan PDB secara umum memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas BUS. Apabila PDB meningkat maka akan semakin banyak kegiatan produktif yang dilaksanakan yang pada akhirnya akan meningkatkan berbagai sektor perekonomian. Salah satu bentuk peningkatan perekonomiannya yaitu bertambahnya jumlah pendapatan sehingga tabungan masyarakat yang ada di Bank Syariah menjadi meningkat. Kondisi yang sedemikian ini pada dapat menyebabkan profitabilitas bank syariah naik.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat lima variabel yang mempengaruhi ROA bank syariah. CAR memiliki pengaruh positif terhadap ROA karena BUS memiliki modal yang dapat digunakan sebagai penyangga (*buffer*) dalam menyalurkan pembiayaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas. BOPO memiliki pengaruh negatif terhadap ROA. Biaya memiliki pengaruh negatif terhadap laba. Semakin besar jumlah biaya yang dikeluarkan oleh BUS untuk memperoleh output tertentu, maka akan mengakibatkan laba yang diterima menurun. FDR memiliki pengaruh negatif terhadap ROA karena BUS menyalurkan pembiayaan melebihi batas standar maksimum perbankan. NPF memiliki pengaruh negatif terhadap ROA karena NPF ini menunjukkan besar pembiayaan bermasalah yang disalurkan oleh BUS. PDB memiliki pengaruh positif terhadap ROA karena PDB merupakan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sehingga apabila PDB meningkat maka kegiatan perekonomian di berbagai sektor termasuk perbankan Syariah juga ikut meningkat.

Penelitian lebih lanjut disarankan dengan menambahkan variabel-variabel lain yang *size* dan sebagainya atau dengan membandingkan kinerja bank Syariah dengan bank konvensional baik dalam studi satu negara atau antar negara.

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, A. M., & Mawardi, I. 2016. Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Return On Asset (ROA) Dengan Variabel Intervening Penempatan Dana Pada Sertifikat Bank Indonesia Syariah (SBIS) Pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah: Teori dan Terapan*. Vol. 1, No. 8, 592-609.
- Abbas, Syahrizal. 2009. *Mediasi Dalam Perspektif Hukum Syariah, Hukum Adat, dan Hukum Nasional*. Jakarta: Kencana.
- Alexiou, C. & Sofoklis, V. 2009. Determinants Of Bank Profitability: Evidence From The Greek Banking Sector. *Economic Annals*, Volume LIV No. 182.
- Dendawijaya. L. 2009. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Fahlevi, M., Surtinah, W., dan Firmansyah. 2019. The Effect of External and Internal Factor on Financial Performance of Islamic Banking. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*. Vol.1, No.1, 71-84.
- Gujarati, D. & Porter. 2009. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Guru, B. S., J. & Schanmungan, B. 2002. *Determinants of Comercial Bank Profitability in Malaysia*. University Multimedia Working Papers.
- Halim, A. & Hanafi, M.M. 2009. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi 4*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Irsyad, M.M., Kosim, A.M. & Hakim, M.H., 2018. Pengaruh PDB (Produk Domestik Bruto), Suku Bunga, dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Periode 2014-2017. *TAFALQUH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah*, Vol 3 No. 2, 54-75.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Karim. A. 2006. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Grafindo.
- Keown, A.J., Martin, J.D., Petty, J.W., & Scoult, Jr D.F. 2011. *Prinsip dan Penerapan Manajemen Keuangan. Edisi Kesepuluh., Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro & Suharjono. 2002. *Manajemen Perbankan (Teori dan Aplikasi)*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Lubis, M. R. 2019. Analisis Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Nilai Tukar Rupiah, Non Performing Financing, Dan Pembiayaan Murabahah, Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia. *TANSIQ: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*. Vol. 2, No. 1, 1-20.
- Mahmudah, N. & Harjanti, R. S. 2016. Analisis Capital Adequacy Ratio, Financing to Deposit Ratio, Non Performing Financing, dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Tingkat Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2011-2013. *Prosiding Seminar Nasional IPTEK TERAPAN (SENIT) 2016 Pengembangan Sumber Daya Lokal Berbasis IPTEK*, Vol. 1, No. 1, 134-143.
- Martono & Harjito, A. 2010. *Manajemen Keuangan (Edisi 3)*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Maulana, F. , Irawan, Y., & Suip, M. 2019. Pengaruh BOPO, CAR, SBIS Dan Kurs Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*. Vol. 3, No. 1, 72-76.
- Medyawati, H., dan Yunanto, M., 2018. The Effect of FDR, BOPO, and Profit Sharing On The Profitability of Islamic Banks In Indonesia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. Vol.6. 811-825.
- Pasrizal, H., Elfadhli, E., Rani, R.P., & Gampit, G. 2019. Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional. *Proceeding IAIN Batusangkar*. Vol. 4, No.1, 131-142.
- Perry, P. 1992. Do Bank Gain or Lose From Inflation?. *Journal of Retail Banking*. Vol. 14, No. 2, 25-30.
- Rahardja, P. dan Manurung, M. 2008. *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar. Edisi 4*. Jakarta: LPFE UI.
- Rao, K. R. M., & Lakew, T. B. 2012. Determinants Of Profitability Of Commercial Banks In A Developing Country: Evidence From Ethiopia. *International Journal Of Accounting And Financial Management Research*, 2(3), 1-20.
- Rindhatmono, F. 2005. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Pasca Merger di Indonesia*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Rivai, V. & Arviani. 2010. *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sahara, A. Y. 2013. Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga BI, dan Produk Domestik Bruto terhadap Return On Asset (ROA) Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol 1 No 1.

- Siamat, D. 1993. *Manajemen Bank Umum*. Jakarta: Intermedia.
- Stiawan, A. 2009. *Analisis Pengaruh Faktor Makroekonomi, Pangsa Pasar Dan Karakteristik Bank Terhadap Profitabilitas Bank Syariah*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Sukirno, S. 2003. *Teori Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Grafindo.
- Sumarlin, S. 2016. Analisis Pengaruh Inflasi, CAR, FDR, BOPO, dan NPF Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah. *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 6, No.2, 296-313.
- Sunyoto, D. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Supriyanti. N. 2009. *Analisis Pengaruh Inflasi dan Suku Bunga BI Terhadap Kinerja Keuangan PT. Bank Mandiri, Tbk Berdasarkan Rasio Keuangan*. Skripsi. Universitas Gunadarma.
- Syafri. 2012. Factor Affecting Bank Profitability in Indonesia. *The 2012 International Conference on Business Management*, 6-7 September 2012.
- Taswan. 2010. *Manajemen Perbankan, Konsep, Teknik dan Aplikasi. Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yuliani. 2007. Hubungan Efisiensi Operasional dengan Kinerja Profitabilitas pada Sektor Perbankan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, Vol. 5 No 10.

Determinasi Kepemimpinan, *Reward* dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan

Melinda Handayani¹, Zainur Hidayah², Etty Puji Lestari³

¹Program Magister manajemen, Universitas Terbuka

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

³Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

Koresponden: fetafora@gmail.com

Abstract

Giving rewards and punishments is an instrument used to increase employee motivation. However, in its implementation, reward and punishment also have an impact on demotivation. This study aims to determine the effect of leadership, reward, and punishment on employee performance at PT. Telkom Indonesia Witel Bandung. This study uses a quantitative approach, namely through multiple regression analysis. This study used 40 research data obtained from the sampling with the purposive random sampling method. This study also shows that leadership, reward, and punishment significantly affect the performance of the employees of PT. Telkom Indonesia Witel Bandung. Increased leadership, reward, punishment, and leadership, reward, and punishment can be promoted to improve goals.

Keywords: *performance, leadership, reward, punishment*

Cronicle of Article: Received (15,02,2021); Revised (25,02,2021); and Published (28,02,2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article : Handayani, M., Hidayah, Z., & Lestari, E.P (2021) 'Determinasi Kepemimpinan, *Reward* dan *Punishment* Terhadap Kinerja Karyawan', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), pp. 164–175. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu organisasi banyak dipengaruhi oleh pemimpinnya, maka pemimpin bertanggung jawab atas keberhasilan atau kegagalan suatu pekerjaan. Kepemimpinan yang baik, dapat dilihat dari kemampuan membimbing, mengarahkan, membangun motivasi kerja, mengendalikan organisasi, membangun *teamwork*, menciptakan kondisi kerja yang sehat, memberikan pengawasan dan membawa para pengikutnya kepada sasaran yang dituju sesuai dengan misi yang telah dibuat (Neves & Eisenberger, 2012; Alvesson & Einola, 2019).

Peran pemimpin dalam mengkoordinasi, memotivasi, dan mempengaruhi, diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Dengan kinerja yang tinggi akan dapat meningkatkan produktivitas individu tinggi. Produktivitas individu akan mempengaruhi produktivitas organisasi. Sehingga dengan produktivitas individu yang tinggi yang berdampak pada produktivitas organisasi yang tinggi akan dapat mewujudkan pencapaian tujuan organisasi yang diharapkan.

Orang-orang disekitar pemimpin pasti akan menunggu akan arahan atau pembinaan dari pemimpin tersebut, sebagai pemimpin daripada mereka sebagai karyawan atau bawahan kita.

Kualitas kinerja karyawan harus ditingkatkan, antara lain dengan penerapan kepemimpinan, *reward*, dan *punishment* (Alvesson & Einola, 2019; Antonakis et al., 2016; Gottfredson, Wright, & Heaphy, 2020). Untuk meningkatkan kinerja yang efektif, maka instansi organisasi dapat memperhatikan hal yang paling utama yakni pemenuhan kebutuhan karyawannya. Karyawan bekerja dengan baik dan mengharapkan adanya imbalan berupa kompensasi dari perusahaan. Kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu karena besarnya kompensasi mencerminkan ukuran karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga dan masyarakat. Masyarakat melihat kompensasi sebagai suatu keadilan, dimana perusahaan dalam menentukan gaji tidak melihat dari jenis kelamin namun kualifikasi.

PT. Telkom Indonesia berupaya menghadirkan koneksi internet berkualitas dan terjangkau untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu bersaing di level dunia. Upaya ini diimplementasikan dengan menyusun rencana pengalokasian karyawan untuk beberapa tahun ke depan dan rencana ketenagakerjaan setiap tahun agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat untuk mendukung kemajuan usaha perusahaan. PT Telkom Indonesia sebagai juga suatu bentuk organisasi yang bergerak dalam bidang jasa memerlukan kemampuan yang maksimal dari para karyawan dalam pelayanan konsumen. Karyawan inilah yang akan berinteraksi langsung dengan konsumen sehingga citra organisasi dan kepuasan konsumen juga ditentukan oleh karyawan. Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi secara signifikan akan bekerja lebih baik untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi maupun tujuan pribadi perseorangan karyawan. Berhasil dan tidaknya PT Telkom Indonesia dalam berkomunikasi dengan pelanggannya tergantung pada karyawan yang langsung berhubungan dengan para pelanggannya sehingga tujuan akan dapat dicapai dan diwujudkan. Dengan demikian yang diperlukan oleh PT Telkom Indonesia adalah karyawan yang bekerja dengan profesional dan loyalitas yang tinggi. Profesional dan loyalitas ini akan berpengaruh pada kinerja karyawan ketika harus berhadapan dengan konsumen pemakai jasa telekomunikasi PT. Telkom Indonesia. PT. Telkom Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia.

Dengan berbagai keunggulan enterprise yaitu untuk mendigitalisasi proses bisnisnya agar lebih berdaya saing, sampai dengan 31 Desember 2019, pelanggan segmen Enterprise PT. Telkom Indonesia mencapai 303.308 pelanggan, yang terdiri dari 1.917 pelanggan korporasi, 300.416 pelanggan UKM dan 975 pelanggan institusi Pemerintah. Masih tingginya permintaan layanan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dan pada tahun-tahun yang akan datang tentunya membangun rasa optimis bahwa segmen Enterprise akan terus bertumbuh dengan baik.

Dalam observasi awal penelitian menunjukkan kondisi yang menarik untuk meneliti sejauh mana tindakan dan aktivitas yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia, sehingga muncul permasalahan-permasalahan diatas, bahwa terdapat empat pilar pengembangan SDM yang dilakukan perseroan, yaitu pengembangan karakter *The Telkom Way* di era digital, pengembangan *leadership* yang menekankan padan kompetensi *digital leader*, pengembangan aspek *soft skills* para profesional pada *level manager* dan *middle management leader*, yang antara lain mencakup *decision making*, *people development*, *teamwork*, *organization awareness*, serta *analytical* dan *conceptual thinking* di era digital. PT. Telkom Indonesia terus berkomitmen melakukan pengembangan kemampuan dan keahlian teknis SDM berdasarkan *job family*, *job functions*, dan *job role* yang relevan dengan kompetensi digital.

Dari beberapa permasalahan yang timbul dalam pengelolaan PT. Telkom Indonesia diatas, dapat diasumsikan bahwa pengelolaan PT. Telkom Indonesia belum dikelola dengan maksimal terutama di sisi pengembangan SDM yang merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan oleh organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*), dan keterampilan (*skill*) yang dimiliki sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang dilakukan.

Bagi PT. Telkom Indonesia dan anak perusahaan, para karyawan berperan sebagai salah satu kelompok pemangku kepentingan utama yang berkontribusi pada keberlangsungan perusahaan. Selain menjalankan kegiatan usaha PT. Telkom Indonesia sehari-hari, karyawan juga menentukan keberhasilan perusahaan mencapai visi dan misinya. Untuk itu, PT. Telkom Indonesia menjaga relasi dan melakukan pelibatan karyawan dengan baik dan strategis.

Karyawan PT. Telkom Indonesia juga didorong untuk memiliki *agility* yang tinggi dalam bekerja. Secara umum, sepanjang tahun 2019, PT. Telkom Indonesia melihat karyawan di perusahaan induk maupun anak perusahaan telah bekerja dengan baik sesuai dengan arahan strategi manajemen. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari dukungan manajemen PT. Telkom Indonesia dalam menjamin lingkungan kerja yang profesional, aman, nyaman, dan sejahtera. Selain itu, jaminan keberagaman tanpa diskriminasi sesuai dengan hak asasi manusia juga mendukung karyawan agar bekerja dengan sepenuh hati tanpa merasa terganggu atau khawatir.

Dalam perubahan susunan anggota Pemimpin Direksi pada tahun 2019, PT. Telkom Indonesia menyampaikan apresiasi, ucapan terimakasih dan penghargaan sebesar besarnya atas peran dan kontribusi anggota Pemimpin Direksi yang telah berakhir masa jabatannya, pemegang saham, Dewan Komisaris, pelanggan setia, mitra bisnis, masyarakat secara luas dan pemangku kepentingan lainnya atas dukungan yang diberikan kepada PT. Telkom Indonesia diwakili oleh Pemimpin Direksi baru. Sebagai pelaku bisnis di era globalisasi, PT. Telkom Indonesia Witel Bandung menghadapi tantangan-tantangan dalam perjalanan usahanya. Diharapkan dengan adanya penerapan kepemimpinan, *reward*, *punishment*, serta kepemimpinan, *reward* dan *punishment* serta kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dapat ditingkatkan dan perusahaan dapat mencapai tujuannya secara keseluruhan.

Penerapan kepemimpinan, *reward*, dan *punishment* di PT. Telkom Indonesia Witel Bandung menjadi perhatian penuh bagi *managerial*, demi memenuhi *standard operational* PT. Telkom Indonesia Witel Bandung sekaligus untuk bergerak aktif meningkatkan kinerja karyawannya dibidang pelayanan jasa telekomunikasi. Bagi beberapa karyawan yang belum terbiasa dengan sistem pengawasan ketat dengan penerapan kepemimpinan, *reward*, dan *punishment*, kebanyakan mereka merasa tertekan dan beberapa karyawan lainnya menganggap itu sebagai motivator untuk meningkatkan pelayanan mereka pada pengguna jasa transportasi PT. Telkom Indonesia Witel Bandung. Artikel ini akan menganalisis penerapan kepemimpinan, *reward*, dan *punishment* di PT. Telkom Indonesia Witel Bandung.

LITERATURE REVIUW

Kepemimpinan juga diartikan sebagai suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, mempengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan (Fahmi, 2012:58). Ahli lain menyebutkan pemimpin adalah individu yang mampu mempengaruhi perilaku orang lain tanpa harus mengandalkan kekerasan, pemimpin adalah individu yang diterima oleh orang lain sebagai pemimpin (Griffin, 2003:68).

Menurut Nawawi (2005: 119), “reward adalah usaha menumbuhkan perasaan diterima (diakui) dilingkungan kerja, yang menyentuh aspek kompensasi dan aspek hubungan antara para pekerja yang satu dengan yang lainnya”. Manajer mengevaluasi hasil kinerja individu baik secara formal maupun informal.

Punishment juga diartikan sebagai suatu alat yang digunakan pemimpin untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran dan ketersediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku (Rivai, 2004:444). Pada dasarnya pemberian punishment bertujuan agar karyawan yang melanggar peraturan merasa jera dan tidak ingin mengulanginya lagi.

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan nonprofit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu (Fahmi, 2012: 226). Menilai kinerja menurut Wijayanti (2012: 51) adalah kualitas kerja, ketepatan waktu, kehadiran, dan kemampuan bekerjasama.

METODE PENELITIAN

Variabel independen yang digunakan adalah Kepemimpinan (X_1), *Reward* (X_2), *Punishment* (X_3), Kepemimpinan, *Reward* dan *Punishment* (X_4) dengan variabel terikatnya adalah Kinerja Karyawan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel terpilih adalah karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dan memiliki kriteria tertentu yang mendukung penelitian. Kriteria tersebut adalah karyawan dengan masa kerja minimal lebih dari 6 tahun dan berpendidikan minimal SLTA. Dengan rumus Slovin tersebut maka jumlah sampel yang digunakan dalam tesis ini adalah 40 orang atau karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung.

Data penelitian ini, data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian yang menggunakan survei, yaitu menggunakan kuesioner yang digunakan didesain berdasarkan skala model Likert berisikan sejumlah pertanyaan tentang obyek yang akan diungkap. Penskoran dari kuesioner skala model Likert yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada 5 alternatif jawaban sebagai berikut (Ghozali, 2011).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan pada tiap-tiap variabel dinilai valid atau tidak dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel antara nilai skor item yang diuji dengan jumlah skor yang dikaji. Dari r tabel untuk $df = (40-2) = 38$ dengan $\alpha = 5\%$ didapat angka 0.312. Pengambilan keputusan jika r hasil hitung positif atau r hasil hitung lebih besar dari r tabel maka butir tersebut valid. Sebaliknya jika r hasil hitung negatif atau lebih kecil dari r tabel maka butir tersebut tidak valid. Sedangkan realibilitas suatu variabel dikatakan cukup baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha > dari 0.50-0.69. standarisasi realibilitas ini didasari oleh kaidah reliabilitas Guilfor (Kurniawati, 2006).

Ada empat uji asumsi klasik yaitu meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang berdistribusi normal, tidak ada multikoleniaritas dan tidak terjadi heterokedastisitas. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + e_1$$

Dimana:

a = konstanta,

b_1, b_2, b_3, b_4 = nilai koefisien masing –masing variabel bebas

Y = Kinerja

X_1 = Kepimpinan

X_2 = *reward*

X_3 = *punishment*

X_4 = Kepemimpinan, *reward* dan *punishment*

e_1 = nilai kesalahan

Hipotesis penelitian disusun sebagai berikut.

H₁: kepemimpinan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

H₂: *reward* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

H₃: *punishment* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja..

H₄: kepemimpinan, *reward* dan *punishment* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian maka diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 3.06, yang sebaran kelasnya adalah 2.61-3.40, nilai jawaban tersebut berada pada kategori cukup baik (lihat Tabel 1). Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja bagi karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dinyatakan tinggi dengan nilai rata-rata tertinggi 3.13.

Tabel 1.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepemimpinan

No Pernyataan	Pilihan Jawaban					Skor Total	Jumlah Sampel	Rata- rata
	5	4	3	2	1			
1		3	34	3		120	40	3.00
2	1	5	32	2		125	40	3.13
3	1	5	32	2		125	40	3.13
4		3	31	6		117	40	2.93
5	1	4	32	3		123	40	3.08
6	2	4	30	4		124	40	3.10
7	1	2	34	3		121	40	3.03
Rata-rata								3.06

Sumber: hasil olah data

Kondisi ini menyatakan bahwa karyawan mampu menjalin kerja sama dengan baik, baik itu kerjasama dengan pimpinan maupun dengan rekan kerja, sehingga karyawan bisa mampu mengerjakan pekerjaan dengan baik dan dengan kinerja yang baik pula. Dan juga selain menjalin kerja sama dengan baik para pegawai juga memiliki tanggung jawab yang besar dalam pengambilan keputusan. dan nilai rata-rata terendah 2.93. Hal ini menunjukkan berarti bahwa karyawan memiliki kualitas kerja yang baik, dengan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan yang diperintahkan.

Berdasarkan Tabel 2, tanggapan responden terhadap variabel *reward* diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 3.93, yang sebaran kelasnya adalah 3.41-4.20 atau dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja bagi karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dinyatakan tinggi dengan nilai rata-rata tertinggi 4.05. Kondisi ini menandakan bahwa karyawan memahami dengan baik ruang lingkup kerja karyawan., dan nilai rata-rata terendah 3.85. Hal ini menunjukkan

berarti bahwa karyawan memiliki kemampuan dan prestasi kerja yang baik, sehingga pemimpin memberikan reward sesuai dengan pekerjaan yang diperintahkan.

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Reward*

No Pernyataan	Pilihan Jawaban					Skor Total	Jumlah Sampel	Rata-rata
	5	4	3	2	1			
1	1	33	6			155	40	3.88
2	1	32	7			154	40	3.85
3	1	36	3			158	40	3.95
4	1	32	7			154	40	3.85
5	1	35	4			157	40	3.93
6	1	34	5			156	40	3.90
7		38	2			162	40	4.05
8	1	32	7			154	40	3.85
9	1	36	3			158	40	3.95
10	1	34	5			156	40	3.90
11	1	32	7			154	40	3.85
12	1	32	8			157	40	3.93
13		36	4			160	40	4.00
14		34	6			164	40	4.10
15	1	32	7			154	40	3.85
16	1	32	7			154	40	3.85
17		38	2			162	40	4.05
18	1	33	6			161	40	4.03
Rata-rata								3.93

Sumber: hasil olah data

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 3.50, yang sebaran kelasnya adalah 3.41-4.20, nilai jawaban tersebut berada pada kategori baik, atau dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja bagi karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dinyatakan tinggi dengan nilai rata-rata tertinggi 4.02. Kondisi ini menandakan bahwa karyawan mampu memahami peraturan yang dibuat perusahaan dengan baik, baik itu peraturan dalam perusahaan atau diluar perusahaan, sehingga karyawan bisa mampu mengerjakan pekerjaan dengan baik dan dengan kinerja yang baik pula. Dan juga selain menjalin kerja sama dengan baik para pegawai juga memiliki tanggung jawab yang besar dalam pengambilan keputusan. dan nilai rata-rata terendah 3.28. Hal ini menunjukkan berarti bahwa karyawan dapat memperbaiki dan mendidik sikapnya ke arah lebih baik, baik itu terhadap pimpinan atau terhadap rekan kerja.

Tabel 3.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Punishment*

No Pernyataan	Pilihan Jawaban					Skor Total	Jumlah Sampel	Rata-rata
	5	4	3	2	1			
1	1	14	24	1		135	40	3.38
2		14	21	5		133	40	3.33
3	1	13	22	4		131	40	3.28
4		17	27	6		161	40	4.02
Rata-rata								3.50

Sumber: hasil olah data

Berdasarkan Tabel 4, tanggapan responden terhadap variabel kinerja diketahui bahwa rata-rata jawaban responden sebesar 4.89, yang sebaran kelasnya adalah 4.21-5.00, nilai jawaban tersebut berada pada kategori sangat baik, atau dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja

bagi karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung dinyatakan tinggi dengan nilai rata-rata tertinggi 5.80. Kondisi ini menandakan bahwa kinerja karyawan sangat baik, karyawan mampu mengerjakan pekerjaan dengan tepat waktu, efektif dan dengan kualitas kerja yang baik pula. Dan nilai rata-rata terendah 4.60. Hal ini menunjukkan berarti bahwa karyawan dapat mengerjakan pekerjaannya lebih cepat dari yang seharusnya

Tabel 4.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja

No Pernyataan	Pilihan Jawaban					Skor Total	Jumlah Sampel	Rata- rata
	5	4	3	2	1			
1	27	11	2			185	40	4.63
2	30	9	1			189	40	4.73
3	26	12	2			184	40	4.60
4	30	7	3			187	40	4.68
5	35	12	3			232	40	5.80
Rata-rata								4.89

Sumber: hasil olah data

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh informasi bahwa nilai signifikansi atau probabilitas adalah sebesar $0,690 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa nilai residual telah terdistribusi secara normal. Nilai Kolmogorov hitung ditunjukkan dengan nilai *Absolute* pada *Most Extreme Differences*. Misal pada *Unstandardized Residual*, kolmogorov hitung nilainya 0,113. *Asymptotic significance 2-tailed* merupakan pengujian nilai *probability* atau *p-value* untuk memastikan bahwa distribusi teramati tidak akan menyimpang secara signifikan dari distribusi yang diharapkan di kedua ujung *two-tailed distribution* (Yu, Zheng, Zhao & Zheng, 2008).

Tabel 5.
Hasil Uji Normalitas

N	Unstandardized Residual	
	40	
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.73097484
Most Extreme Diff. Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z	.713	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.690	

Sumber: hasil olah data

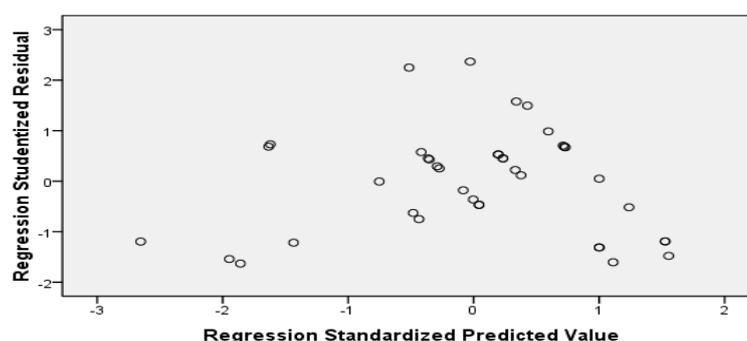
Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variabel independen dapat juga dilihat dari hasil uji multikolinieritas dalam Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dan VIF Kepemimpinan sebesar 0.426 dan 2.349, nilai *Tolerance* dan VIF *Reward* sebesar 0.865 dan 1.156, nilai *Tolerance* dan VIF *Punishment* sebesar 0.394 dan 2.538. Oleh karena ketiga variabel bebas memiliki nilai *tolerance* diatas 0.10 dan nilai VIF dibawah 10, maka ketiga variabel bebas tidak mengalami gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi sehingga dapat digunakan untuk memprediksi kinerja karyawan.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
konstanta		
kepemimpinan	.426	2.349
reward	.865	1.156
punishment	.394	2.538

Sumber: hasil olah data

Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas atau ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, pada penelitian ini dilakukan uji grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya yaitu sebagai berikut



Gambar 1
Scatter Plot untuk Uji Heterokedastisitas

Tampak pada grafik *Scarrteplot* di atas bahwa model penelitian ini tidak mempunyai gangguan heteroskedastisitas karena tidak ada pola tertentu pada grafik. Titik-titik pada grafik relatif menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

Hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan koefisien sebagai berikut:

Tabel 7.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta			
Konstanta	-2.759	2.397		-1.151	.257
Kepemimpinan	.322	.094	.347	3.418	.002
Reward	.228	.027	.606	8.512	.000
Punishment	.243	.087	.296	2.801	.008

Sumber: data diolah

Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan

Untuk menggambarkan keadaan kepemimpinan yang diterapkan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kinerja karyawan, dengan nilai koefisien regresi untuk variabel kepemimpinan adalah 0.322 dan signifikan $0,002 < 0,05$. ini berarti bahwa variabel kepemimpinan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja pegawai. Artinya jika kepemimpinan semakin baik, maka kinerja pegawai pun akan meningkat. Dan dilihat dari hasil kuesioner, diketahui bahwa

variabel Kepemimpinan berpengaruh terhadap Kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung, dengan nilai rata-rata 3,06 yang berarti cukup baik.

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item pernyataan “Pimpinan memberikan penghargaan bagi mereka yang menampilkan kinerja terbaik”. Hal ini berarti bahwa pemimpin memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap para bawahannya dengan memberikan *reward* bagi mereka yang menunjukkan performa yang terbaik, sehingga dalam instansi tersebut bisa terciptanya suasana yang baik dan nyaman.

Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada item pernyataan pernyataan “Atasan sangat memperhatikan kenyamanan saat bawahan bekerja”. Hal ini berarti bahwa pemimpin belum baik dalam memberikan kenyamanan. Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dengan membuat tata letak peralatan kantor, dan pemilihan warna terhadap dinding kantor akan menambah kenyamanan bekerja. Hasil ini mendukung kajian yang sudah dilakukan oleh Alvesson, M., & Einola, K. (2019).

Pengaruh *Reward* terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan persamaan Regresi Linier Berganda, menggambarkan keadaan *reward* yang diterapkan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kinerja karyawan, dengan nilai koefisien regresi untuk variabel *reward* adalah 0.288 dan signifikan $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel *reward* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan.

Artinya jika *reward* adalah bagian terpenting dalam kelangsungan kinerja karyawan, semakin besar *reward*nya semakin besar pula pengaruhnya dalam kinerja karyawan. Dan dilihat dari hasil kuesioner, diketahui bahwa variabel *reward* berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung, dengan nilai rata-rata 3,93 yang berarti baik. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item pernyataan “pimpinan memberikan penghargaan bagi mereka yang menampilkan kinerja terbaik”. Hal ini berarti bahwa pemimpin memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik terhadap para bawahannya dengan memberikan *reward* bagi mereka yang menunjukkan performa yang terbaik, sehingga dalam instansi tersebut bisa terciptanya suasana yang baik dan nyaman. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada item pernyataan, yaitu “perusahaan menambah honorarium diluar gaji apabila karyawan kerja lembur”, “apabila karyawan pensiun perusahaan sudah menyiapkan dana pension”, “fasilitas kerja yang diberikan perusahaan sangat mencukupi kebutuhan karyawan”, “perusahaan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk dipromosikan jabatannya ke jabatan yang lebih tinggi sesuai dengan kemampuan dan prestasi kerja”, “rasa percaya diri karyawan sangat mempengaruhi kebebasan dan otonomi kerja di perusahaan”, “lokasi penempatan kerja karyawan akan lebih baik apabila dekat dengan perusahaan”.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *reward* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel. Dalam konsep manajemen, *reward* merupakan salah satu alat untuk meningkatkan motivasi kinerja para karyawan (Brown, 2001). Metode ini bisa mengasosiasikan perbuatan dan kelakuan seseorang dengan perasaan bahagia, senang, dan biasanya akan membuat mereka melakukan suatu perbuatan yang baik secara berulang-ulang. *Reward* juga bertujuan agar seseorang menjadi semakin giat dalam usaha memperbaiki atau meningkatkan prestasi yang telah dicapainya. Perusahaan Telkom WITEL Bandung untuk mencapai tujuan perusahaan agar sesuai dengan yang diharapkan maka fungsi *reward* harus dilakukan sebelum terjadinya penyimpangan –penyimpangan sehingga lebih bersifat mencegah dibandingkan dengan tindakan –tindakan *reward* yang sesudah terjadinya penyimpangan. Oleh karena itu,

tujuan *reward* adalah menjaga hasil pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana, ketentuan – ketentuan dan instruksi yang telah ditetapkan benar – benar diimplementasikan, sebab *reward* yang baik akan tercipta tujuan *reward*. Ini menjelaskan bahwa penerapan kebijakan pemberian *reward* ini dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Pengaruh *Punishment* terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan persamaan Regresi Linier Berganda, menggambarkan keadaan *Punishment* yang diterapkan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kinerja karyawan, dengan nilai koefisien regresi untuk variabel *punishment* adalah 0.243 dan signifikan $0,000 < 0,05$, ini berarti bahwa variabel *punishment* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja karyawan.

Artinya jika pemberian *punishment* secara tepat kepada pegawai yang melakukan kesalahan maka akan meningkatkan kesadaran para pegawai untuk tidak mengulangi kesalahan yang dilakukan sehingga kinerja para pegawai akan semakin meningkat. Dan dilihat dari hasil kuesioner, diketahui bahwa variabel *punishment* berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung, dengan nilai rata-rata 3.50 yang berarti baik. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item pernyataan “Karyawan langsung mendapat hukuman dari perusahaan ketika terbukti melakukan kesalahan”.

Pengaruh Kepemimpinan, *Reward*, dan *Punishment* terhadap Kinerja Karyawan

Dalam penelitian ini, hasil uji F pada pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan kepemimpinan, *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung (63.998) lebih besar dari F tabel (2.61) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel kepemimpinan, *reward* dan *punishment* secara simultan memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan. Dan dilihat dari hasil kuesioner, diketahui bahwa variabel Kinerja dengan nilai rata-rata 4.89 yang berarti sangat baik.

Hasil penelitian ini dapat dipahami bahwa kepemimpinan merupakan salah satu faktor eksternal dalam organisasi yang eksistensinya sangat penting untuk menumbuhkan motivasi kerja dan kinerja karyawan. Kepemimpinan merupakan upaya-upaya yang dilakukan oleh seorang pemimpin untuk mempengaruhi perilaku orang lain khususnya pegawai dalam upaya untuk mencapai tujuan. Tindakan-tindakan yang dilakukan pemimpin bervariasi tergantung gaya kepemimpinan yang digunakan.

Tabel 8.
Hasil Uji Signifikansi Simultan dan Koefisien Determinasi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Regression</i>	111.136	3	37.045	63.998	.000 ^a
<i>Residual</i>	20.839	36	.579		
<i>Total</i>	131.975	39			
<i>R</i>	.918 ^a				
<i>R square</i>	.842				
<i>Adjusted R square</i>	.829				
<i>Std. error of the estimate</i>	.76082				

Sumber: Data yang diolah

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabilitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang ditunjukkan oleh nilai *adjusted R square* (*adj R²*) yaitu sebesar 0,829 artinya variabilitas variabel kepemimpinan, *reward*, dan *punishment*

menjelaskan kinerja karyawan (Y) sebesar 82,9%, sedangkan sisanya sebesar 17,1% dijelaskan oleh variabilitas variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada beberapa kondisi tertentu, penggunaan hukuman dapat lebih efektif untuk merubah perilaku pegawai, yaitu dengan mempertimbangkan: Waktu, Intensitas, Jadwal, Klarifikasi, dan Impersonalitas (tidak bersifat pribadi). Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan kepemimpinan, *reward* dan *punishment* terhadap kinerja karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Bandung.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel bebas (independen) yaitu kepemimpinan, *reward* dan *punishment* dalam penelitian ini mempunyai kontribusi terhadap kinerja karyawan. Hasil pengujian secara parsial pada uji t menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan yang mengindikasikan bahwa semakin baik *punishment* yang diterapkan oleh perusahaan maka akan mampu meningkatkan kinerja karyawan dalam bekerja. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa *reward* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, artinya bahwa semakin mampu perusahaan memberikan *reward* kepada karyawan maka karyawan dapat bekerja dengan baik sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan. Sementara *punishment* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, dan mengindikasikan bahwa semakin baik *punishment* yang diterapkan oleh perusahaan maka akan mampu meningkatkan kinerja karyawan dalam bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvesson, M., & Einola, K. (2019). Warning for excessive positivity: Authentic leadership and other traps in leadership studies. *The Leadership Quarterly*, 30 (4), 383–395.
- Antonakis, J., Bastardo, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 293–319.
- Brown, D. (2001). *Reward Strategies; From intent to impact*. London: CIPD.
- Fahmi, Irham. (2012). *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gottfredson, R. K., Wright, S. L., & Heaphy, E. D. (2020). A critique of the leader-member exchange construct: Back to square one. *The Leadership Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2020.101385> Advance online publication.
- Griffin, W Ricky. (2003). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga (Terjemah)
- Kurniawati, D. (2006). *Hubungan Persepsi Masyarakat Terhadap Pajak Dengan Pengambilan Keputusan Untuk Membayar Atau Menghindari Pajak*. Jakarta: Fakultas Psikologi UIN.
- Mariani, D., dkk. (2012). Pengaruh Kepemimpinan dan Pengawasan terhadap Kedisiplinan Kerja Karyawan pada PT. Perkebunan Nusantara V Kebun Inti Sei Galuh Kabupaten Kampar. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Nawawi, Ismail. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Dwi Pustaka.
- Neves, P., & Eisenberger, R. (2012). Management Communication and Employee Performance: The Contribution of Perceived Organizational Support. *Human Performance*, 25(5), 452–464. doi:10.1080/08959285.2012.721834

- Puwanethiren, P. (2011). Capital Structure and Financial Performance: Evidence From Selected Business Companies In Colombo Stock Exchange SriLanka. *Journal University of Jaffna*.
- Rivai, Veithzal & Basri. 2005. Peformance Appraisal: Sistem yang tepat untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Yu, H., Zheng, D., Zhao, B. Y & Zheng, W. (2008). Understanding User Behaviour in Large-Scale Video on Demand Systems. In L. Song (Ed.), *Innovation Together: Microsoft Research Asia Academic Research Collaboration*, p. 125-147. New York: Springer.

Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Bagian Umum Dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten

Abdul Fatah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Serang Raya

Koresponden: abfatah204@gmail.com

Abstract.

This research aims to determine the influence of Work Motivation and Career Development on Employee Performance in the general office and staffing secretariat of the DPRD Banten Province. This research was conducted by survey method with a quantitative approach. The population of this study amounted to 200 employees and sampled 133 employees calculated using slovin's formula. The research was conducted in the general and staffing office of the Secretariat of the DPRD of Banten Province from January 1 to 2019. The data was collected using questionnaires and analyzed with SPSS version 23. Based on the results of the study, it can be concluded that there is no influence of work motivation on employee performance, there can be an influence of career development on employee performance, and there can be a significant influence between Work Motivation and Career Development on Employee Performance.

Keywords: *Performance of staff; Motivation; career development.*

Cronicle of Article: Received (02,02,2021); Revised (20,02,2021); and Published (28,02, 2021).

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Fatah, A (2021) 'Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Bagian Umum Dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), pp. 176–189. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan aset penting dan berperan sebagai faktor penggerak utama dalam pelaksanaan seluruh aktivitas instansi. Sumber daya manusia dalam suatu instansi adalah sekumpulan orang yang bekerja pada organisasi dan mereka mempunyai karsa, cita dan rasa yang berbeda-beda. Sumber daya manusia masih menjadi sorotan dan tumpuan yang mendasar bagi organisasi untuk tetap dapat bertahan di era globalisasi. Pencapaian tujuan dipengaruhi oleh kinerja pegawai organisasi itu sendiri. Ketidak terpenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan, serta lingkungan kerja yang kurang baik dapat melemahkan motivasi kerja pegawai yang berdampak pada lemahnya kinerja pegawai.

Hal tersebut tertera dalam peraturan pemerintah PP Nomor 30 Tahun 2019 tentang penilaian kinerja pegawai negeri sipil (PKPNS). Untuk melaksanakan ketentuan yang terdapat dalam undang-undang nomor 5 tahun 2014 tentang aparatur sipil Negara yang selanjutnya disingkat Undang-undang ASN adalah untuk mewujudkan aparatur sipil Negara yang profesional, kompeten dan kompetitif sebagai bagian dari reformasi birokrasi.

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Penilaian kinerja mempunyai peranan penting dalam peningkatan motivasi ditempat kerja. Penilaian kinerja ini (performance appraisal) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, Di dalam dunia kerja hampir dapat dipastikan antara manusia yang satu dengan manusia lainnya saling menumbuhkan motivasi. Kinerja dalam organisasi merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Para atasan seringkali tidak memperhatikan hal ini, kecuali apabila kondisi kinerja sudah sangat amat buruk. Terlalu sering pemerintah lengah dalam hal ini, tanpa disadari ini menjadi penyebab prioritas terjadinya kelemahan di instansi pemerintahan.

Menurut Hasibuan (2005:73) kinerja pegawai dipengaruhi oleh pendidikan dan penelitian agar pegawai memahami *technical skill*, *human skill*, *conceptual skill* dan *managerial skill* supaya moral kerja dan prestasi kerja meningkat. Menurut H. Malayu S.P. Hasibuan (2011-219) bahwa Motivasi merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Menurut Andrew J. Dubrin (1982:197) dalam mangkunegara (2011:77) pengembangan karier adalah aktivitas kepegawaian yang membantu pegawai-pegawai merencanakan karier masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum. Berdasarkan uraian bukti-bukti penelitian terdahulu dan permasalahan pada latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "pengaruh Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai pada kantor bagian Umum dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten".

LITERATUR REVIUW

Istilah kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya.

Kinerja pegawai dalam organisasi mengarah kepada kemampuan pegawai dalam melaksanakan keseluruhan tugas- tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Faktor yang mempengaruhi kinerja menurut Keith Davis dalam Anwar Prabu Mangkunegara dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan (2011:67) adalah:

1. **Faktor kemampuan.** Kemampuan seseorang pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge + skill). Artinya jika pegawai memiliki IQ diatas rata-rata (IQ 110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka ia akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan.
2. **Faktor Motivasi.** Motivasi terbentuk dari sikap seseorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan kerja, sedangkan sikap adalah kondisi mental yang mendorong diri pegawai untuk berusaha mencapai prestasi kerja secara maksimal.

Menurut Abraham Sperling (mangkunegara 2011:93) bahwa Motivasi merupakan sebagai suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri (drive) dan diakhiri

dengan penyesuaian diri. Menurut William J. Stanton (dalam mangkunegara 2011:93), bahwa Motivasi adalah kebutuhan yang distimulasi yang berorientasi kepada tujuan individu dalam mencapai rasa puas.

Banyak teori motivasi yang dikembangkan oleh beberapa ahli, Dari teori motivasi yang ada, ada yang lebih menekankan pada apa dan bagaimana sebenarnya yang memotivasi tenaga kerja, yaitu teori motivasi isi dan ada yang memusatkan perhatiannya pada bagaimana proses motivasi berlangsung yaitu teori motivasi proses, berikut beberapa teori-teori yang di kemukakan para ahli: (1) teori Hirarki Kebutuhan Maslow; (2) teori dua factor dari Hezbreg; (3) teori Motivasi prestasi McClelland; dan (4) teori motivasi alderfer ERG

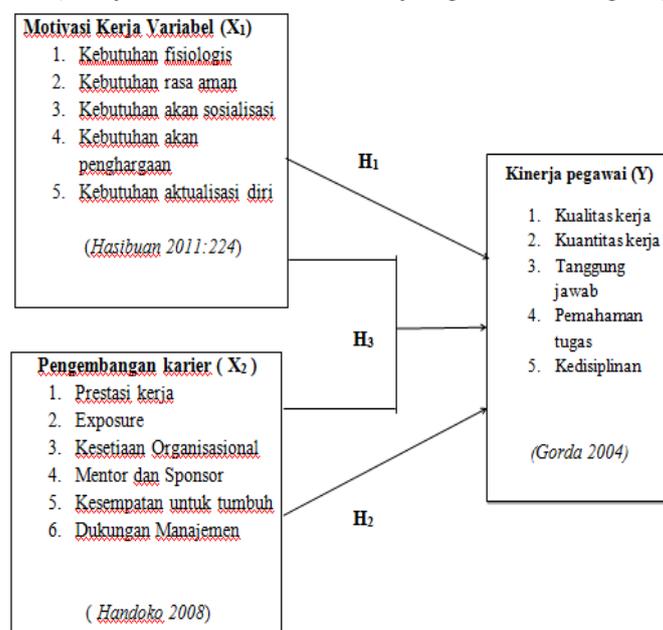
Dalam manajemen kinerja membahas bahwa motivasi dapat diperoleh melalui:

1. **Needs (Kebutuhan).** Kebutuhan menunjukkan adanya kekurangan fisiologis atau psikologis yang menimbulkan perilaku. Teori motivasi berdasarkan hierarki kebutuhan dikemukakan Abraham Maslow yang menyatakan bahwa, kebutuhan manusia manusia berjenjang dari physiological, safety, social, esteem, dan self- actualization. Teori kebutuhan Mc Clelland menunjukkan adanya tiga kebutuhan, yaitu the need for achivement (kebutuhan untuk berprestasi), the need for affiliation (kebutuhan akan afiliasi), dan the need for power (kebutuhan akan kekuasaan). (Wibowo, 2011: 392).
2. **Job Design (Desain Pekerjaan).** Job design adalah mengubah konten dan/atau proses pekerjaan spesifik untuk meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja. Metode yang digunakan yaitu job enlargement berkaitan dengan membuat lebih banyak variasi dalam pekerjaan dengan mengkombinasikan tugas terspesialisasi dengan tingkat kesulitan berimbang. Job rotation merupakan memindahkan pekerja dari satu pekerjaan spesialisasi ke lainnya. Job enrichment adalah membangun prestasi, rekognisi, menstimulasi pekerjaan, tanggungjawab dan kemajuan dalam pekerjaan.
3. **Satsfaction (kepuasan).** Respon yang bersifat mempengaruhi terhadap berbagai segi pekerjaan seseorang. Ada 5 model utama kepuasan kerja: need fulfillment (pemenuhan kebutuhan), discrepancies (ketidaksesuaian), value attainment (pencapaian nilai), equity (keadilan), dan dispositional/genetic components (komponen watak atau genetik).
4. **Equity (keadilan).** Equity theor adalah model motivasi yang menjelaskan bagaimana orang mengerjakan kejujuran dan keadilan dalam pertukaran sosial, atau hubungan memberi dan menerima.
5. **Expectation (Harapan).** Expectancy theory berpandangan bahwa orang berperilaku termotivasi dengan cara yang menghasilkan manfaat yang dihargai. Victor Vroom mengemukakan adanya tiga konsep kunci, yaitu expectancy, instrumentality, dan valence (dalam Wibowo,2011:399).
6. **Goal Setting (Penetapan Tujuan).** Menurut Locke (dalam Wibowo,2011:399), goal setting mempunyai empat mekanisme memotivasi, yaitu Goals direct attention, Goals regulate effort. Dead-line penyelesaian proyek memaksa kita menyelesaikannya. Goals increase persistence. Goals foster strategies and action plans.

Menurut Andraw J. Dubrin (1982:197) dalam mangkunegara (2011:77) pengembangan karier adalah aktivitas kepegawaian yang membantu pegawai-pegawai merencanakan karier masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum.

Tujuan pengembangan karier dikemukakan oleh Andraw J. Dubrin (Mangkunegara 2011:77) yaitu:

1. Membantu dalam pencapaian tujuan individu dan perusahaan
2. Pengembangan karier membantu pencapaian tujuan perusahaan dan tujuan individu. Seorang pegawai yang sukses dengan prestasi kerja sangat baik kemudian menduduki posisi jabatan yang lebih tinggi, hal ini berarti tujuan perusahaan dan tujuan individu tercapai.
3. Menunjukkan hubungan kesejahteraan pegawai Perusahaan merencanakan karier pegawai dengan meningkatkan kesejahteraannya agar pegawai lebih tinggi loyalitasnya.
4. Membantu pegawai menyadari kemampuan potensi mereka Pengembangan karier membantu menyadarkan pegawai akan kemampuannya untuk menduduki suatu jabatan tertentu sesuai dengan potensi dan keahliannya
5. Memperkuat hubungan antara pegawai dan perusahaan Pengembangan karier akan memperkuat hubungan dan sikap pegawai terhadap perusahaannya.
6. Membuktikan tanggung jawab sosial Pengembangan karier suatu cara menciptakan iklim kerja yang positif pegawai-pegawai menjadi lebih bermental sehat.
7. Membantu memperkuat pelaksanaan program-program perusahaan Pengembangan karier membantu program-program perusahaan lainnya agar tujuan perusahaan tercapai.
8. Mengurangi turnover dan biaya kepegawaian Pengembangan karier dapat menjadikan turnover rendah dan begitu pula biaya kepegawaian menjadi lebih efektif.
9. Mengurangi keusangan profesi dan manajerial Pengembangan karier dapat menghindarkan dari keusangan dan kebosanan profesi dan manajerial.
10. Menggiatkan analisis dari keseluruhan pegawai Perencanaan karier dimaksudkan mengintegrasikan perencanaan kerja dan kepegawaian.
11. Menggiatkan suatu pemikiran (pandangan) jarak waktu yang panjang Pengembangan karier berhubungan dengan jarak waktu yang panjang. Hal ini karena penempatan suatu posisi jabatan memerlukan persyaratan dan kualifikasi yang sesuai dengan porsinya.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

hipotesis

H1: Diduga motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada kantor bagian Umum dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten

H2: Diduga pengembangan karier berpengaruh terhadap kinerja pegawai Pada kantor bagian Umum dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten

H3: Diduga Motivasi kerja dan pengembangan karier berpengaruh secara bersama-sama terhadap kinerja pegawai pada kantor bagian Umum dan Kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dengan populasi 200 pegawai dan sampel yang di gunakan yaitu sampel claster random sebanyak 133pegawai di dapat dari rumus slovin yaitu :

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

$$n = \frac{200}{1+200(0,05)^2} = 133,3$$

dibukatkan menjadi 133

Menurut Ridwan (2011:24) “metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat di gunakan penelitian untuk mengumpulkan data”.

1. **Study Perpustakaan.** Teknik pengumpulan data ini di maksudkan untuk menginventarisir data – data sekunder yang relavan.
2. **Wawancara.** yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan beberapa karyawan dan para staff yang berkompeten berkaitan dengan aspek-aspek manajemen.
3. **Angket (kuesioner).** yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengujian validitas ini penulis menyebarkan kuesioner kapada 133 responden dengan 11 pernyataan untuk variabel Motivasi Kerja (X1), 9 pernyataan untuk variabel Pengembangan Kaarir (X2), dan 10 pernyataan untuk variabel Kinerja Pegawai (Y). Selanjutnya keputusan mahasiswa pada setiap butir/item pernyataan dapat dianggap valid dengan cara apabila perbandingan nilai r koefisien korelasi lebih besar dari r-tabel.

Tabel 1
Uji Validitas Variabel Motivasi Kerja (x1)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
M1a	0,559	0,170	Valid
M1b	0,524	0,170	Valid
M1c	0,406	0,170	Valid
M2a	0,340	0,170	Valid
M3a	0,574	0,170	Valid
M3b	0,515	0,170	Valid
M3c	0,299	0,170	Valid
M4a	0,530	0,170	Valid
M4b	0,343	0,170	Valid
M5a	0,420	0,170	Valid
M5b	0,555	0,170	Valid

Berdasarkan pada tabel di atas, untuk nilai rtabel sebesar 0,170 dimana angka tersebut diperoleh dari signifikan 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah sampel $133-2=131$ responden. Kemudian apabila hasil rhitung keseluruhan item instrumen lebih besar dari rtabel sebesar 0,170 maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan item adalah Valid.

Tabel 2
 Uji Validitas Variabel Pengembangan Karir (X2)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
PK1a	0,642	0,170	Valid
PK1b	0,522	0,170	Valid
PK2a	0,570	0,170	Valid
PK3a	0,455	0,170	Valid
PK4a	0,571	0,170	Valid
PK5a	0,466	0,170	Valid
PK5b	0,486	0,170	Valid
PK6a	0,520	0,170	Valid
PK6b	0,516	0,170	Valid

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan pada tabel di atas, untuk nilai rtabel sebesar 0,170 dimana angka tersebut diperoleh dari signifikan 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah sampel $133-2= 131$ responden. Kemudian apabila hasil rhitung keseluruhan item instrumen lebih besar dari rtabel sebesar 0,170 maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan item adalah Valid.

Tabel 3.
 Uji Validitas Variabel kinerja Pegawai (Y)

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Keterangan
K1a	0,642	0,170	Valid
K1b	0,554	0,170	Valid
K2a	0,489	0,170	Valid
K2b	0,394	0,170	Valid
K3a	0,492	0,170	Valid
K3b	0,398	0,170	Valid
K4a	0,454	0,170	Valid
K4b	0,467	0,170	Valid
K5a	0,459	0,170	Valid
K5b	0,483	0,170	Valid

Sumber : data primer yang telah diolah

Berdasarkan pada tabel di atas, untuk nilai rtabel sebesar 0,170 dimana angka tersebut diperoleh dari signifikan 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah sampel $133-2= 131$ responden. Kemudian apabila hasil rhitung keseluruhan item instrumen lebih besar dari rtabel sebesar 0,170 maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan item adalah Valid.

Uji Reliabilitas adalah pengujian ketepatan atau kekuatan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, selanjutnya untuk melakukan Uji Reliabilitas pada penelitian ini penulis menggunakan analisis statistik SPSS.

Tabel 4
 Reliabilitas Variabel Motivasi Kerja (X1)
 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	11

Tabel 5
 Uji Reliabilitas Variabel Pengembangan Karir (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	9

Tabel 6
 Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Pegawai (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.633	10

Tabel 7
 Nilai Alpha dengan Nilai Standar

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Kesimpulan
Motivasi Kerja (X1)	0,633	0,60	Reliabel
Pengembangan Karir (X2)	0,674	0,60	Reliabel
Kinerja Pegawai (Y)	0,633	0,60	Reliabel

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel Uji Reliabilitas di atas yang menggunakan metode cronbach's alpha untuk tingkat kekonsistenan variabel Motivasi Kerja (X1) didapat nilai cronbach's alpha sebesar 0,633, variabel Pengembangan Karir (X2) didapat nilai cronbach's alpha sebesar 0,674 dan variabel Kinerja Pegawai (Y) didapat nilai cronbach's alpha sebesar 0,633, hal ini berarti nilai cronbach's alpha dari semua variabel reliabel dengan perbandingan nilai standar sebesar 0,60.

Uji normalitas data dilakukan secara Kuat dengan menggunakan SPSS. Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 8.
 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		133
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74024783
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

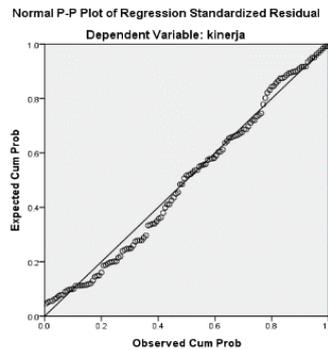
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

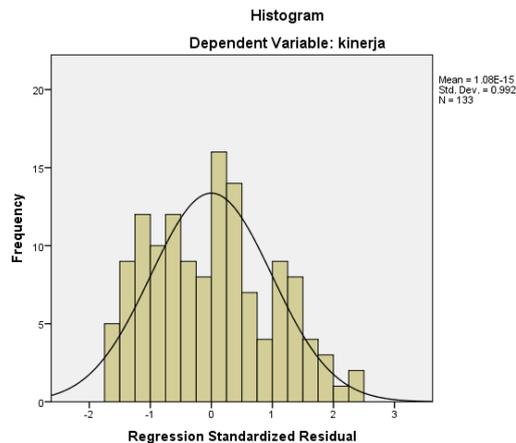
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai Kolmogorov Smirnov Test adalah 0,069 dan nilai Asymp. Sig. 2-tailed pada 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikan 0,05, berarti data residual berdistribusi normal.

Sedangkan untuk Uji Normalitas Data dengan menggunakan P-P Plot dan Histogram adalah sebagai berikut:



Sumber : hasil pengolahan data SPSS
Gambar 2 Uji Normalitas Data

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa beberapa titik penyebaran tidak jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal.



Sumber : hasil pengolahan data SPSS
Gambar 3 Uji Normalitas Data

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa gambar diatas sebagian besar tampak mengikuti kurva normal, sehingga dikatakan bahwa sebaran data tersebut berdistribusi normal.

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel bebas (independent). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 9.
 Uji Multikolonieritas

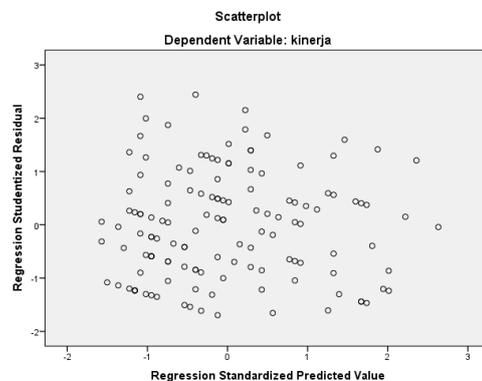
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model								
1	(Constant)	23.999	3.776		6.356	.000		
	Motivasi X1	-.087	.098	-.072	-.885	.378	.958	1.044
	Pengembangan karir X2	.432	.083	.424	5.209	.000	.958	1.044

a. Dependent Variable: kinerja Y

sumber : hasil pengolahan data SPSS

Dari tabel di atas terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai tolerance $0,958 > 0,10$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) $1,044 < 10,00$. Sehingga dari hal-hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

Dalam pengujian uji heterokedastisitas adalah dengan uji gleser adalah sebagai berikut :



Sumber : hasil pengolahan data SPSS
 Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar Kuat di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heterosdestisitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara korelasi pengganggu pada priode t dengan kesalahan pada priode t-1 (sebelumnya). Metode yang dapat digunnakan untuk mengukur autokorelasi adalah metode yang dapat digunakan untuk mengukur autokorelasi adalah metode yang dikemukakan oleh Dubrin-watson, dengan ketentuan sebagai:

- a. Angka D – W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- b. Angka D – W di antara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Angka D – W di atas =2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 10
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.416a	.173	.160	2.76125	1.356

a. Predictors: (Constant), pengembangan karir, motivasi

b. Dependent Variable: kinerja

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson adalah 1,356 dengan demikian angka D-W -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi diantara data pengamatan.

Analisis regresi adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan analisis regresi menggunakan SPSS. Adapun model kelayakan regresi linier didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

1. Prediktor yang digunakan sebagai variabel bebas harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka standar Error Of Estimate < Standar Deviation.
2. Data harus berdistribusi normal.

Tabel 11
Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.999	3.776		6.356	.000
	Motivasi Kerja X1	-.087	.098	-.072	-.885	.378
	Pengembangan Karir X2	.432	.083	.424	5.209	.000

a. Dependent Variable: kinerja Y

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 23,999 + -0,087(X_1) + 0,432(X_2) + e$$

Dimana :

- Y : Variabel Kinerja Pegawai
 α : Konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien Regresi
 X_1 : Variabel Motivasi Kerja
 X_2 : Variabel Kinerja Pegawai
 e : epsilon (variabel yang tidak diteliti)

Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Kofisien konstanta bernilai positif menyatakan bahwa dengan mengasumsikan ketiadaan seluruh variabel independent, maka Kinerja Pegawai (Y) cenderung mengalami peningkatan sebesar nilai konstanta 23,999.

- b. Koefisien regresi Motivasi Kerja (X1) bernilai positif menyatakan bahwa dengan mengasumsikan ketiadaan variabel independent lainnya maka Motivasi Kerja (X1) mengalami kenaikan sebesar -0,087 terhadap Kinerja Pegawai(Y).
- c. Koefisien regresi variabel Pengembangan Karir (X2) bernilai positif menyatakan bahwa dengan mengasumsikan ketiadaan variabel independent lainnya maka Pengembangan Karir (X2) mengalami kenaikan sebesar 0,432 terhadap Kinerja Pegawai (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 12
Uji Hipotesis Secara Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.999	3.776		6.356	.000
	Motivasi Kerja X1	-.087	.098	-.072	-.885	.378
	Pengembangan Karir X2	.432	.083	.424	5.209	.000

a. Dependent Variable: kinerja Y

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai thitung sebesar -0,885, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan menggunakan batas signifikansi 5% dan hasil perhitungan yang didapat adalah $dk\ n-2\ (133-2=131)$ maka didapat ttabel sebesar 1,978. Dengan nilai $t\text{-hitung}\ -0,885 < t\text{-tabel}\ 1,978$ dengan nilai signifikan $0,378 > 0,05$. Didapat $t\text{-hitung}$ lebih kecil dari ttabel sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor Motivasi Kerja (X1) terhadap Kinerja Pegawai (Y).

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai thitung sebesar 5,209 , selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan menggunakan batas signifikansi 5% dan hasil perhitungan yang didapat adalah $dk\ n-2\ (133-2=131)$ maka didapat t-tabel sebesar 1,978. Dengan nilai $t\text{-hitung}\ 5,209 > t\text{-tabel}\ 1,978$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Didapat $t\text{-hitung}$ lebih besar dari t-tabel sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor Pengembangan Karir (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan.
- b. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Tabel 13
Uji Hipotesis Secara Simultan F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207.118	2	103.559	13.582	.000b
	Residual	991.182	130	7.624		
	Total	1198.301	132			

a. Dependent Variable: Kinerja Y

b. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir X2, Motivasi Kerja X1

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil tabel diatas didapatkan nilai Fhitung sebesar 13,582, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel dengan tingkat signifikan 5%, jumlah sampel N=133 dan df pembilang (K-2) atau (N-K) atau (133-2=131). Maka didapatkan nilai F-tabel sebesar 3,07. Dengan nilai F-hitung 13,582 > F-tabel 3,07 dengan nilai signifikan 0,000<0,05. Didapat F-hitung lebih besar dari F-tabel sehingga H0 diterima dan Ha ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor Motivasi Kerja (X1) dan Pengembangan Karir (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y).

Untuk mengetahui tingkat hubungan variabel independent yaitu faktor Motivasi Kerja (X1) dan Pengembangan Karir (X2) secara bersamaan dengan variabel dependent yaitu terhadap Kinerja Pegawai (Y), dapat dilihat dari tabel output sebagai berikut:

Tabel 14
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.416a	.173	.160	2.76125

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir X2, Motivasi Kerja X1

Sumber : hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas didapatkan nilai koefisien korelasi antara faktor Motivasi Kerja (X1) dan Pengembangan Karir (X2) dengan Kinerja Pegawai (Y) secara bersamaan R Square sebesar 0,173 (17,3%). Untuk mengetahui besarnya hubungan faktor Motivasi Kerja (X1) dan Pengembangan Karir (X2) dengan Kinerja Pegawai (Y) secara bersamaan yang digunakan dalam persentase dapat diketahui melalui koefisien determinasi. Selanjutnya digunakan perhitungan koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,4162 \times 100\% \\ &= 17,3\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas maka dapat diperoleh keterangan bahwa kontribusi hubungan antara faktor Motivasi Kerja (X1) dan pengembangan Karir (X2) dengan Kinerja Pegawai (Y) sebesar 17,3% dan 82,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Motivasi Kerja (X1) tidak berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja pegawai karena walaupun adanya motivasi tapi belum tentu bisa mendukung kinerja pegawai lebih baik, kinerja pegawai baik mungkin karna ada tuntutan dari perusahaan. Hasil penelitian lain yang didukung oleh peneliti ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Daniel Surjosuseno (2015) hasil penelitian menunjukan bahwa Motivasi kerja tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dari

variabel Pengaruh Motivasi kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada bagian produksi UD Pabrik Ada Plastic.

Pengaruh pengembangan karir (X2) Terhadap Kinerja Pegawai (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. Artinya pengembangan karir mempengaruhi secara langsung kinerja pegawai, dengan adanya pengembangan karir yang sesuai dengan kinerja pegawai, maka akan diikuti meningkatnya kinerja pegawai.

Pengaruh Motivasi Kerja (X1) dan Pengembangan Karir (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y)

Motivasi dan Pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. Artinya motivasi dan pengembangan karir secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi kinerja pegawai kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, tentang Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai pada kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi Kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Pegawai pada kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. Artinya motivasi tidak mempengaruhi secara langsung kinerja pegawai
2. Pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Pegawai pada kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten.
3. Motivasi dan Pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada kantor bagian umum dan kepegawaian Sekretariat DPRD Provinsi Banten. Artinya motivasi dan pengembangan karir secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi kinerja pegawai.

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan hasil penelitian ini , maka Sekretariat DPRD Provisini Banten. Harus lebih memperhatikan pegawainya dan memberikan motivasi kepada pegawai agar kinerjanya lebih meningkat dan memberikan pelatihan kepada pegawai agar bisa meningkatkan karir yang sesuai dengan kinerja pegawai.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lain, baik mengganti atau menambahkan
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengkaji Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai untuk skala yang lebih besar dan sample maupun jenis perusahaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Bhakti Anggara, Sri Wahyu Lelly H.S. , M. Syaharudin. (2016) Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan pada Best Finance Indonesia Kabupaten Jember.
- Ari Kunto, Suharsimi. (2016) . Manajemen Penelitian . Jakarta . PT Rineka Cipta.
- Daniel Surjosuseno. (2012) Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Bagian Produksi UD PABRIK ADA PLASTIC. Vol.2.No:1, 2012.

- Enggar Rayi Pradiningrum, Hesti Lestari, Slamet Santoso. Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Pegawai terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat DPRD Kota Semarang.
- Frans Hendrik Kalesaran, Silvy L. Mandey, Peggy A. Mekel. Pengaruh Motivasi Penempatan Kerja dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Lingkungan Hidup Provinsi Utara. Vol.2 No.4, 2014.
- Ghozali, Imam. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8 . Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam . 2018 . Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 9 . Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hujaimatul Fauziah. Pengaruh Insentif dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada kantor DINAS BINA MARGA BALAI BESAR Pelaksanaan jalan Nasional III Satker Pelaksanaan Jalan Nasional Wilayah 1 Bandar Lampung. Vol. 2 No:1, 2012.
- Hasibuan, Malayu S. P. 2011. Manajemen Dasar Pengertian dan Masalah. Jakarta: PT. Bumi Aksari
- Lamsiska, Rosalina. Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada Verena Multi Finance TBK Cabang Pekanbaru. Vol. 3. No 2, 2016.
- Mangkunegara, Anwar Prabu . 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, Anwar Prabu . 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Meliana Marta, Titin Ruliana, Elfreda A Lau. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Pegawai pada kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) KABUPATEN KUTAI BARAT.
- Ni Made Candra Megita Atma Negara. Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Kinerja Pegawai PT. POS INDONESIA (persero) Kabupaten Jember tahun 2014. Vol 4 No 1, 2014.
- Ni Luh Putu Ariesta Angga Dewi, I Wayan Mudiarta Utama. *Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Kinerja Kaya Melalui Mediasi Motivasi Kerja pada Karya Mas ART GALERY*. Vol. 5, No.9, 2016.
- Sofyan, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan Pegawai Bank Perkreditan Rakyat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(3), 194-204. doi:10.32503/jmk.v4i3.586.
- Sugiyono . 2017 . Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Bandung Alfabeta.



EMBISS

JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL

<https://embiss.com/index.php/embiss/index>

INDEXED IN



Directory of
Research Journal
Indexing



DIRECTORY
OF OPEN ACCESS
SCHOLARLY
RESOURCES

