

ISSN : 2580-3220
E-ISSN : 2580-4588

Jurnal MANDIRITM

ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

Vol. 3, No. 1, Juni 2019



J. Mandiri.

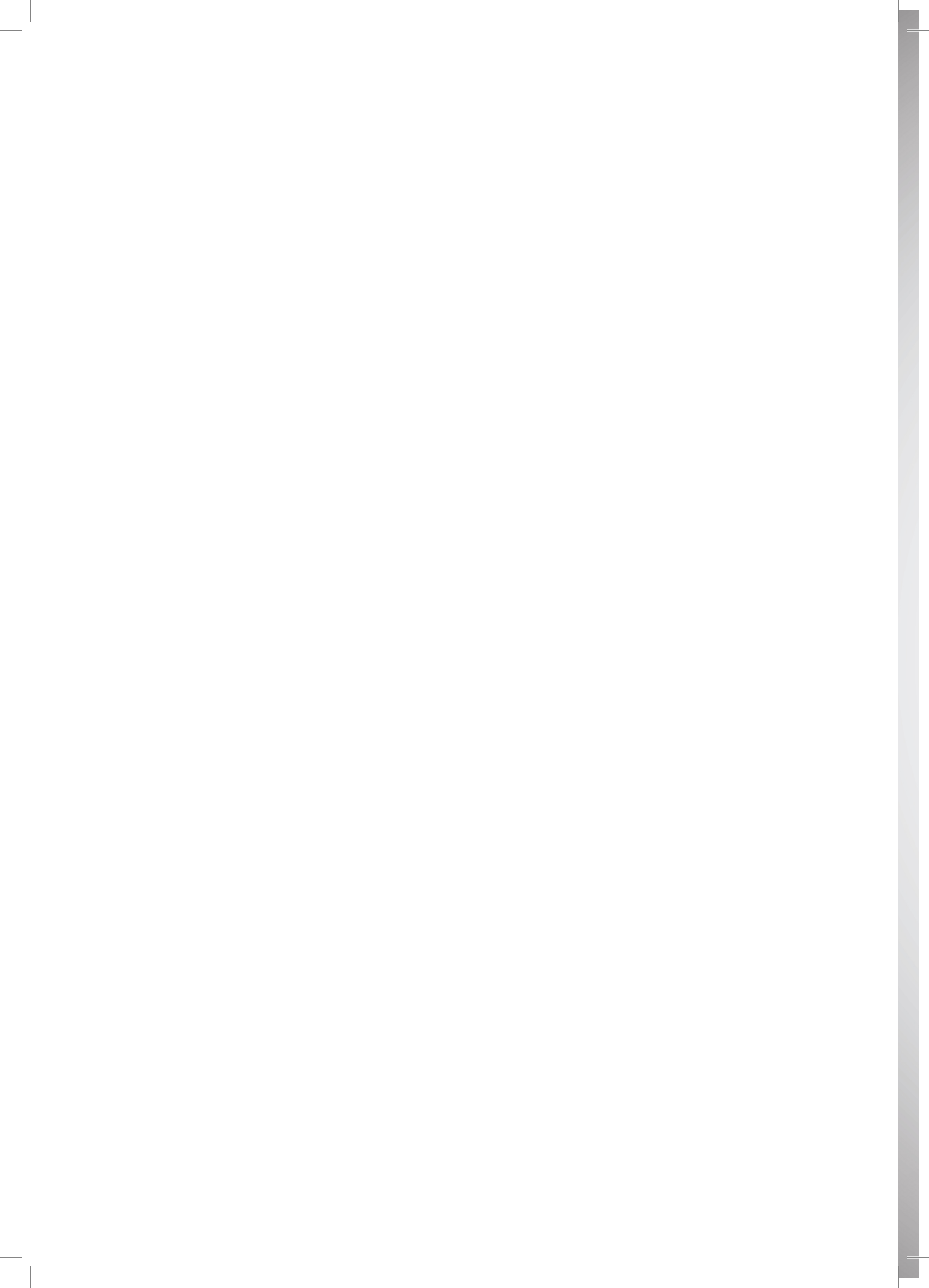
Vol. 3

No.1

Hal. 1 - 169

Tangerang Selatan,
Juni 2019

ISSN : 2580-3220
E-ISSN : 2580-4588



Pengantar Redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkah, rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, dapat terbit kembali. Edisi Kelima, Vol. 3, No. 1, Juni 2019 ini, tentu sangat membanggakan bagi kami selaku pengelola.

Alhamdulillah, berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Nomor 14/E/Kpt/2019 tentang Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode III Tahun 2019 per tanggal 10 Mei 2019, *JURNAL MANDIRI* sudah terakreditasi pada Akreditasi Jurnal Nasional (Arjuna) Kemenristekdikti RI dengan Peringkat 6. Sehingga mulai Edisi Juni 2019 ini, *JURNAL MANDIRI* terbit sesuai dengan format yang telah ditentukan berdasarkan Pedoman Arjuna.

Adapun cakupan dalam *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, ini adalah merupakan ide-ide atau gagasan maupun hasil kajian dan karya ilmiah baik yang berasal dari penelitian dan pengabdian pada masyarakat dengan tujuan untuk kemajuan ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi. Selain itu keberadaan Jurnal ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peningkatan kompetensi dosen dan juga sebagai alternatif bagi masyarakat umum dalam mempublikasikan hasil-hasil karyanya.

Kami menyadari, pada penerbitan ketiga ini juga masih banyak kekurangan. Untuk itu kami menerima masukan baik kritik maupun saran guna perbaikan pada edisi berikutnya. Kritik dan saran dikirim ke alamat atau email *JURNAL MANDIRI*.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk dapat mengisi Jurnal ini.

Terima kasih dan selamat membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588

Vol. 3, No. 1, Juni 2019

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember.

Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi.

Chief Editor

Drs. Syamruddin, M.M (ID Scholar: nrNbvKAAAAJ), Universitas Pamulang

Editors

Iman Lubis, S.E., M.S.M (ID Scholar: s0SsY-MAAAAJ), Universitas Pamulang
Ivan Putranto, S.Pd., M.Pd (ID Scholar: JNChT_QAAAAJ), Universitas Pamulang
Ahmad Nazir, S.Sos., M.Si (ID Scholar: idnCqCWAAAAJ), Universitas Pamulang
Kusworo, S.Pd., M.Pd (ID Scholar: yJmihNAAAAJ), Universitas Pamulang
Ahmad Yani Nasution, Lc., M.Sy (ID Scholar: JgOOzEUAAAAJ), Universitas Pamulang
Gunartin, S.E., M.M (ID Scholar: 4kVcOgoAAAAJ), Universitas Pamulang

Reviewers

Dr. Ir. Umi Rusilowati, M.M (ID Scopus: 57191376785) - (ID Scholar: bO6hVdUAAAAJ), Universitas Pamulang
Dr. Zulkarnaen, M.Si, Universitas Tanjungpura, Pontianak
Dr. Syahril Yoserizal, S.E., M.M (ID Scopus: 57191379178), STIE Pengembangan Bisnis Management, Jakarta
Ali Zaenal Abidin, S.T., M.M (ID Scopus: 57203998345), Universitas Pamulang
Dr. Ruknan, S.Sos., M.M., M.Pd (ID Scholar: 0RI7QH4AAAAJ), Universitas Pamulang
Dr. Solehuddin Harahap, S.Hi., M.Sy (ID Scholar: 5gkijyEAAAA), STAIN Mandailing Natal
Dr. Khayatun Nufus, M.Si (ID Scholar: To24T5oAAAAJ), Universitas Pamulang
Dr. Juhaeri, S.Kom., M.M (ID Scholar: abr-6FQAAAAJ), Universitas Pamulang
Dr. Sawaluddin, M.Pd.I (ID Scholar: Ce24z3oAAAAJ), STAI Rokan Hilir, Riau
Moh. Khoiri, S.Pd., M.Pd (ID Scholar: nmWrAPYAAAAJ), Universitas Pamulang
Dameis Surya Anggara, S.Pd., M.Pd (ID Scholar: FtqqdOAAAAAJ), Universitas Pamulang

Secretary Editor

Citra Eliyani, S.Pd., M.Pd (ID Scholar: Y4Qe8JYAAAAJ), Universitas Pamulang

Information Technology

Achmad Nur Sholeh, S.Kom., M.Kom

Layout

Kuntoro

Alamat Penyunting dan Tata Usaha

JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, dengan alamat Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM),

Jl. Pamulang Permai Blok D2 No. 25, Pamulang Barat, Tangerang Selatan 15418,

Website : www.jurnalmandiri.com,

E-mail : redaksij.mandiri@gmail.com,

jurnalmandiri@gmail.com

Telp. 021-29204534, Faks. 29050024

JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM), sejak Juni 2017.

Terbit berkala setiap enam bulan sekali (dua kali setahun).

Penanggung jawab adalah Direktur LKD-PM.

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

ANALISA PERBANDINGAN TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DAN DENGAN MENGGUNAKAN KARTU KREDIT (STUDI KASUS PADA BANK BUMN PERIODE 2010-2015) <i>oleh Akhmad Akbar</i>	1
ANALISIS RASIO ROA DAN ROE DALAM MENILAI TINGKAT KESEHATAN PADA PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK TAHUN 2012 – 2017 <i>oleh Sutiman</i>	20
PENGARUH TUNJANGAN KINERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP MOTIVASI KERJA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DIREKTORAT JENDERAL PENGELOLAAN HUTAN PRODUKSI LESTARI KEMENTERIAN LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN <i>oleh Santi Octavianti</i>	37
ANALISIS PENERAPAN KEBIJAKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE PADA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK <i>oleh Lodang Prananta Widya Sasana</i>	50
ANALISIS SIKAP MULTIATRIBUT FISHBEIN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DAN OPPO (STUDI KASUS MAHASISWA S1 UNPAM KELAS REGULER B) <i>oleh Suworo</i>	67
PENGARUH PENDEKATAN PEMBELAJARAN DAN MINAT BELAJAR SISWA TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA DI SMK NEGERI KABUPATEN TANGERANG <i>oleh Indra Wadi</i>	82
ANALISIS KONSEP ETIKA BISNIS TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL SELASA PANAM KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM <i>oleh Nurhadi & Soleh Wati</i>	99
ANALISIS DAN PENGUJIAN KERENTANAN SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN <i>oleh Achmad Nur Sholeh & Muhammad Subagja Sastra Wardaya</i>	116

DAFTAR ISI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MODEL BISNIS PLATFORM OJEK ONLINE <i>oleh Nefo Indra Nizar</i>	132
PENGARUH PELATIHAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT SURYA MUSTIKA NUSANTARA <i>oleh Ahmad Nazir</i>	150

The background of the page is a grayscale illustration of a musical staff that is curved into a semi-circle. The staff contains various musical notes, including quarter notes, eighth notes, and beamed notes, all rendered in black. The notes are arranged in a way that suggests a melodic line. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on geometric and musical elements.

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

**ANALISA PERBANDINGAN TRANSAKSI DENGAN MENGGUNAKAN
UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DAN DENGAN MENGGUNAKAN KARTU KREDIT
(STUDI KASUS PADA BANK BUMN PERIODE 2010-2015)**

Akhmad Akbar

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
akbarahmad@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi juga menciptakan kemajuan di bidang perekonomian khususnya sistem pembayaran yang akhirnya memunculkan inovasi dalam bidang instrumen pembayaran berupa uang elektronik (e-money) dan kartu kredit. Uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Kartu kredit adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi dan transaksi, adapun permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini antara lain: yaitu tentang analisa perbandingan jumlah transaksi dengan menggunakan uang elektronik (e-money) dan menggunakan kartu kredit studi kasus bank BUMN (periode 2010 sampai dengan 2015). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder dan primer. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode studi pustaka, metode yang digunakan penelitian komparatif yaitu penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa ke dua kartu E-money dan kartu kredit memiliki perbedaan di segi jumlah transaksi dan Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa ke dua kartu E-money dan kartu kredit memiliki perbedaan di segi jumlah volume penggunaanya.

Kata Kunci : E-Money, Kartu Kredit, Kartu Beredar, Value, Transaksi, Perbandingan

Abstract

The rapid development of information technology and also make progress in the field of the economy, especially the payment system that ultimately led to innovations in the field of payment instruments such as electronic money (e-money) and credit cards. Electronic money is a payment instrument issued on the basis of the value of money paid in advance by the holder to the issuer. Credit card is a payment instrument to use a card that can be used to make payments on the obligations arising from an economic activity and transactions, as for the issues to be examined in this study include: that of a comparative analysis of the number of transactions using electronic money (e-money) and use a credit card bank Soes case study period (2010 to 2015). This research use quantitative research methods, namely the systematic scientific study of the parts and phenomena and

relationships. The data used in this research is secondary and primary data. Data were collected using literature study, comparative research method used is research that compares two or more symptoms. The analysis showed that the 5% significance level was concluded that the two cards E-money and credit cards have differences in terms of number of transactions and so with a significance level of 5% was concluded that the two cards E-money and credit cards have differences in terms of the number of volume use.

Keywords : E-Money, Credit Card, Cards in Circulation, Value, Transactions, Comparative

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada awalnya sistem pembayaran pertama kali menggunakan sistem barter yaitu pertukaran suatu barang/komoditi dengan komoditi lain secara langsung sesuai dengan kebutuhan yang bersangkutan. Tetapi sistem ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan seperti tidak efisien dan tidak adanya kesepakatan standar mengenai nilai suatu barang. Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan tersebut dan semakin berkembangnya perekonomian maka diperlukanlah suatu benda (yang disebut uang) yang dapat digunakan sebagai alat tukar tetapi mempunyai nilai tetap dan dapat diterima masyarakat luas. (Burhanuddin Abdullah, 2006: 09).

Uang merupakan alat yang akhirnya menjadi alat tukar mempunyai sejarah yang panjang. Bentuk uang pada awalnya merupakan suatu barang yang dapat disukai banyak orang dan jumlahnya pun terbatas. Perkembangan selanjutnya adalah logam dijadikan sebagai uang dalam bentuk, ukuran, dan berat yang berbeda-beda yang disebut juga sebagai uang logam (*metallic money*). Terbatasnya jumlah logam yang dapat digunakan untuk membuat uang, maka muncullah pemikiran untuk menciptakan uang dari bahan kertas. Terciptanya uang kertas tidak langsung melenyapkan uang logam, melainkan uang kertas dan uang logam berdampingan dalam sistem pembayaran. (Siti Hidayati, 2006 :01)

Sejalan dengan perkembangan perekonomian dari waktu ke waktu, bentuk uang semakin bervariasi. Uang kertas dan uang logam yang juga disebut sebagai uang kartal kemudian dilengkapi dengan uang giral dalam bentuk cek dan giro. Uang kartal dan uang giral dapat juga disebut sebagai uang tunai, yaitu dapat lang-

sung digunakan sebagaimana fungsi uang. (Siti Hidayati, 2006 :08)

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi juga menciptakan kemajuan di bidang perekonomian khususnya sistem pembayaran. Semakin meluasnya penggunaan internet menuntut keseluruhan sistem agar dapat bekerja secara efektif dan praktis yang akhirnya memunculkan inovasi dalam bidang instrumen pembayaran yang diciptakan untuk menggantikan alat pembayaran berupa uang tunai. Berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 yang diubah menjadi Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004, mengamatkan bahwa salah satu tujuan Bank Indonesia adalah mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Untuk mencapai tujuan tersebut Bank Indonesia didukung oleh tiga pilar yang merupakan tiga bidang tugasnya salah satunya mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran. Dengan demikian, Bank Indonesia memang memiliki tanggung jawab agar masyarakat luas dapat memperoleh jasa sistem pembayaran yang efisien, cepat, tepat, dan aman. (Arifin Susanto, 2009:127)

Aktivitas masyarakat pada umumnya dan pebisnis khususnya menuntut adanya efektif kerja dan efisiensi waktu dari setiap transaksi yang dilakukannya. Hal inilah yang mendorong fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh banyak instansi terkait dengan transaksi tersebut. Di samping memberikan berbagai kemudahan dalam bertransaksi, penggunaan alat pembayaran nontunai secara luas diduga memiliki implikasi pada berkurangnya permintaan terhadap uang yang diterbitkan bank sentral, yaitu *base money*, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pelaksanaan tugas bank sentral dalam melaksanakan kebijakan moneter, khususnya dalam pe-

ngendalian besaran moneter (Costa dan Grauwe, 2001).

Perkembangan transaksi pembayaran menuju *cash-less society* merupakan arah perubahan yang tidak dapat dihindari. Dengan keuntungan yang diperoleh negara melalui penghematan biaya transaksi, diharapkan adanya kecenderungan arah perubahan transaksi tunai menuju transaksi non tunai. Kartu kredit, kartu debit, dan kartu ATM adalah bentuk kartu pembayaran elektronik yang memfasilitasi pembayaran non tunai dan mempermudah masyarakat menyelesaikan proses transaksi. Perkembangan jumlah dan nilai transaksi non tunai tercatat pada laporan bank dan lembaga penyelenggara selain bank. Sementara itu, nilai transaksi tunai yang aktual terjadi sulit diukur.

Berkembangnya alat pembayaran menggunakan kartu akan mengurangi transaksi tunai (*cash transaction*) dan diharapkan menciptakan efisiensi, mengingat pengelolaan uang tunai sangat mahal dan bagi bank sentral itu adalah biaya terbesar kedua setelah biaya sumber daya manusia (SDM). Sedangkan bagi masyarakat, transaksi non tunai (*non cash transaction*) akan lebih mudah, cepat, praktis, dan mengurangi risiko kejahatan. (Nirmala, 2011)

Kecenderungan pembayaran non tunai dalam hal ini pemakaian alat pembayaran kartu kredit dan uang elektronik (*e-money*), dari tahun ke tahun semakin mengalami kenaikan. Hal itu merupakan isu menarik yang akan penulis angkat sebagai topik dalam penelitian ini, yaitu tentang analisa perbandingan jumlah transaksi dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) dan menggunakan kartu kredit studi kasus bank BUMN (periode 2010 sampai dengan 2015).

Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan uang elektronik (*e-money*) dalam transaksi untuk periode tertentu.
2. Bagaimana penggunaan kartu kredit untuk selama periode tertentu.

3. Bagaimana perbandingan penggunaan transaksi dan volume uang elektronik (*e-money*) dengan kartu kredit.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Bank Indonesia yang beralamat Jl. MH Thamrin No 2, Jakarta 10350. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif, Penelitian kuantitatif menurut wikipedia (2011) adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Menurut Silalahi Ulber (2005) penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih. Penelitian komparatif dapat berupa komparatif deskriptif (*descriptive comparative*) maupun komparatif korelasional (*correlation comparative*). Komparatif deskriptif membandingkan variabel yang sama untuk sampel yang berbeda. Selanjutnya menurut Hasan (2002: 126-127) analisis komparasi atau perbandingan adalah prosedur statistik guna menguji perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Uji ini bergantung pada jenis data (nominal, ordinal, interval/rasio) dan kelompok sampel yang diuji. Komparasi antara dua sampel yang saling 58 lepas (independen) yaitu sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas dimana anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti ingin membandingkan kualitas layanan perbandingan jumlah transaksi kartu kredit dengan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia (periode 2010 sampai dengan 2015) melakukan studi komparasi. Nana Syaedih Sukmadinata (2008:56) mengatakan bahwa penelitian komparatif diarahkan untuk

mengetahui apakah antara dua atau lebih dari dua kelompok ada perbedaan dalam aspek atau variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini tidak ada pengontrolan variabel, maupun manipulasi atau perlakuan dari peneliti. Penelitian dilakukan secara alamiah, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen yang bersifat mengukur. Hasilnya dianalisis secara statistik untuk mencari perbedaan diantar variabel-variabel yang diteliti.

Tinjauan Teori

1. Pengertian manajemen

Follet yang dikutip oleh Wijayanti (2008: 1) mengartikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Menurut Stoner yang dikutip oleh Wijayanti (2008: 1) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Gulick dalam Wijayanti (2008: 1) mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.

Schein (2008: 2) memberi definisi manajemen sebagai profesi. Menurutnya manajemen merupakan suatu profesi yang dituntut untuk bekerja secara profesional, karakteristiknya adalah para profesional membuat keputusan berdasarkan prinsip-prinsip umum, para profesional mendapatkan status mereka karena mereka mencapai standar prestasi kerja tertentu, dan para profesional harus ditentukan suatu kode etik yang kuat.

Terry (2005: 1) memberi pengertian manajemen yaitu suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan, menetapkan cara ba-

gaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

2. Manajemen keuangan

Menurut Darsono prawironegoro (2006:1) manajemen keuangan ialah aktivitas pemilik dan manajemen perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurah-murahnya dan menggunakan seefektif, efisien dan seproduktif mungkin untuk menghasilkan laba.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2009:1.1) manajemen keuangan menjelaskan tentang apa yang dibicarakan dalam manajemen keuangan atau ruang lingkup manajemen keuangan.

Menurut Nendi Juhandi (2007:2) manajemen keuangan (*financial management*) merupakan semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha untuk memperoleh dana dari alternatif biaya yang paling murah serta penggunaan dari pengalokasian dana untuk operasi maupun ekspansi perusahaan secara efisien.

Menurut Irham Fahmi (2012:2) manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisa tentang Bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana mengelola dana dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan *profit* atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (berkelanjutan) usaha bagi perusahaan.

3. Fungsi Manajemen Keuangan

Irham Fahmi (2012 : 3) Ilmu manajemen keuangan berfungsi sebagai pedoman bagi manajer perusahaan dalam setiap pengambilan keputusan yang dilakukan. Artinya seorang manajer keuangan boleh melakukan terobosan dan kreativitas berpikir, akan tetapi semua itu tetap tidak mengesampingkan kaidah-kaidah yang berlaku dalam ilmu manajemen keuangan. seperti mematuhi aturan yang terkandung dalam SAK (Standar akuntansi keuangan), GAAP (*general accepted accounting principle*), undang-undang dan peraturan tentang pengolahan keuangan pe-

rusahaan dan lainnya sebagainya.

Menurut Saud Husnan dan Enny Pudjiastuti (2012:4) manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisa dan pengendalian kegiatan keuangan. Mereka yang melaksanakan kegiatan tersebut sering disebut sebagai manajer keuangan.

Menurut Kasmir (2010:16) dalam menjalankan tugasnya Departemen Keuangan memiliki banyak tugas agar mencapai sasarannya. Tugas (kewajiban) ini kemudian dituangkan dalam berbagai kegiatan yang harus direncanakan, dilaksanakan, diawasi dan dikendalikan, sehingga dapat memuluskan pencapaian tujuan tersebut. Menurut Nendi Juhandi (2007:1) Fungsi-fungsi pokok manajemen keuangan yaitu :

- a. Menggunakan dana (*allocation of funds*), diantara beberapa perusahaan melakukan investasi dan pada aktiva apa ya saja ya investasi tersebut dilakukan, serta pembagian usaha dan pembayaran dividen.
- b. Memperoleh dana (*raising of funds*), diantaranya Bagaimana memperoleh dana untuk membelanjai investasi yang telah direncanakan antara lain dari modal sendiri, dari kreditur, bank maupun lembaga keuangan non bank (LKNB).

4. Tujuan manajemen keuangan

Irham Fahmi (2012 : 4) Tujuan manajemen keuangan yaitu :

- a. Memaksimumkan nilai perusahaan.
- b. Menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali.
- c. Memperkecil resiko perusahaan di masa sekarang dan yang akan datang.

Dari tiga tujuan ini yang paling utama adalah yang pertama yaitu memaksimumkan nilai perusahaan. Pemahaman memaksimumkan nilai perusahaan adalah bagaimana pihak Manajemen Perusahaan mampu memberikan nilai yang maksimum pada saat perusahaan tersebut masuk ke pasar. Untuk bisa mengambil keputusan-keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu menentukan tujuan yang harus dicapai. Keputusan yang benar adalah keputusan yang akan membantu mencapai tersebut. Menurut

Agus Sartono (2010:6) manajemen keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien.

Menurut Kasmir (2010:13) dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan, semua pihak yang terlibat dalam organisasi baik Departemen Keuangan, produksi, pemasaran maupun sumber daya manusia harus bekerja sama. Tanpa kerjasama yang baik, tentu sulit untuk mencapai tujuan perusahaan seperti yang diharapkan. Sebagai ujung tombak untuk mencapai tujuan perusahaan, maka Departemen Keuangan lah yang paling berkepentingan terhadap pengelolaan keuangan perusahaan dan memiliki tugas-tugas yang cukup berat.

5. Alat Pembayaran

a. Sejarah dan Pengertian Alat Pembayaran

Uang telah digunakan sejak berabad-abad yang lalu yang memiliki sejarah panjang dan telah mengalami perubahan yang sangat besar sejak dikenal manusia. Tidak mudah untuk menjelaskan atau mendefinisikan uang secara singkat, jelas dan tepat, namun dalam masyarakat modern di seluruh dunia tidak ada yang tidak mengenal uang dan kehidupan manusia tidak bisa lepas dari kegiatan yang berhubungan dengan uang.

Sebelum adanya uang, pertukaran atau transaksi antar individu atau antar kelompok masyarakat pada awalnya dilakukan dengan cara menukar barang yang satu dengan yang lain, sistem pertukaran barang dengan barang ini dikenal dengan istilah sistem barter. Dalam sistem barter ini harus ada kebetulan ganda (*double coincidence*), yakni kedua pihak yang akan saling bertukar harus mempunyai barang yang saling dibutuhkan. Penggunaan benda-benda sebagai alat penukar inilah yang dalam perkembangannya dikenal sebagai uang. Hal ini didasarkan pada kesepakatan di antara masyarakat yang menggunakan. Kesepakatan tersebut harus diterima secara umum oleh masyarakat, jadi setiap orang harus menerima benda tersebut sebagai alat pembayaran dari barang-barang yang diperdagangkan.

Proses perkembangan penerimaan uang sebagai alat pembayaran berlangsung bertahap dan sangat lama. Berbagai benda dikembangkan sebagai alat pembayaran yang dapat digunakan dalam perdagangan, seperti kulit kerang, batu permata, gading, telur, beras, atau benda lainnya. Benda yang dipergunakan dan diterima sebagai alat pembayaran dalam sistem perekonomian umumnya adalah benda yang dianggap berharga dan juga mempunyai kegunaan untuk dikonsumsi atau keperluan produksi. Benda yang dipergunakan sebagai uang tersebut pada umumnya juga mudah dibawa dan tidak mudah rusak atau tahan lama.

Dalam perkembangannya, masyarakat menggunakan benda-benda seperti logam berharga dan kertas sebagai uang. Sebelum digunakannya kertas sebagai uang, logam berharga dikenal sebagai bentuk uang yang paling populer karena memiliki ciri-ciri yang pantas yakni dapat dipecah-pecah dan dinyatakan dalam unit-unit kecil sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi dengan mudah. Selain itu uang logam mudah dibawa, tahan lama dan tidak mudah rusak.

Uang merupakan suatu benda yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran, yaitu dengan cara menukarkannya dengan benda lain, selain itu dapat digunakan untuk menilai benda lain, dan dapat disimpan. Uang juga dapat digunakan untuk membayar hutang di waktu yang akan datang. Pada dasarnya, uang merupakan suatu benda yang dapat berfungsi seperti berikut: (Solikin dan Suseno, 2002:02)

1. Alat Tukar (*Medium of Exchange*)
Sebelum adanya uang, kondisi pertukaran yang dilakukan dengan barter atau pertukaran barang dengan barang pada perkembangan perekonomian modern dinilai terlalu kaku dan sulit dipenuhi. Dengan adanya uang, seseorang dapat secara langsung menukarkan uang tersebut dengan barang yang dibutuhkankannya kepada orang lain yang menghasilkan barang tersebut.
2. Alat Tukar (*Medium of Exchange*)
Sebelum adanya uang, kondisi pertukaran yang dilakukan dengan barter atau pertu-

karan barang dengan barang pada perkembangan perekonomian modern dinilai terlalu kaku dan sulit dipenuhi. Dengan adanya uang, seseorang dapat secara langsung menukarkan uang tersebut dengan barang yang dibutuhkankannya kepada orang lain yang menghasilkan barang tersebut.

3. Alat Penyimpan Nilai (*Store of Value*)
Sesuai dengan sifatnya, manusia adalah makhluk yang gemar mengumpulkan dan menyimpan kekayaan dalam bentuk barang-barang berharga untuk digunakan di masa yang akan datang. Barang-barang berharga tersebut pada umumnya berupa tanah, rumah, dan benda berharga lain. walaupun kekayaan yang dapat disimpan beragam bentuknya, tidak dapat dipungkiri bahwa uang merupakan salah satu pilihan untuk menyimpan nilai dari kekayaan.
4. Satuan Hitung (*Unit of Account*)

Uang digunakan sebagai satuan hitung dalam melakukan penilaian terhadap suatu barang. Dengan adanya uang, tukar menukar dan penilaian terhadap suatu barang akan lebih mudah dilakukan. Ukuran Pembayaran yang Tertunda (*Standard for Deffered Payment*). Fungsi uang ini terkait dengan transaksi pinjam meminjam. Uang merupakan salah satu cara untuk menghitung jumlah pembayaran pinjaman tersebut.

Glyn Davies dalam bukunya *A History Of Money From Ancient Times To The Present Day*, mendefinisikan fungsi uang yaitu : (Solikin dan Suseno, 2002:03)

- a. Fungsi Khusus
 1. Alat tukar (*medium of exchange*)
 2. Alat penyimpan nilai (*store of value*)
 3. Satuan hitung (*unit of account*)
 4. Ukuran pembayaran yang tertunda (*standard of deffered payment*)
 5. Alat pembayaran (*means of exchange*)
 6. Alat ukuran umum dalam menilai sesuatu (*common measure of value*)
- b. Fungsi Umum
 1. Aset likuid (*liquid asset*)
 2. Faktor dalam rangka pembentukan harga pasar (*framework of the market*)

- allocative system*)
3. Faktor penyebab dalam perekonomian (*a causative factor in the economy*)
 4. Faktor pengendali kegiatan ekonomi (*controller of the economy*)

Dalam perkembangannya, uang tunai berupa kertas dan logam menimbulkan permasalahan dalam pelaksanaan sistem pembayaran, khususnya untuk transaksi dalam jumlah besar, karena selain adanya kesulitan membawa uang dalam jumlah banyak juga ada risiko yang mungkin akan timbul misalnya perampokan. Hal tersebut memunculkan sistem pembayaran dengan non tunai.

Perkembangan teknologi sejalan dengan pola hidup masyarakat mempengaruhi perkembangan dalam sistem pembayaran. Kemajuan teknologi dalam sistem perekonomian mampu menggeser pembayaran melalui uang tunai ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih ekonomis dan efisien. Pembayaran non tunai dilakukan tidak dengan menggunakan fisik uang (uang kartal) sebagai alat pembayaran melainkan dengan inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronik (*electronic payment*). Pembayaran elektronik ini merupakan pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan jaringan komunikasi. (Masaaki, 2000:18) Pembayaran elektronik tersebut antara lain yaitu *phone banking*, *internet banking*, pembayaran menggunakan kartu kredit serta kartu debit/ATM. Meskipun teknologi yang digunakan berbeda-beda, namun seluruh bentuk pembayaran elektronik tersebut terkait dengan rekening nasabah pada bank melalui proses otorisasi. Perkembangan pembayaran non tunai mulai mengembangkan produk pembayaran elektronik berupa uang elektronik (*electronic money/e-money*).

Karakteristiknya berbeda dengan bentuk pembayaran elektronik lainnya, karena produk uang elektronik ini dalam proses pembayarannya tidak memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait langsung dengan

rekening nasabah di bank. Uang elektronik merupakan pengganti uang tunai, merupakan produk *stored value* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) terekam dalam alat pembayaran (berupa kartu) yang digunakan oleh pemegang kartu.

Perkembangan alat pembayaran tunai maupun non tunai memberikan dampak bagi formulasi kebijakan moneter dari sisi permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Sistem pembayaran merupakan suatu sistem yang mencakup pengaturan, kesepakatan, kontrak/perjanjian, fasilitas operasional, mekanisme teknis, standar dan prosedur yang membentuk suatu kerangka yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan dan penerimaan instruksi pembayaran serta pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran suatu nilai ekonomis (uang) antar pihak-pihak (perorangan, bank, lembaga lainnya) baik domestik maupun *crossborder* dengan menggunakan instrumen pembayaran.

6. Pengertian dan Fungsi Uang Elektronik

a. Pengertian Uang Elektronik

Bank for International Settlement (BIS) dalam salah satu publikasinya pada bulan Oktober 1996 mendefinisikan uang elektronik sebagai *stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*. (Basel, 1996:01)

Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut. (Veithal Rivai, 2001:136)

b. Fungsi Uang Elektronik

Dalam perekonomian modern lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah sedemikian cepatnya sehingga memerlukan dukungan tersedianya sistem pembayaran yang handal yang memungkinkan dilakukannya pembayaran secara lebih cepat, efisien, dan aman. Penggunaan uang *cash* sebagai alat pembayaran dirasakan mulai menimbulkan masalah, terutama tingginya biaya *cash handling* dan rendahnya *velocity of money*. (Siti Hidayati, 2006:02)

Sistem pembayaran mikro mengalami perkembangan cukup pesat di berbagai negara dewasa ini, seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat untuk menggunakan alat pembayaran yang mudah, aman dan efisien. Instrumen pembayaran mikro adalah instrumen pembayaran yang didesain untuk menangani kebutuhan transaksi dengan nilai yang kecil namun dengan volume yang tinggi serta membutuhkan waktu pemrosesan transaksi yang relatif lebih cepat. (BI, 2006:04)

Kebutuhan instrumen pembayaran mikro timbul karena apabila pembayaran dilakukan menggunakan instrumen pembayaran lain yang ada saat ini, misalnya uang tunai, kartu debit, kartu kredit dan sebagainya menjadi relatif tidak praktis dan efisien. Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah karena pada umumnya nilai uang yang disimpan instrumen ini ditempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses cepat secara *off-line*, aman dan murah. (Siti Hidayati, 2006:08)

c. Bentuk-bentuk Uang Elektronik

1. Berdasarkan Mediana

Uang elektronik memiliki media elektronik yang berfungsi sebagai penyimpan nilai uang (*monetary value*) yang dibedakan atas dua jenis:

a) Uang elektronik yang nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Media elektronik yang dikelola

oleh pemegang dapat berupa *card-based* dalam bentuk *chip* yang tersimpan pada kartu atau berupa *software-based* yang tersimpan pada *harddisk* yang terdapat pada *personal computer* milik pemegang. Dengan sistem pencatatan seperti ini, maka transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik dapat dilakukan secara *off-line* dengan mengurangi secara langsung nilai uang elektronik pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang (Siti Hidayati, 2006:07)

b) Uang elektronik yang nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Dalam hal ini pemegang diberi hak akses oleh penerbit terhadap penggunaan nilai uang elektronik tersebut. Dengan sistem pencatatan seperti ini, maka transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik ini hanya dapat dilakukan secara *on-line* dimana nilai uang elektronik yang tercatat pada media elektronik yang dikelola penerbit akan berkurang secara langsung. (BI, 2009:02)

2. Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik

Berdasarkan masa berlaku medianya, uang elektronik dibedakan kedalam dua bentuk :

a). *Reloadable*

Uang elektronik dengan bentuk *reloadable* adalah uang elektron yang dapat di lakukan pengisian ulang, dengan kata lain, apabila masa berlakunya sudah habis dan nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut dapat digunakan kembali untuk di lakukan pengisian ulang. (BI, 2009:27)

b.). *Disposable*

Uang elektronik dengan bentuk *disposable* adalah uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang, apabila masa berlakunya sudah habis dan nilai uang elektroniknya sudah habis terpakai, maka media uang elektronik tersebut tidak dapat digunakan kembali untuk di lakukan pengisian ulang. (BI, 2009:27)

3. Berdasarkan Jangkauan Penggunaannya

Uang elektronik berdasarkan jangkauan penggunaannya dibedakan ke dalam dua bentuk : *Single-purpose* adalah uang elektronik yang digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari satu jenis transaksi ekonomi, misalnya uang elektronik yang hanya dapat digunakan untuk pembayaran tol atau uang elektronik yang hanya dapat melakukan pembayaran atas kewajiban yang timbul dari berbagai jenis transaksi ekonomi, misalnya uang elektronik yang dapat digunakan untuk pembayaran tol, telepon, transportasi umum, dan untuk berbelanja. (Veithal Rivai, 2001:1368)

4. Jenis-jenis pada uang elektronik

Jenis-jenis transaksi dengan menggunakan uang elektronik secara umum meliputi :

- a) Penerbitan (*Issuance*) dan Pengisian Ulang (*Top-up* atau *Loading*)
 Pengisian nilai uang ke dalam media uang elektronik dapat dilakukan terlebih dahulu oleh penerbit sebelum dijual kepada pemegang. Untuk selanjutnya pemegang dapat melakukan pengisian ulang (*top up*) yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain melalui penyetoran uang tunai, melalui pendebitan rekening di bank, atau melalui terminal-terminal pengisian ulang yang telah dilengkapi peralatan khusus oleh penerbit. (Siti Hidayati, 2006:10)
- b) Transaksi Pembayaran
 Transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik pada prinsipnya dilakukan melalui pertukaran nilai uang dalam bentuk data elektronik dengan barang antara pemegang dan pedagang dengan menggunakan protokol yang telah ditetapkan sebelumnya. (Siti Hidayati, 2006:11)
- c) Transfer
 Transfer dalam transaksi uang elektronik adalah fasilitas pengiriman nilai uang elektronik antar pemegang uang elektronik melalui terminal-terminal yang telah dilengkapi dengan peralatan khusus oleh penerbit. (Siti Hidayati, 2006:10)
- d) Tarik Tunai

Tarik tunai adalah fasilitas penarikan tunai atas nilai uang elektronik yang tercatat pada media uang elektronik yang dimiliki pemegang yang dapat dilakukan setiap saat oleh pemegang. (Peraturan Bank Indonesia Nomor, 2009)

e) *Refund/Redeem*

Refund/redeem adalah penukaran kembali nilai uang elektronik kepada penerbit, baik yang dilakukan oleh pemegang pada saat nilai uang elektronik tidak terpakai atau masih tersisa pada saat pemegang mengakhiri penggunaan uang elektronik dan atau masa berlaku media uang elektronik telah berakhir (Peraturan Bank Indonesia Nomor , 2009), maupun yang dilakukan oleh pedagang pada saat penukaran nilai uang elektronik yang diperoleh pedagang dari pemegang atas transaksi jual beli Barang kepada penerbit (Peraturan Bank Indonesia Nomor , 2009)

Uang elektronik memiliki karakteristik yang berbeda dengan alat pembayaran menggunakan kartu lainnya seperti credit card, charge card, dan debit card/ATM tersebut di atas. Secara umum perbedaan antara uang elektronik dengan alat pembayaran menggunakan kartu lainnya adalah sebagai berikut: (Siti Hidayati, 2006:11)

7. Definisi kartu Kredit Menurut Para Ahli

Emmy Pangaribuan br. Simanjuntak mengatakan kartu kredit adalah suatu kartu yang memberikan hak kepada pemegangnya atas penunjukan dari kartu itu dan dengan menandatangani formulir rekening pada suatu perusahaan dapat memperoleh barang atau jasa tanpa perlu membayar secara langsung. (Emmy Pangaribuan, 1991: 02)

Munir Fuady mengatakan kartu kredit merupakan suatu kartu yang pada umumnya dibuat dari plastik dengan dibubuhkan identitas dari pemegang dan penerbit (*card issuer*) yang memberikan hak terhadap siapa kartu kredit diisukan untuk menandatangani tanda pelunasan pembayaran harga dari jasa atau barang yang dibeli dari tempat-tempat tertentu seperti toko, hotel, restoran, penjual tiket pengangkutan dan lain-lain. (Munir Fuady, 1995: 217)

Menurut Imam Prayogo Suryahadibroto dan Djoko Prakoso, kartu kredit adalah suatu jenis alat pembayaran sebagai pengganti uang tunai, di mana sewaktu-waktu dapat ditukarkan apa aja yang diinginkan yakni di tempat- tempat mana saja cabang yang dapat menerima kartu kredit dari bank, atau perusahaan yang mengeluarkan atau dapat juga menguangkan kepada bank yang mengeluarkan atau pada cabang yang mengeluarkan (Andra Tanady, 2006: 26).

Dengan memperhatikan definisi kartu kredit tersebut maka dapat dilihat bahwa adanya kesamaan pendapat mengenai pengertian kartu kredit. Oleh sebab itu dapat diambil kesimpulan bahwa kartu kredit adalah fasilitas Kartu Kredit yang diperuntukkan bagi siapa saja yang memiliki penghasilan dengan pagu kredit sesuai kriteria dan persyaratan tertentu yang ditentukan oleh Perusahaan Pembiayaan yang mempergunakan sarana berupa kartu plastik yang berguna sebagai cara pembayaran di dalam kegiatan bertransaksi di tempat-tempat yang terkait dengan jaringan Kartu Kredit tersebut (Andra Tanady, 2006: 26).

a. Pihak-pihak dalam Kartu Kredit

Menurut Dita Pratiwi dalam bisnis kartu kredit ada beberapa pihak yang terkait dalam lingkup kerjanya. Para pihak yang terlibat dalam hubungan dengan kartu kredit adalah:

1. Pihak Penerbit (*Card Issuer*)

Bank. Lembaga keuangan yang khusus bergerak di bidang penerbitan kartu kredit. Lembaga keuangan, yang di samping bergerak di dalam penerbitan kartu kredit, bergerak juga di bidang kegiatan-kegiatan lembaga keuangan lainnya (Andra Tanady, 2006: 48).

2. Pihak Pemegang Kartu Kredit (*Card Holder*)

Card holder atau *card member* diartikan sebagai pemegang kartu yang namanya tercetak di kartu dan berhak menggunakan kartu pada *merchant*/pedagang. *Card holder* adalah orang yang memegang kartu kredit secara sah. Kartu kredit tidak dapat dipindahtangankan dan harus ditandatangani oleh pemegang kartu kredit tersebut (Andra Tanady, 2006: 31).

Keuntungan-keuntungan yang diperoleh pemegang kartu kredit antara lain (Andra Tanady, 2006: 31).

Keamanan

- Praktis
- Penggunaan internasional
- Kartu kredit dapat dipakai untuk menarik uang tunai
- Mendapatkan asuransi perjalanan
- Pembayaran yang fleksibel
- Pembayaran PIN (*Personal Identification Number*)

3. Pihak Penjual Barang/Jasa (*Merchant*)

Penggunaan istilah *merchant* diberikan kepada tempat-tempat di mana kartu kredit dapat digunakan, seperti hotel, restoran, tempat hiburan dan lain-lain. Menurut Imam Prayogo Suryahadibroto dan Djoko Prakoso, *merchant* adalah pihak-pihak yang menerima pembayaran kartu kredit dari pemegangnya. Tempat- tempat yang menerima kartu kredit sebagai alat memberikan tanda atau menempelkan logo dari kartu kredit yang diterima (Imam & Djoko, 1995: 51).

Tidak semua tempat dapat menjadi *merchant* dari kartu kredit. Untuk dapat menjadi *merchant* bagi salah satu kartu kredit, terdapat 2 (dua) cara yang dapat ditempuh, yaitu: (Imam & Djoko, 1995: 53) Permohonan dari pengusaha kepada pihak bank agar ditunjuk sebagai *merchant* Penawaran atau permintaan dari pihak bank kepada pengusaha yang bersangkutan, agar tempatnya bersedia menjadi *merchant*.

Untuk memperlancar para *merchant* dalam melayani transaksi dengan kredit maka bank memberikan penjelasan-penjelasan kepada *merchant* tentang mekanisme pelayanan transaksi yang akan diuraikan dalam bagian selanjutnya dalam skripsi ini. Di samping itu, kepada *merchant* diberikan alat-alat yang dapat mendukung transaksi, yaitu: (Imam & Djoko, 1995: 54).

Alat *printer* untuk mencetak huruf-huruf timbul yang ada pada kartu kredit pada lembaran bukti transaksi *Sale draft*, yaitu formulir yang disediakan bank sebagai

sarana *merchant* mencatat transaksi, dan sebagai bukti pendukung pada saat menagih kepada bank.

Logo atau lambang kartu kredit yang diterima untuk ditempel di meja kasir atau pintu seperti halnya *card holder*, terhadap setiap *merchant* pun ditentukan pula batas atau yang biasanya disebut *floor limit*. Maksud *floor limit* adalah batas jumlah harga pembelian yang dapat dilayani langsung tanpa meminta persetujuan dari pihak bank. (Imam & Djoko, 1995: 55)

4. Pihak Perantara (*Acquirer*)

Pihak perantara ini terdiri dari perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) yang disebut juga dengan *acquirer*, adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa (Imam & Djoko, 1995: 51).

Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada pihak penjual tersebut. Apabila pihak perantara penagihan ini terpisah dari pihak penerbit, maka seperti juga tagihan perantara tersebut kepada penerbit, maka jumlah yang harus dibayar kepada penjual pun terkena pemotongan komisi oleh pihak perantara. Selanjutnya yang dimaksud dengan perantara pembayaran (antara pihak pemegang dengan pihak penerbit) adalah bank-bank di mana pembayaran kredit/harga dilakukan oleh pemilik kartu kredit.

Bank-bank ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit. Pihak perantara pembayaran ini berkedudukan dan mempunyai hak dan kewajiban yang sama saja seperti pemberian jasa pengiriman uang lainnya yang biasa dilakukannya. Dalam hal ini bank perantara ini akan mendapatkan bayaran berupa *fee* tertentu (Lindawaty, 2000: 40).

8. Pemegang melakukan transaksi jula beli dengan *merchant*

Setelah menerima kartu kredit, *merchant* wajib memeriksa kartu kredit tersebut, apakah masih berlaku dan tidak tercantum dalam *Warning Bulletin*. Proses pemeriksaan kartu kredit/otorisasi dapat dilakukan dengan menggunakan 2 (dua) cara: Secara manual/*voice authorization*, yaitu dengan menggunakan *imprinter*.

a. Merchant menggesekkan kartu pada mesin *imprinter* kemudian mengisi data pemegang dan jumlah belanja pada sales slip dan menelepon ke bagian otorisasi *acquirer* bank untuk meminta otorisasi atas transaksi yang dilakukan nasabah. Petugas otorisasi menginput secara manual data yang diberikan ke Terminal *Cardpac*, dan selanjutnya data tersebut diteruskan ke penerbit. Penerbit akan memberikan respon berupa disetujui atau ditolak. Pihak otorisasi akan menyampaikan respon yang muncul di Terminal *Cardpac* kepada *merchant* melalui telepon.

b. Secara otomatis yaitu dengan menggunakan alat POS (*Point of Sales Terminal*) dan atau EDC (*Electronic Draft Capture*). *Merchant* hanya memasukkan data pemegang dan jumlah belanja pada mesin POS/EDC dan menggesekkan kartu tersebut, maka secara otomatis data akan diteruskan kepada penerbit/*acquirer* bank. Penerbit/*acquirer* bank akan membalas dengan memberikan respon berupa diterima atau ditolak. Dalam hal ini *Floor Limit* yang diberikan adalah Rp0,- atau tidak ada karena otorisasi dilakukan secara otomatis melalui sistem.

Alat-alat yang dipergunakan dalam otorisasi dipinjamkan secara gratis oleh pihak penerbit/bank kepada *merchant* dan harus dikembalikan apabila Perjanjian Usahawan berakhir. Penentuan pemberian alat tergantung kepada besarnya jumlah transaksi kartu kredit pemegang yang dilakukan pada *merchant*. Setelah proses otorisasi selesai, *merchant* memberikan *sales slip* untuk ditandatangani oleh pemegang kartu. *Sales slip* tersebut terdiri dari 3 (tiga) eksemplar, yaitu:

a. 1 (satu) eksemplar untuk penerbit

- b. 1 (satu) eksemplar untuk pemegang
- c. 1 (satu) eksemplar untuk *merchant*

9. Merchant memberikan barang dan sales slip kepada pembeli/pemegang

Pada tahap ini, telah terjadi transaksi jual beli barang di mana pembeli telah menerima barang dan membayar dengan kartu kredit sedangkan penjual/*merchant* telah menerima pembayaran berupa *sales slip* yang di dalamnya tercantum jumlah tagihan dan tanda tangan pemegang/pembeli. *Sales slip* tersebut akan dipakai *merchant* untuk menagih kepada penerbit/*acquirer*. *Merchant* tidak dapat menagih tanpa adanya sales slip tersebut. *Sales slip* merupakan alat bukti bagi *merchant* bahwa ia berhak atas pembayaran tersebut. Di sini seolah-olah *sales slip* merupakan surat berharga karena merupakan alat bukti, tetapi pembayaran dilakukan dengan menggunakan kartu kredit baru kemudian muncul *sales slip*. Jadi *sales slip* bukan merupakan alat bayar dan juga tidak dapat dipindahtangankan.

10. Merchant akan menagih kepada penerbit/acquirer bank dalam tenggang

Waktu paling lama 15 (lima belas) hari kalender sejak transaksi terjadi. Sedangkan bagi *merchant* yang dilengkapi dengan alat POS/EDC, *merchant* tersebut harus menyerahkan *sales slip* dalam tenggang waktu 3 (tiga) hari kalender setelah transaksi terjadi. Proses penagihan dapat terjadi dengan 2 (dua) cara, yaitu:

Cara I yaitu tanpa melalui *acquirer* bank, langsung kepada penerbit. Hal ini terjadi apabila penjual barang atau jasa merupakan *merchant* pada penerbit kartu kredit pembeli. *Merchant* menyerahkan *sales slip* kepada *issuer* akan membayar sebesar jumlah nominasi transaksi dikurangi *merchant discount* atau biaya diskon yang telah disetujui antara penerbit dengan *merchant*. *Merchant discount* adalah biaya administrasi yang harus dibayar oleh *merchant* kepada penerbit/bank untuk setiap kali transaksi.

Besarnya *merchant discount* adalah berkisar antara 2,5-3,5% (dua koma lima sampai tiga koma lima persen), tergantung kepada :

- Jumlah dan jenis alat otorisasi

- Jumlah transaksi
- Volume kartu kredit
- Jenis kartu kredit (visa atau master)

Cara II yaitu dengan melalui *acquirer* bank. Hal ini terjadi karena penjual barang/jasa bukan merupakan *merchant* pada penerbit kartu kredit pemegang atau pembeli. *Merchant* menagih kepada *acquirer* bank di mana dia menjadi *merchant* dengan menyerahkan *sales slip* yang telah ditandatangani pemegang kepada *acquirer* bank. Kemudian *acquirer* bank akan membayar kepada *merchant* dengan dikurangi *merchant discount*. Tagihan tersebut kemudian diteruskan ke penerbit kartu kredit yang akan membayar kepada *acquirer* bank dan penerbit akan menagih kepada pemegang kartu. Penerbit akan memberikan tagihan (*billing statement*) kepada pemegang pada tanggal tertentu setiap bulan atas transaksi yang telah dilakukan pemegang. Tanggal pengiriman *billing statement* adalah berdasarkan kepada jenis kartu dari pemegang.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang nilainya dapat berubah-ubah. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu, variabel komperatif independen yaitu kartu kredit dan uang elektronik (*e-money*). variabel X_1 Volume dan variabel X_2 transaksi.

TABEL 1.0. OPERASIONAL PENELITIAN

Variabel	Objek	Sekala
Bebas	E-money	Rasio
Bebas	Kartu Kredit	Rasio

Populasi

Hipotesis ilmiah mencoba mengutarakan jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut. Dalam upaya pembuktian hipotesis, peneliti dapat saja dengan sengaja menimbulkan atau menciptakan suatu gejala. Kesengajaan ini disebut percobaan atau eksperimen.

Hipotesis yang telah teruji kebenarannya disebut teori. Jadi hipotesa penelitian adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah transaksi pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-moeny*)

H_a : Ada perbedaan jumlah transaksi pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-moeny*)

H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah volume pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-moeny*)

H_a : Ada perbedaan jumlah volume pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-moeny*)

Teknik Pengumpulan Data

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (1999), sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jadi data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner.

b) Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian. Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan bagi suatu penelitian.

1. Metode dokumentasi

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dengan cara dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Dokumentasi dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Sukardi (2003;53). Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti laporan transaksi keuangan perusahaan serta dokumen lain dalam perusahaan yang relevan dengan kepentingan penelitian.

2. Observasi

Untuk mendapatkan data penelitian, penulis melakukan Observasi, dengan survei lokasi penelitian yaitu di Bank Indonesia di Jl MH Thamrin No 2, Jakarta 10350 agar mendapatkan data yang otentik dan spesifik.

Metode Analisa Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Uji T-Student

Independen T Test adalah uji komparatif atau uji beda untuk mengetahui adakah perbedaan *mean* atau rerata yang bermakna antara 2 kelompok bebas yang berskala data interval/rasio. Dua kelompok bebas yang dimaksud di sini adalah dua kelompok yang tidak berpasangan, artinya sumber data berasal dari subjek yang berbeda Uji t untuk satu sampel dalam istilah lain biasanya disebut dengan *One Samplet-tes tMethod*, merupakan prosedur uji t untuk sampel tunggal jika rata-rata suatu variabel tunggal dibandingkan dengan suatu nilai konstanta tertentu.

Hipotesa

$H_0 ; \mu_1 = \mu_2$

$H_1 ; \mu_1 \neq \mu_2 = 0$

$$t_{hitung} = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sigma_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}} = 0$$

atau

$$t_{hitung} = \frac{(\bar{x}_2 - \bar{x}_1) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sigma_{\bar{x}_2 - \bar{x}_1}}$$

Untuk menghitung t_{hitung} dapat digunakan salah satu dari kedua rumus diatas. Kalau menggunakan rumus yang pertama maka hasil t_{hitung} hasilnya negatif karena nilai rata-rata x_2 lebih besar daripada nilai rata-rata x_1 .

Standar Error

$$\sigma_{\bar{x}_1 - \bar{x}_2} = \sqrt{\frac{s_1^2}{n_1 - 1} + \frac{s_2^2}{n_1 - 1}}$$

2. Uji Distribusi normal

Sebelum melakukan pengujian komperatif dengan menggunakan statistika parametrik maka masing-masing kelompok data tersebut dilakukan pengujian homogenitas dan normalitas data lainnya. Apabila data tidak homogen dan tidak terdistribusi nomornya maka pengujian hipotesa *comparative* tidak boleh menggunakan statistika parametrik tetapi menggunakan statistika non parametrik karena Hasil pengujian kurang akurat. Koefisien varian, ide dasarnya ialah digunakan untuk mengukur keragaman data. Keragaman data berbanding terbalik dengan homogenitas data, semakin homogen data maka kalah jam berapa akan semakin kecil, begitu juga sebaliknya. Untuk mengukur koefisien varian dilakukan tahap-tahap pengukuran sebagai berikut :

- a) cara menghitung deviasi standar
- b) tahap kedua hitung koefisien varian

Devices Anda dapat diberikan rumah seperti di bawah ini :

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

Dimana:

- s : deviasi standar
- s_i : nilai masing-masing data ke i
- \bar{x} : nilai rata-rata data

Koefisien varian (KV) Dapat diberikan rumus seperti di bawah ini.

$$KV = \frac{s}{\bar{x}} (100\%)$$

Dimana

- KV : Koefisien varian
- s : deviasi standar
- x : nilai rata-rata data

Nilai Standar dapat dirumuskan seperti pada rumus di bawah ini.

$$Z = \frac{x_i - \bar{x}}{s}$$

Uji normalitas data yang digunakan Uji Kai Kuadrat (χ^2) yang diberikan rumus seperti dibawah ini

$$\chi^2_{hitung} = \sum_{i=1}^n \frac{(F_o - F_h)^2}{F_h}$$

Dimana :

- F_h : Frekuensi harapan matematis
- F_o : Frekuensi berdasarkan data hasil observasi

3. Anova

Anova digunakan untuk menguji perbedaan mean (rata-rata) data lebih dari dua kelompok. Anova mempunyai dua jenis yaitu analisis varian satu faktor (*onewayanova*) dan analisis varian dua faktor (*twowaysanova*). Pada kesempatan ini hanya akan dibahas analisis varian satu faktor. Asumsi pertama harus dipenuhi pada saat pengambilan sampel yang dilakukan secara random terhadap beberapa (> 2) kelompok yang independen, yang mana nilai pada satu kelompok tidak tergantung pada nilai di kelompok lain. Sedangkan pemenuhan terhadap asumsi kedua dan ketiga dapat dicek jika data telah dimasukkan ke komputer.

Analisis variansi adalah suatu prosedur untuk uji perbedaan mean beberapa populasi (lebih dari dua).

Hipotesis ANOVA satu arah

- H_0 : $\mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$
 - Seluruh mean populasi adalah sama
 - Tidak ada efek *treatment* (tidak ada keragaman mean dalam grup)
- H_1 : tidak seluruhnya mean populasi adalah sama
 - Terdapat sebuah efek *treatment*
 - Tidak seluruh mean populasi berbeda (beberapa pasang mungkin sama)

Partisi Variansi

Variansi total dapat dibagi menjadi 2 bagian :

- SST : SSG + SSW
- SST : Total *sum of squares* (jumlah kuadrat total) yaitu penyebaran agregat nilai data individu melalui beberapa level faktor.
- SSG/SSB : *Sum of squares between-grup*

(Jumlah kuadrat antara) yaitu penyebaran diantaramean sampel faktor.

SSW/SSE : *Sum of squares within-grup* (jumlah kuadrat dalam) yaitu penyebaran yang terdapat diantara nilai data dalam sebuah level faktor tertentu.

Rumus jumlah kuadrat total (*total sum of squares*)

$$SST = SSG + SSW$$

$$SST = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X})^2$$

Dimana:

SST : *total sum of squares* (jumlah kadarat total)

k : *levels of treatment* (jumlah populasi)

n_i : ukuran sampel dari poplasi i

x_{ij} : pengukuran ke-j dari populsi ke-i

x : *mean* keseluruhan (dari seluruh nilai data)

Variansi total

Rumus untuk mencari variasi jumlah kuadrat dalam

$$SST = (X_{11} - \bar{X})^2 + (X_{11} - \bar{X})^2 + \dots + (X_{11} - \bar{X})^2$$

$$SSW = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X})^2$$

Keterangan :

SSW/SSE : jumlah kuadrat dalam

k : *levels of treatment* (jumlah populasi)

n_i : ukuran sampel dari poplasi i

x_{ij} : pengukuran ke-j dari populsi ke-i

x : *mean* keseluruhan (dari seluruh nilai data)

Rumus untuk mencari varisi diantara grup

$$SSG = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X})^2$$

Keterangan :

SSB/SSG : jumlah kuadrat diantara

k : *levels of treatment* (jumlah populasi)

n_i : ukuran sampel dari poplasi i

x_{ij} : pengukuran ke-j dari populsi ke-i

x : *mean* keseluruhan (dari seluruh nilai data)

N : Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Indepent SempleT-Test

Tabel 1.2. Hasil Pengujian Analisa IndepentSampleT-TestValue

No	Tahun	Value	N	Mean	Sig
1	2010	E-Money	12	57794,75	,000
		Kartu Kredit	12	13223921	
2	2011	E-Money	12	57794,75	,000
		Kartu Kredit	12	13223921,00	
3	2012	E-Money	12	164295,83	,000
		Kartu Kredit	12	16463248,75	
4	2013	E-Money	12	242286	,000
		Kartu Kredit	12	18252248,66	
5	2014	E-Money	12	276629,66	,000
		Kartu Kredit	12	20848126,25	
6	2015	E-Money	12	440251,5	,000
		Kartu Kredit	12	22761830,58	

(Sumber : Hasil SPSS Versi 23 /diolah sendiri, 2016)

- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2010 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2011 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2012 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2013 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2014 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent SampleT-test tahun 2015 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai Sig< 0.05 yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *veluee-money* dan *value* kartu kredit.

kartu kredit.

- Dari hasil analisis Independent Sample T-test tahun 2015 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai $Sig < 0.05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.

Tabel 1.3. Hasil Pengujian Analisa Independent Sample T-Test Volume

No	Tahun	Value	N	Mean	Sig
1	2010	E-Money	12	2476117,16	,001
		Kartu Kredit	12	16222936,08	
2	2011	E-Money	12	3413016,91	,003
		Kartu Kredit	12	17108630	
3	2012	E-Money	12	8385326,33	,631
		Kartu Kredit	12	18163765,25	
4	2013	E-Money	12	11491731,58	,039
		Kartu Kredit	12	19641330,75	
5	2014	E-Money	12	16947415,83	,096
		Kartu Kredit	12	20878601,5	
6	2015	E-Money	12	44631627,33	,549
		Kartu Kredit	12	22893272,25	

(Sumber : Hasil SPSS Versi 23 /diolah sendiri, 2016)

- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2010 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,001 < 0.05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2011 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,003 < 0.05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2012 dapat diketahui bahwa ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,631 > 0.05$ yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2013 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,039 < 0.05$ yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.

- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2014 dapat diketahui bahwa ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,096 > 0.05$ yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.
- Dari hasil analisis Independent Sample T-test volume tahun 2015 dapat diketahui bahwa ada variabel yang memiliki nilai $Sig 0,549 > 0.05$ yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara *volume e-money* dan *volume* kartu kredit.

A. Pengujian Normalitas Transaksi E-money dan Kartu Kredit

Tabel 1.4. Hasil Pengujian Normalitas Value Transaksi e-money dan Kartu Kredit

KELOMPOK		Kolmogorov-Smirnov ²			Shapiro-Wilk		
		Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
VALUE	E-MONEY	.161	72	.000	.897	72	.000
	KARTU KREDIT	.084	72	.200*	.968	72	.062

Interpretasi berdasarkan *output* tabel *Test of Normality*. SPSS menyajikan dua tabel sekaligus. Analisis *Shapiro-Wilk* digunakan jika subjek atau kasus kurang dari 50. Uji *Shapiro-Wilk* dianggap lebih akurat ketika jumlah subjek/data yang dimiliki kurang dari 50. Karena pada kasus ini data yang dimiliki melebihi 50 maka yang digunakan adalah analisis *Kormogorov-Smirnov*.

- Hipotesis
 H_0 : Populasi berdistribusi normal
 H_1 : Populasi tidak berdistribusi normal
- Tingkat Signifikansi $\alpha = 5\%$
 Daerah Kritis Jika $Sig. \leq \alpha$: tolak H_0
- Uji Statistik
 $Sig E-money = 0.000 > \alpha = 0.05$
 $Sig. Kartu Kredit = 0.200 > \alpha = 0.05$
- Keputusan Uji
 Karena nilai $Sig. Kartu kredit > \alpha$ maka keputusannya adalah gagal tolak H_0
- Kesimpulan
 Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa ke dua kartu *e-money* dan kartu kredit memiliki data berdistribusi normal (gagal tolak H_0)

B. Pengujian Anova

1. Hasil Pengujian *One Way Anova Value* Transaksi *e-money* dan Kartu Kredit

Tabel 1.5. Pengujian *One Way Anova Value* Transaksi *e-money* dan Kartu Kredit

VALUE	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between-Groups	11035447804034442.000	1	11035447804034442.000	1725.749	.000
Within-Groups	908030882008913.900	142	6394583676119.111		
Total	11943478686043356.000	143			

(Sumber : Hasil SPSS Versi 23 /diolah sendiri, 2016)

Tabel di atas merupakan tahap akhir dari pengujian *Anova one way value* transaksi *e-money* dari tahun 2010 sampai dengan 2015 dan kartu kredit dan berikut penjelasan dari tabel di atas.

- ▶ Hipotesis
 H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah transaksi pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-money*)
 H_1 : Ada perbedaan jumlah transaksi pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-money*)
- ▶ Tingkat Signifikansi $\alpha = 5\%$
 Daerah Kritis Jika $\text{Sig.} \leq \alpha$: tolak H_0
- ▶ Uji Statistik
 Sig.Kartu Kredit = 0.000 < $\alpha = 0.05$
- ▶ Keputusan Uji
 Karena nilai Sig.Kartu kredit > α maka keputusannya adalah gagal tolak H_0
- ▶ Kesimpulan
 Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa ke dua kartu *e-money* dan kartu kredit memiliki perbedaan di segi jumlah transaksi (gagal tolak H_0)

2. Hasil Pengujian *One Way Anova Value* transaksi *e-money* dan Kartu kredit

Tabel 1.6. Pengujian *One Way Anova Volume* Transaksi *e-money* dan Kartu Kredit

VALUE	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between-Groups	759735543641067.000	1	759735543641067.000	7.030	.009
Within-Groups	15345487094453094.000	142	108066810524317.560		
Total	16105222638094160.000	143			

(Sumber : Hasil SPSS Versi 23 /diolah sendiri, 2016)

Tabel di atas merupakan tahap akhir dari pengujian *Anova one way volume* transaksi *e-money* dari tahun 2010 sampai dengan 2015 dan kartu

kredit dan berikut penjelasan dari tabel di atas.

- ▶ Hipotesis
 H_0 : Tidak ada perbedaan jumlah volume pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-money*)
 H_1 : Ada perbedaan jumlah volume pada kartu kredit dengan uang elektronik (*e-money*)
- ▶ Tingkat Signifikansi $\alpha = 5\%$
 Daerah Kritis Jika $\text{Sig.} \leq \alpha$: tolak H_0
- ▶ Uji Statistik
 Sig.Kartu Kredit = 0.009 < $\alpha = 0.05$
- ▶ Keputusan Uji
 Karena nilai Sig.Kartu kredit > α maka keputusannya adalah gagal tolak H_0
- ▶ Kesimpulan
 Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa ke dua kartu *e-money* dan kartu kredit memiliki perbedaan di segi jumlah volume penggunaannya (gagal tolak H_0).

SIMPULAN

Kesimpulan

1. Penggunaan kartu kredit untuk selama periode tertentu, untuk periode 2010 transaksi untuk kartu kredit mencapai nilai 158,687,057 pertahun untuk periode 2011 mencapai nilai 178,160,763 pertahun, untuk periode 2012 mencapai nilai 197,558,985 pertahun naik dua kalilipat dari tahun sebelumnya, untuk periode 2013 mencapai nilai 219,026,984 pertahun, untuk periode 2014 mencapai 250,177,515 pertahun dan periode terahir 2015 mencapai nilai 273,141,967 pertahun.
2. Perbandingan penggunaan transaksi dan volume uang elektronik (*e-money*) dengan kartu kredit priode 2010 samapi dengan 2015 adalah
 - a. Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa kartu *e-money* dan kartu kredit memiliki perbedaan di segi jumlah transaksi.
 - b. Jadi dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan kesimpulan bahwa kartu *e-money* dan kartu kredit memiliki per-

bedaan di segi jumlah volume penggunaannya.

Saran

Dari hasil analisa perbandingan transaksi dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) dan dengan menggunakan kartu kredit, didapat beberapa saran untuk pengembangan selanjutnya, antara lain adalah :

1. Perlu diperbanyak perangkat keras dan perangkat lunak yang sudah ditentukan sebelumnya serta sumber daya manusia yang bertugas memonitor data sistem pelaporan transaksi uang elektronik (*e-money*) dan kartu kredit.
2. Perlu pemberian pelatihan kepada user yang akan menggunakan sistem transaksi uang elektronik (*e-money*) dan kartu kredit sehingga user dapat mengoperasikan sistem transaksi dengan lancar dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hidayat, Dkk, Tim Inisiatif 2006 "Grand Desain Upaya Peningkatan Penggunaan Pembayaran Non Tunai, 2006, Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money, Working Paper, Bank Indonesia.
- Andra Tanady, 2006, *Skripsi: Klaim Nasabah Kartu Kredit atas Permintaan Pembayaran yang Tidak Bertransaksi*, Fakultas Hukum USU, Medan, Hal. 26 AndraTanady, op.cit.
- Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah; Kartu Kredit dan Debit dalam Perspektif Fiqih*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).
- Abidin, Muhammad S. 2015. "Dampak Kebijakan E-money di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru". Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Adiyanti, Arsita I. 2015. "Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-money". Malang: Universitas Brawijaya.
- Burhanuddin Abdullah, *Paper Seminar Internasional Toward a Less Cash Society in Indonesia*, (Jakarta: Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Bank Indonesia, 2006).
- Dita Pratiwi, 2007, *Tesis: Aspek-aspek Hukum tentang Perjanjian Kredit Tanpa Agunan dalam Penerbitan Kartu Kredit Ditinjau dari KUH Perdata di Citibank Medan*, Fakultas Hukum USU, Medan.
- Dewi Indriastuti, Selasa 5 April 2011, *Gesek Berarti Hutang*, *Harian Kompas* No. 270 Tahun ke-46.
- Diyah NK. Makhijani, *E-Money, Inovasi Alat Pembayaran*, diakses pada tanggal 5 Oktober 2009 dari <http://www.majalahaIndonesia.com/E-Money.htm>.
- Fajrian, Hilman. 2015. "30% Lebih Boros Dengan Non Tunai". (online). (http://www.kompasiana.com/hilmanfajrian/30-lebih-boros-dengan-nontunai_55711ada2523bdf632584818), diakses 19 November 2015.
- Kurniawati, Eny. 2011. *Hemat Dengan Kartu Kredit*, Mizan Media Utama, Bandung.
- Lindawaty, 2000, *Skripsi: Aspek Yuridis tentang Pelaksanaan Kartu Kredit pada Bank Lippo Cabang Medan*, Fakultas Hukum USU, Medan, Hal. 40, Ibid.
- Mintarsih. 2013. "Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (EMoney) Dhubungkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen". *Jurnal Wawasan Hukum* Vol. 29 No. 02 September 2013. Bandung: Sekolah Tinggi Hukum Bandung.
- Muhammad Sofyan Abidin. 2015. "Dampak Kebijakan E-Money di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran yang Baru". *Jurnal Akuntansi UNESA* Vol. 3 No. 2 (2015) Volume No 2 Januari 2015. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, tentang Uang elektronik, Pasal 1 ayat 12.
- Penjelasan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009, tentang Uang elektronik, Pasal 17 ayat 3 huruf b.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang

- Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu.
Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*E-money*).
- Rivai Veithal, *Bank and Financial Institution Management*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Rivai Veithal, *Bank and Financial Institution Management*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Senduk, Safir. 2011. *Menyiasati Pembayaran Kartu Kredit*, Nova No. 934/XVIII, Jakarta www.bi.go.id www.mafiakartukredit.com Perkembangan Kartu Kredit di Indonesia Jurnal Manajemen Vol. 1, No. 1, 2011.
- Sumarto, A. Subroto, & A. Arianto. (2011). *Penggunaan Kartu Kredit dan Perilaku Belanja Kompulsif: Dampaknya pada Risiko Gagal Bayar*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 6 (1).
- Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 11/11/DASP, Perihal Uang elektronik, (Jakarta: BI, tertanggal 13 April 2009).
- Siti Hidayati, dkk, *Operasional E-Money*, (Jakarta: BI, 2006).
- Subagyo, 2005, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Solikin dan Suseno, 2002, *Uang Pengertian, Penciptaan & Peranannya Dalam Perekonomian, Seri Kebanksentralan Vol. 1*, Pusat Pendidikan & Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia, Jakarta.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

ANALISIS RASIO ROA DAN ROE DALAM MENILAI TINGKAT KESEHATAN PADA PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK TAHUN 2012 – 2017

Sutiman

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
soetiman2014@gmail.com

Abstrak

Tujuan dalam penulisan ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kesehatan rasio Return on Asset (ROA) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2012-2017, untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kesehatan rasio Return on Equity (ROE) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2012-2017, ntuk mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berdasarkan rasio Return on Asset (ROA) dan rasio Return on Equity (ROE) tahun 2012-2017. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan sampenya berupa neraca, dan laporan laba rugi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan anak perusahaan pada tahun 2012 sampai tahun 2017 yang diperoleh dari website resmi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yaitu <http://www.Mandiri.co.id> dan Otoritas Jasa Keuangan yaitu <https://ojk.go.id>. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan teknik yang digunakan Kepustakaan (Library Research), Dokumentasi, Internet Research penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif Pada perhitungan Return on Asset (ROA) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat” dengan memperoleh nilai rata-rata Return on Asset (ROA) sekitar 2,78% atau lebih besar dari (> 2,50%) Statistik Perbankan Indonesia. Pada perhitungan Return on Equity (ROE) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat” dengan memperoleh nilai rata-rata Return on Equity (ROE) sekitar 16,99% atau lebih besar dari (> 14,61%) Statistik Perbankan Indonesia. Kinerja keuangan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk yang dilihat dari hasil rasio Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE) menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat”.

Kata Kunci : Rasio, ROA, REO dan Kesehatan

Abstract

The purpose of this paper is to find out and analyze the level of health of the Return on Assets (ROA) ratio of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk in 2012-2017, to find out and analyze the level of health Return on Equity (ROE) ratio at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk in 2012-2017, to know and analyze the financial performance of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk based on the Return on Assets (ROA) ratio and the Return on Equity (ROE) ratio for 2012-2017. The population used in this study is the financial statements of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk and its accounts in the form of balance sheets, and income statements of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk and subsidiaries from 2012 to 2017 obtained from the official website of PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

namely <http://www.Mandiri.co.id> and the Financial Services Authority, namely <https://ojk.go.id>. The data collection method used in this study is secondary data, with techniques used in the Library (Library Research), Documentation, Internet Research. This research uses descriptive and quantitative analysis methods. In the calculation of Return on Assets (ROA) at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, indicates that the condition of a "healthy" company by obtaining an average value of Return on Assets (ROA) of around 2.78% or greater than (> 2.50%) Indonesian Banking Statistics. In the calculation of Return on Equity (ROE) at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, it shows that the condition of the company is "healthy" by obtaining an average value of Return on Equity (ROE) of around 16.99% or greater than (> 14.61 %) Indonesian Banking Statistics. Financial performance at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk which is seen from the results of the Return on Assets (ROA) and Return on Equity (ROE) ratio shows that the condition of the company is "healthy".

Keywords : Ratio, ROA, REO and Health

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perbankan mempunyai peran yang besar dalam kegiatan perekonomian hal ini dikarenakan perbankan memiliki fungsi utama sebagai suatu media yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana ke masyarakat. Bank dengan fungsi tersebut berperan dalam kegiatan pembangunan nasional, yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan dan pemerataan pembangunan ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat dengan memberikan pelayanan yang baik dan bermanfaat bagi perekonomian.

Dalam menciptakan kepercayaan masyarakat perbankan harus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya. Sehingga perbankan dapat menerapkan tata kelola dan kesehatan perbankan dengan baik. Saat nasabah tidak merasa puas, tanpa disadari telah mengancam reputasi bank. Inilah yang pernah terjadi di tengah kita : krisis perbankan nasional 1998.

Seiring dengan pulihnya kepercayaan nasabah terhadap industri perbankan Indonesia setelah mengalami krisis, kinerja keuangan perbankan mulai mengalami peningkatan. Perkembangan perbankan yang semakin meningkat berimplikasi terhadap persaingan di industri perbankan yang semakin kompetitif dalam menarik nasabah dalam menyusun program loyalitas agar memperoleh tingkat profit yang lebih sehat, terutama bagi nasabah korporasi dan komersial, serta membangun kepercayaan nasabah.

Salah satu syarat yang dapat mempengaruhi

kepercayaan dari masyarakat adalah tingkat kesehatan suatu bank. Sehingga, sangat diperlukan usaha untuk menciptakan dan memelihara kesehatan bank tersebut. Peran penting bank dalam menunjang perekonomian negara merupakan salah satu alasan mengapa kinerja keuangan perbankan senantiasa di analisis untuk mengetahui tingkat kesehatannya. Bank dikatakan sehat apabila dapat menjaga dan memelihara kepercayaan masyarakat, dalam menjalankan fungsi intermediasi, membantu kelancaran lintas bayar dan dapat digunakan pemerintah dalam melaksanakan berbagai kebijakan, khususnya kebijakan moneter.

Pelaksanaan penilaian terhadap kesehatan perbankan telah diatur berdasarkan pada lima komponen yaitu *Capital, Assets, Management, Earning*, dan *Liquidity* dikenal dengan metode CAMEL. Sesuai dengan ketetapan pemerintah melalui Bank Indonesia mengeluarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 9/24/DPbS tanggal 30 Oktober 2007 dan Peraturan Bank Indonesia No. 9/1/PBI/2007 dimana penilaian tingkat kesehatan (kinerja) dan surat keputusan direksi Bank Indonesia No. 30/12/kep/DIR/2007.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk merupakan salah satu Bank Umum Milik Negara terbesar di Indonesia jika dilihat dari sektor jumlah aset, pinjaman, dan deposito. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk juga telah berhasil mencetak perkembangan yang signifikan dalam pelayanan di sektor usaha kecil dan menengah (UKM) dan nasabah ritel. Dan beberapa tahun terakhir tepatnya pada

tahun 2017 PT Bank Mandiri (Persero) Tbk menjadi salah satu penerima penghargaan dari Bank Indonesia 2017 dengan nama kategori Bank Pendukung Pengendalian Moneter Rupiah dan Valas terbaik dari 16 (enam belas) kategori dan 30 (tiga puluh) penghargaan yang diberikan kepada individu, korporasi, dan perbankan, serta media (<https://www.bi.go.id/>, diakses pada tanggal 08 april 2018 pukul 03:54).

Selain itu, Direktur Riset Info bank, Eko B Supriyanto mengungkapkan di Hotel Atlet Century Park, Jakarta. Bahwa berdasarkan peringkat kepemilikan modal di atas Rp50 triliun, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk memperoleh rating tertinggi dengan predikat sangat bagus. Dengan menggunakan lima metode penilaian yaitu Permodalan *Capital Adequacy Ratio* (CAR), Aktiva Produktif *Non Performing Loan* (NPL) dan Pemenuhan Penyisihan Penghapusan Aktiva (PPPA), Profitabilitas *Return on Assest* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), Likuiditas *Loan to Deposit Ratio* (LDR) dan *Loan to Asset Ratio* (LAR), Efisiensi (Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) dan *Net Interest Margin* (NIM).

Pada penelitian ini penulis akan menggunakan metode penilaian *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) saja.

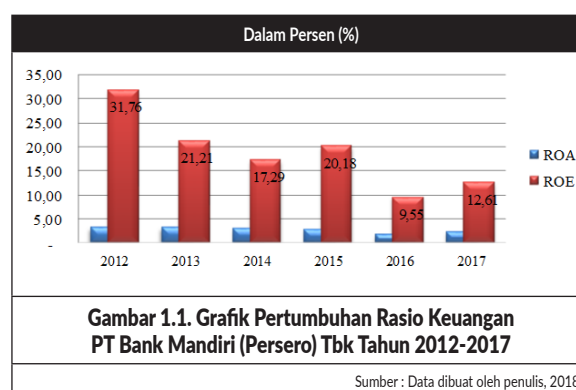
Return on Assets (ROA) atau disebut juga rentabilitas ekonomi untuk mengukur laba sebelum pajak dengan total aktiva yang dimiliki. *Return on Equity* (ROE) atau disebut juga rentabilitas modal sendiri untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.

Berikut adalah data pertumbuhan kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2017.

Tabel 1.2. Data Pertumbuhan Rasio Keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Tahun 2012-2017

Dalam Persen (%)				
Tahun	ROA	Naik (+) Turun (-)	ROE	Naik (+) Turun (-)
2012	3,23	-	31,76	-
2013	3,28	0,05	21,21	10,55
2014	3,04	-0,24	17,29	-3,92
2015	2,90	-0,14	20,18	2,89
2016	1,79	-1,11	9,55	-10,63
2017	2,41	0,62	12,61	3,06

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2018



Berdasarkan tabel 1.2 dan gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan rasio keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tahun 2012 sampai tahun 2017, terlihat pergerakan rasio *Return on Asset* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk tidak stabil. Dari tahun 2012 sampai tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 0,05% menjadi sebesar 3,28%, tetapi pada tahun 2014 sampai tahun 2016 mengalami penurunan secara berkala yaitu sebesar 0,24%, 0,14%, 1,11% menjadi sekitar 3,04%, 2,90%, 1,79%. Dan kembali mengalami peningkatan sekitar 0,62% menjadi sekitar 2,41%.

Sementara itu, rasio *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cenderung fluktuatif dari tahun 2012 sampai tahun 2013 mengalami peningkatan yang cukup signifikan sekitar 10,55% menjadi sekitar 21,21%, di tahun 2014 mengalami penurunan sekitar 3,92% menjadi sekitar 17,29% dan tahun 2015 kembali mengalami peningkatan sekitar 20,18%. Tahun 2016 kembali turun secara signifikan sekitar 10,63% menjadi sekitar 9,55%, dan kembali mengalami peningkatan sekitar 3,06% menjadi sekitar 12,61%.

Mengingat pentingnya peran perbankan dan semakin berkembangnya perbankan di Indonesia, maka diperlukan peraturan yang bertujuan untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap aktivitas perbankan. Oleh sebab itu, Bank Indonesia menerbitkan peraturan baru mengenai tata pelaksanaan penilaian tingkat kesehatan bank, yaitu Peraturan Bank Indonesia Nomor: 13/1/PBI/2011 tentang penilaian tingkat kesehatan bank umum. Peraturan ini menggantikan penilaian CAMELS dalam S-S-E BI No. 6/23/DPNP tanggal 31 Mei 2004.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penilaian kesehatan berdasarkan kinerja keuangan perbankan dengan menggunakan rasio keuangan. Oleh karena itu peneliti memilih judul "Analisis Rasio ROA dan ROE Dalam Menilai Tingkat Kesehatan Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Tahun 2012 - 2017".

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. *Return on Asset* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cenderung tidak stabil.
2. *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cenderung mengalami fluktuatif.
3. Tingkat Kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk memperoleh rating tertinggi dengan predikat sangat bagus

Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu melebar serta terbatasnya waktu peneliti dalam melakukan penelitian, maka peneliti membatasi hanya pada hal-hal sebagai berikut:

1. Ruang Lingkup
 - a. Data penelitian ini peneliti mengambil data yang bersumber dari laporan keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 31 Desember 2012 sampai dengan 31 Desember 2017 yang dapat di unduh dari situs resmi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk di <http://www.Mandiri.co.id> dan Otoritas Jasa Keuangan yaitu <https://ojk.go.id>.
 - b. Penelitian dan pengambilan data ini dilaksanakan pada bulan April 2018.
2. *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio untuk mengukur laba sebelum pajak dengan total aset atau rasio untuk memperoleh laba secara keseluruhan.
3. *Return on Equity* (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba setelah pajak dengan modal sendiri atau rasio untuk menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.

Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kesehatan rasio *Return on Asset* (ROA) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2012-2017 ?
2. Bagaimana tingkat kesehatan rasio *Return on Equity* (ROE) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk tahun 2012-2017 ?
3. Bagaimana kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berdasarkan rasio *Return on Asset* (ROA) dan rasio *Return on Equity* (ROE) tahun 2012-2017 ?

Analisis Kinerja Keuangan

1. Definisi Analisis Kinerja Keuangan

Menurut Munawir (2010:30) kinerja keuangan merupakan satu diantara dasar penilaian mengenai kondisi keuangan perusahaan yang dilakukan berdasarkan analisa terhadap rasio keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan adalah penentuan secara periodik tampilan keuangan berdasarkan sasaran, standar dan kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Kinerja keuangan dapat dinilai dari kinerja untuk tahun yang lalu maupun yang sedang berjalan dengan menganalisis laporan keuangan sehingga, dapat menggambarkan dengan kondisi kesehatan keuangan perusahaan.

2. Tahap-tahap Dalam Menganalisis Kinerja Keuangan

Penilaian kinerja setiap perusahaan berbeda-beda tergantung ruang lingkup bisnis yang dijalankan. Menurut Irham Fahmi (2014:240), ada 5 (lima) tahap dalam menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan secara umum, yaitu :

- a. Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan.
Review disini dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang sudah dibuat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi, sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan ter-

- sebut dapat dipertanggungjawabkan.
- b. Melakukan perhitungan.
Penerapan metode perhitungan disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.
 - c. Melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan yang diperoleh.
Dari hasil perhitungan yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan berbagai perusahaan lainnya. Metode yang paling umum digunakan untuk melakukan perbandingan dari perhitungan kinerja keuangan ada tiga, yaitu :
 - 1) *Times series analysis*, yaitu membandingkan antar waktu atau periode dengan tujuan itu nantinya akan terlihat pada grafik.
 - 2) *Cross sectional approach*, yaitu melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan rasio-rasio yang telah dilakukan antar perusahaan dalam ruang lingkup yang sejenis yang dilakukan secara bersamaan.
 - 3) *Combine Analysis*, yaitu mengkombinasikan *cross section* dan *time series analysis*.
Dari hasil penggunaan ketiga metode ini diharapkan nantinya akan diperoleh kesimpulan yang menyatakan posisi perusahaan tersebut berada dalam kondisi sehat atau tidak sehat.
 - d. Melakukan penafsiran (*interpretation*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.
Pada tahap ini seorang analis melihat kinerja keuangan perusahaan setelah dilakukan ketiga tahap tersebut maka selanjutnya dilakukan penafsiran untuk melihat apa-apa saja permasalahan dan kendala-kendala yang dialami oleh perusahaan.
 - e. Mencari dan memberikan pemecahan masalah (*solution*) terhadap berbagai

permasalahan yang ditemukan.

Pada tahap terakhir ini setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka seorang analis harus mencari solusi guna memberikan suatu masukan agar apa yang menjadi kendala dan hambatan selama ini dapat diselesaikan.

3. Penilaian Tingkat Kesehatan

Menurut Totok dan Nuritomo (2014:73) dalam Bernadetha Dian Septiana (2015 :7) bahwa kesehatan suatu bank dapat diartikan sebagai kemampuan suatu bank untuk melakukan kegiatan operasional perbankan secara normal dan mampu memenuhi semua kewajibannya dengan baik dengan cara-cara yang sesuai dengan peraturan perbankan yang berlaku.

Tingkat kesehatan bank merupakan hasil penilaian atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi atau kinerja suatu bank. Tingkat kesehatan bank juga merupakan hasil penilaian kualitatif atas berbagai aspek yang berpengaruh terhadap kondisi atau kinerja suatu bank melalui penilaian faktor permodalan, kualitas asset, manajemen, rentabilitas, dan likuiditas.

Penilaian ini bertujuan untuk menentukan apakah bank tersebut dalam kondisi sehat atau tidak sehat sehingga Bank Indonesia sebagai pengawas dan pembina bank-bank dapat memberikan arahan atau petunjuk bagaimana bank tersebut harus dijalankan atau bahkan diberhentikan dalam kegiatan operasinya.

Likuiditas (*Liquidity*)

1. Pengertian Likuiditas (*Liquidity*)

Likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Likuiditas diperlukan kepentingan analisis kredit atau analisis risiko keuangan. Bagi bank rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam membayar kembali pencairan dana para deposannya pada saat ditagih serta dapat mencukupi permintaan

kredit yang telah diajukan. Semakin sebesar rasio ini, maka semakin likuid perusahaan yang bersangkutan (Kasmir, 2016:221).

2. Jenis-Jenis Likuiditas (*Liquidity*)

Rasio Likuiditas (*liquidity*) dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio sebagai berikut :

a. *Current Ratio* (CR)

Current Ratio (CR) atau rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam membayar utang jangka pendek yang segera jatuh tempoh pada saat ditagih secara keseluruhan (Kasmir, 2016 :134).

Rumus untuk menghitung *Current Ratio* (CR) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Current\ Ratio = \frac{Current\ Asset}{Current\ Liabilities} \times 100\%$$

Gambar 2.1. Rumus Menghitung *Current Ratio* (CR)
 Sumber : Kasmir, (2016 :134)

Tabel 2.1. Matriks Kategori Komponen Likuiditas *Current Ratio* (CR)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	CR > 200%
Tidak Sehat	CR < 200%

Sumber : SE BI No. 6/23/DPNP 2004 tahun 2008 dalam Dwinta Juliana Rizkiyan (2014:48).

b. *Quick Ratio* (QR)

Quick Ratio (QR) atau rasio sangat lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam memenuhi kewajibannya terhadap para deposan (pemilik simpanan giro, tabungan, dan deposito) dengan harta yang paling likuid yang dimiliki oleh bank (Kasmir, 2016 : 221).

Rumus untuk menghitung *Quick Ratio* (QR) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Quick\ Ratio = \frac{Cash\ Assets}{Total\ Deposit} \times 100\%$$

Gambar 2.2. Rumus Menghitung *Quick Ratio* (QR)
 Sumber : Kasmir, (2016:221)

Tabel 2.2. Matriks Kategori Komponen Likuiditas *Quick Ratio* (QR)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	QR > 15% -20%
Tidak Sehat	QR < 15% -20%

Sumber : SE BI No. 6/10/PBU 2004 tanggal 12 April 2004 dalam Nurul Hidayati & Sri Utiyati, (2013:11).

c. *Cash Ratio* (CR)

Cash Ratio (CR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang (Kasmir, 2016: 224).

Rumus untuk menghitung *Cash Ratio* (CR) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Cash\ Ratio = \frac{Liquid\ assets}{Short\ Term\ borrowing} \times 100\%$$

Gambar 2.3. Rumus Menghitung *Cash Ratio* (CR)
 Sumber : Kasmir, (2016:224)

Tabel 2.3. Matriks Kategori Komponen Likuiditas *Cash Ratio* (CR)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	CR > 80%
Tidak Sehat	CR < 80%

Sumber : SE BI No. 6/10/PBU 2004 tanggal 12 April 2004 dalam Nurfadilla Ayu .Badarulia, (2017:30).

d. *Banking Ratio* (BR)

Banking Ratio (BR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat likuiditas bank dengan cara membandingkan jumlah kredit yang disalurkan dengan jumlah deposito yang dimiliki oleh bank (Kasmir, 2016:223).

Rumus untuk menghitung *Banking Ratio* (BR) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Banking\ Ratio = \frac{Total\ Loans}{Total\ Deposit} \times 100\%$$

Gambar 2.4 Rumus Menghitung *Banking Ratio* (BR)
 Sumber : Kasmir, (2016:223)

Tabel 2.4. Matriks Kategori *Banking Ratio* (BR)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	BR > 75%-85%
Tidak Sehat	BR < 75%-85%

Sumber : SE BI No. 6/10/PBU 2004 tanggal 12 April 2004 dalam Nurul Hidayati & Sri Utiyati, (2013 :11)

e. *Loan to Deposito Ratio* (LDR)

Loan to Deposit Ratio (LDR) merupakan perbandingan antara jumlah kredit yang diberikan oleh bank (tidak termasuk antar bank) dibandingkan dengan jumlah dana yang diterima (tidak termasuk antar bank) (Lalu Gede Sava Ahmad, 2013:5).

Rumus untuk menghitung *Loan to Deposito Ratio* (LDR) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Loan to Deposito Ratio} = \frac{\text{Kredit}}{\text{Dana Pihak Ketiga}} \times 100\%$$

Gambar 2.5. Rumus Menghitung *Loan to Deposito Ratio* (LDR)

Sumber : Lalu Gede Sava Ahmad, (2013:5)

Tabel 2.5. Matriks Kategori *Loan to Deposito Ratio* (LDR)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	LDR < 94,09%
Tidak Sehat	LDR > 94,09%

Sumber : SPI- Vol. 16 No. 10, September 2018

Solvabilitas (*Leverage*)

1. Definisi Solvabilitas

Menurut Kasmir (2016:229) Rasio Solvabilitas bank merupakan ukuran kemampuan bank dalam mencari sumber dana untuk membiayai kegiatannya. Rasio ini digunakan untuk mengukur kekayaan bank untuk melihat efisiensi bagi pihak manajemen bank tersebut.

Dalam rasio solvabilitas terdapat jenis-jenis sebagai berikut:

a. *Primary Ratio* (PR)

Primary Ratio (PR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur apakah permodalan yang dimiliki sudah memadai atau sejauh mana penurunan yang terjadi dalam total aset dapat ditutupi oleh *capital equity*.

Rumus untuk menghitung *Primary Ratio* (PR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Primary Ratio} = \frac{\text{Equity Capital}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Gambar 2.6. Rumus Menghitung *Primary Ratio* (PR)

Sumber : Kasmir, (2016:229)

b. *Risk Assets Ratio* (RAR)

Risk Assets Ratio (RAR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemungkinan penurunan *risk assets ratio* (risiko Asset).

Rumus untuk menghitung *Risk Assets Ratio* (RAR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Risk Assets Ratio} = \frac{\text{Equity Capital}}{\text{Total Assets} - \text{Cash Assets} - \text{Securities}} \times 100\%$$

Gambar 2.7. Rumus Menghitung *Risk Assets Ratio* (RAR)

Sumber : Kasmir, (2016:230)

c. *Secondary Risk Ratio* (SRR)

Rasio ini digunakan untuk mengukur penurunan aset yang mempunyai risiko lebih tinggi.

Rumus untuk menghitung *Secondary Risk Ratio* (SRR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Secondary Risk Ratio} = \frac{\text{Equity Capital} + \text{Reserve for Loan Losses}}{\text{Secondary Risk Assets}} \times 100\%$$

Gambar 2.7. Rumus Menghitung *Secondary Risk Ratio* (SRR)

Sumber : Kasmir, (2016:232)

Aktivitas (*Activity*)

Definisi Aktivitas

Menurut Kasmir (2016:172) aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Dari hasil pengukuran dengan rasio aktivitas ini akan terlihat apakah perusahaan lebih efisien dan efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya atau mungkin justru sebaliknya.

Jenis-Jenis Aktivitas

a. Perputaran Piutang *Receivable Turn Over* (RTO)

Perputaran Piutang *Receivable Turn Over* (RTO) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

Rumus untuk menghitung *Receivable Turn Over* (RTO) dapat dirumuskan sebagai

berikut :

$$\text{Receivable Turn Over} = \frac{\text{Penjualan kredit}}{\text{Piutang}}$$

Gambar 2.8. Rumus Menghitung Receivable Turn Over (RTO)

Sumber : Kasmir, (2016:176)

- b. Perputaran Persediaan *Inventory Turn Over* (ITO)

Rasio ini yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini berputar dalam suatu periode.

Rumus untuk menghitung *Inventory Turn Over* (ITO) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

Gambar 2.9. Rumus Menghitung Inventory Turn Over (ITO)

Sumber : Kasmir, (2016:181)

- c. Perputaran Modal Kerja *Working Turn Over* (WTO)

Perputaran Modal Kerja *Working Turn Over* (WTO) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja berputar selama satu periode atau dalam suatu periode.

Rumus untuk menghitung *Working Turn Over* (WTO) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Working Turn Over} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Modal kerja}}$$

Gambar 2.10. Rumus Menghitung Working Turn Over (WTO)

Sumber : Kasmir, (2016:183)

- d. *Total Assets Turn Over* (TATO)

Total Assets Turn Over (TATO) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari setiap rupiah aktiva.

Rumus untuk menghitung *Total Assets Turn Over* (TATO) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Total Assets Turn Over} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Gambar 2.11. Rumus Menghitung Total Assets Turn Over (TATO)

Sumber : Kasmir, (2016:183)

Profitabilitas (*Earning*)

Definisi Profitabilitas

Menurut Hery (2014:192) profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur efektivitas kinerja manajemen. Kinerja yang baik terlihat dari keberhasilan manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan.

Jenis-Jenis Profitabilitas

Berikut adalah jenis-jenis profitabilitas yang lazim digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

- a. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui presentasi laba dari kegiatan usaha murni dari bank yang bersangkutan setelah dikurangi biaya-biaya.

Rumus untuk menghitung *Gross Profit Margin* (GPM) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Operating Income} - \text{Operating Expense}}{\text{Operating Income}} \times 100\%$$

Gambar 2.12 Rumus Menghitung Gross Profit Margin (GPM)

Sumber : Kasmir, (2016:234)

Tabel 2.6. Matriks Kategori Gross Profit Margin (GPM)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	GPM > 28,42%
Tidak Sehat	GPM < 28,42%

Sumber : SPI- Vol. 16 No. 10, September 2018

- b. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan bank dalam menghasilkan pen-

dapatan dengan perbandingan antara laba bersih dengan penjualan.

Rumus untuk menghitung *Net Profit Margin* (NPM) adalah sebagai berikut :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Gambar 2.13. Rumus Menghitung Net Profit Margin (NPM)

Sumber : Kasmir, (2016:20)

Tabel 2.7. Matriks Kategori Net Profit Margin (NPM)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	NPM > 5%
Tidak Sehat	NPM < 5%

Sumber : SE BI No. 6/10/PBU 2004 tanggal 12 April 2004 dalam Nurul Hidayati & Sri Utiyati, (2013:11).

b. *Return On Assets* (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan.

Rumus untuk menghitung *Return on Assets* (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Gambar 2.14. Rumus Menghitung Return on Assets (ROA)

Sumber : Lampiran SE BI No.6/23/DPNP tahun 2004

Tabel 2.8. Matriks Kategori Return on Assets (ROA)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	ROA > 2,50%
Tidak Sehat	ROA < 2,50%

Sumber : SPI- Vol. 16 No. 10, September 2018

c. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) adalah perbandingan antara laba bersih dengan modal sendiri. Rasio ini merupakan indikator bagi para pemegang saham dan calon investor untuk mengukur kemampuan bank dalam memperoleh keuntungan bersih dikaitkan dengan pembayaran deviden.

Rumus untuk menghitung *Return on Equity* (ROE) adalah sebagai berikut :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

Gambar 2.1. Rumus Menghitung Return on Equity (ROE)

Sumber : Lampiran SE BI No.6/23/DPNP tahun 2004

Tabel 2.9. Matriks Kategori Return on Equity (ROE)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	ROE > 14,61 %
Tidak Sehat	ROE < 14,61 %

Sumber : SPI- Vol. 16 No. 10, September 2018

d. *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO)

Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) adalah perbandingan antara biaya operasional dan pendapatan operasional. Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatannya.

Rumus untuk menghitung *Beban Operasional Pendapatan Operasional* (BOPO) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Beban Operasional Pendapatan Operasional} = \frac{\text{Beban Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

Gambar 2.16. Rumus Menghitung Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO)

Sumber : Lampiran SE BI No.6/23/DPNP Tahun 2004

Tabel 2.10. Matriks Kategori Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO)

Kategori	Hasil Rasio
Sehat	BOPO < 79,13%
Tidak Sehat	BOPO > 79,13%

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia- Vol. 16 No. 10, September 2018

e. *Laba Per Lembar Saham Biasa Earning Per Share of Common Stock* (EPS)

Laba Per Lembar Saham Biasa Earning Per Share of Common Stock (EPS) disebut juga rasio nilai buku merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham dengan cara perbandingan laba saham biasa dengan saham biasa yang beredar.

Rumus menghitung *Earning Per Share of Common Stock* (EPS) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Earning Per Share of Common Stock} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa Yang Beredar}} \times 100\%$$

Gambar 2.17. Rumus Menghitung Earning Per Share of Common Stock (EPS)

Sumber : Kasmir, (2018:207)

METODE

Ruang Lingkup Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan data sekunder Laporan Keuangan dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Yang diperoleh dari website resmi periode : <https://www.bankmandiri.co.id/web/ir/annual-reports> periode tahun 2012 sampai dengan tahun 2017.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh penulis bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu data-data yang bersifat angka menurut Sugiyono (2009:23) dalam Mitra Adri Anus (2017:66). Penelitian yang dilakukan dengan menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat umum atau generalisasi menurut Sugiyono (2006:143) dalam Mitra adri anus (2017:66). Dalam hal ini penulis mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan laporan keuangan perusahaan.

3. Waktu Penelitian

Proses penelitian yang akan penulis laksanakan diharapkan dapat selesai dalam 8 bulan, mulai dari seminar usulan penelitian sampai menyelesaikan skripsi.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:215) populasi adalah wilayah generalisasi yang atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:215) sampel adalah bagian dari populasi itu. Dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti mengambil sampel berupa neraca, dan laporan laba rugi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan anak perusahaan pada tahun 2012 sampai tahun 2017 yang diperoleh dari website resmi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yaitu <http://www.Mandiri.co.id> dan Otoritas Jasa Keuangan yaitu <https://ojk.go.id>.

Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Kepustakaan (*Library Research*)

Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan membaca dan memahami dari buku-buku seperti, buku manajemen keuangan, analisis laporan keuangan, bank dan lembaga keuangan lainnya, dan hal lain yang berhubungan dengan aspek yang diteliti sebagai upaya untuk memperoleh data yang valid.

2. Dokumentasi

Dokumen adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan mencatat atau manggandakan dokumen-dokumen. Data-data atau dokumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini berupa laporan keuangan (neraca dan laporan laba rugi) maupun laporan tahunan (*Annual Report*) yang telah dipublikasikan secara resmi baik dari Bursa Efek Indonesia (BEI), maupun PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, serta penelitian terdahulu yang nantinya akan dianalisis dan diambil kesimpulannya.

3. *Internet Research*

Terkadang buku referensi atau literatur yang kita miliki atau pinjam diperpustakaan telah ada selama beberapa waktu atau kadaluwarsa, karena ilmu selalu berkembang penulis melakukan penelitian dengan teknologi berkembang yaitu dengan internet sehingga data yang diperoleh *up to date*.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan kuantitatif, yaitu menjelaskan penilaian tingkat kesehatan bank dengan menggunakan rasio likuiditas dan profitabilitas yang kemudian membandingkannya dengan statistik perbankan Indonesia -Vol. 16 No. 10, September 2018. Sehingga, diperoleh hasil penilaian tingkat kesehatan bank sesuai dengan statistik perbankan Indonesia -Vol. 16 No. 10, September 2018.

Menurut Sofyan Safri Harahap (2008:304) dalam Mitra Adri Anus (2017: 74), rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan, sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan sebagainya.

Dalam mengukur rasio likuiditas dan profitabilitas, metode analisa dapat dilakukan dengan menggunakan rasio sebagai berikut :

1. *Return on Assets* (ROA)

Menurut Kasmir (2012:2015) *Return on Assets* (ROA) atau rentabilitas ekonomi merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sebelum pajak dengan total seluruh aktiva. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan aktiva secara keseluruhan.

Rumus untuk menghitung *Return on Assets* (ROA) adalah sebagai berikut :

$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$
Gambar 3.1. Rumus Menghitung Return on Assets (ROA)
Sumber : Lampiran SE BI No.6/23/DPNP tahun 2004

2. *Return on Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2012:204) *Return on Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri.

Rumus untuk menghitung *Return on Equity* (ROE) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$
Gambar 3.2. Rumus Menghitung Return on Equity (ROE)
Sumber : Lampiran SE BI No.6/23/DPNP tahun 2004

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data dapat diperinci sebagai berikut:

1. Mereview dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan rasio *Return on Assets* (ROA) dan rasio *Return on Equity* (ROE).
2. Menghitung nilai indikator dari masing-masing *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) sehingga diperoleh nilai dari masing-masing rasio.
3. Lalu membandingkan nilai rata-rata Rasio Profitabilitas yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) yang telah diperoleh dengan matriks kategori dari masing-masing rasio yang mengacu pada Surat Edaran Bank Indonesia No 6/23/DPNP/Tahun 2004 dan Statistik Perbankan Indonesia -Vol. 16 No. 10, September 2018.
4. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan mengenai tingkat kesehatan kinerja keuangan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk apakah berada dalam kondisi sehat, atau tidak sehat.

HASIL dan PEMBAHASAN

1. **Data Laporan Keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk**

Berikut ini ringkasan Laporan Keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 31 Desember 2012 sampai dengan 31 Desember 2017.

- a. Total Asset PT Bank Mandiri (Persero) Tbk selama tahun 2012-2017 cenderung mengalami peningkatan secara berturut-turut yaitu tahun 2012 sebesar Rp635.619 miliar, tahun 2013 sebesar Rp733.100 miliar, tahun 2014 sebesar Rp855.040 miliar, tahun 2015 sebesar Rp910.063 miliar, tahun 2016 sebesar Rp1.038.706 miliar, dan tahun 2017 sebesar Rp1.124.701 miliar. Di mana nilai tertinggi terjadi pada tahun 2017 atau tumbuh sekitar 8,28% dan nilai terendah terjadi pada tahun 2012 atau tumbuh sekitar 0%, sehingga nilai

rata-rata total asset sebesar Rp882.871,500 miliar atau tumbuh sekitar 12,17%.

- b. Laba sebelum pajak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk selama tahun 2012-2017 cenderung mengalami peningkatan secara berturut-turut yaitu tahun 2012 sebesar Rp20.504 miliar, tahun 2013 sebesar Rp24.062 miliar, tahun 2014 sebesar Rp26.008 miliar, tahun 2015 sebesar Rp26.369 miliar, dan tahun 2017 sebesar Rp27.157 miliar. Kecuali, pada tahun 2016 laba sebelum pajak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami penurunan sekitar 29,57% menjadi sekitar sebesar Rp18.573 miliar. Dimana nilai tertinggi terjadi pada tahun 2017 atau tumbuh sekitar 8,28% dan nilai terendah terjadi pada tahun 2012 atau tumbuh sekitar 0%, sehingga rata-rata laba sebelum pajak menjadi sebesar Rp23.945,50 miliar atau tumbuh sekitar 8,72%.
- c. Laba setelah pajak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk selama tahun 2012-2017 cenderung mengalami peningkatan secara berturut-turut yaitu tahun 2012 sebesar Rp16.044 miliar, tahun 2013 sebesar Rp18.830 miliar, tahun 2014 sebesar Rp20.655 miliar, tahun 2015 sebesar Rp21.152 miliar, tahun 2017 sebesar Rp21.443 miliar. Kecuali, di tahun 2016 laba setelah pajak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami penurunan sekitar 30,74% menjadi sekitar sebesar Rp14.650 miliar. Dimana nilai tertinggi terjadi pada tahun 2017 atau tumbuh sekitar 46,37% dan nilai terendah terjadi pada tahun 2012 atau tumbuh sekitar 0%, sehingga rata-rata laba sebelum pajak menjadi sebesar Rp18.795,67 miliar atau tumbuh sekitar 9,02% rata-rata laba sebelum pajak menjadi sebesar Rp18.795,67 miliar atau tumbuh sekitar 9,02%.
- d. Total Modal PT Bank Mandiri (Persero) Tbk selama tahun 2012-2017 cenderung mengalami peningkatan secara berturut-turut yaitu tahun 2012 sebesar Rp75.756 miliar, tahun 2013 sebesar Rp88.791 miliar, tahun 2014 sebesar Rp104.845 miliar, tahun 2015 sebesar Rp119.492 miliar, tahun 2016 sebesar Rp170.006 miliar. Kecuali di tahun

2017 total Modal PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami penurunan sekitar 9,79% menjadi sekitar sebesar Rp153.370 miliar. Di mana nilai tertinggi terjadi pada tahun 2016 atau tumbuh sekitar 42,21% dan nilai terendah terjadi pada tahun 2012 atau tumbuh sekitar 0%, sehingga nilai rata-rata total Modal sebesar Rp118.710 miliar atau tumbuh sekitar 16,35%.

2. Perhitungan Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

a) Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Semakin besar *Return on Assets* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, maka semakin baik tingkat keuntungan bank dan semakin baik posisi bank dari segi penggunaan asetnya. Artinya tingkat keuntungan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk akan semakin besar.

Perhitungan *Return on Assets* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk selama enam tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 4.4. Perhitungan Return on Assets (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 31 Desember 2012-2017 (Dalam Jutaan Rupiah &%)

Uraian	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Laba Sebelum Pajak	20.504.268	24.061.837	26.008.015	26.369.430	18.573.965	27.156.863
Total Aset	635.618.708	733.099.762	855.039.673	910.063.409	1.038.706.009	1.124.700.847
ROA	3,22%	3,28%	3,04%	2,90%	1,79%	2,42%

Sumber : Diolah oleh penulis, 2018

Return on Assets (ROA) tahun 2012 : Laba Sebelum Pajak sebesar Rp20.504.268,-. Total Aset sebesar Rp635.618.708,-. Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2012 :

$$\begin{aligned}
 \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp } 20.504.268,-}{\text{Rp } 635.618.708,-} \times 100\% \\
 &= 3,22\%
 \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA) tahun 2013 : Laba Sebelum Pajak sebesar Rp24.061.837,-

. Total Aset sebesar Rp733.099.762,- Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2014 :

$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 24.061.837,-}{\text{Rp } 733.099.762,-} \times 100\% \\ &= 3,28\% \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA) tahun 2014 : Laba Sebelum Pajak pada tahun 2014 adalah sebesar Rp26.008.015,-. Total Aset pada tahun 2014 sebesar Rp855.039.673,-. Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2014 :

$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 26.008.015,-}{\text{Rp } 855.039.673,-} \times 100\% \\ &= 3,04\% \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA) tahun 2015 : Laba Sebelum Pajak sebesar Rp26.369.430,-. Total Aset sebesar Rp910.063.409,-. Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2015 :

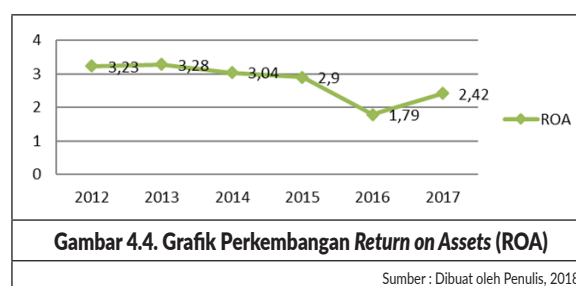
$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 26.369.430,-}{\text{Rp } 910.063.409,-} \times 100\% \\ &= 2,90\% \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA) tahun 2016 : Laba Sebelum Pajak sebesar Rp18.572.965,- Total Aset sebesar Rp1.038.706.009,-. Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2016 :

$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 18.572.965,-}{\text{Rp } 1.038.706.009,-} \times 100\% \\ &= 1,79\% \end{aligned}$$

Return on Assets (ROA) tahun 2017 : Laba Sebelum Pajak sebesar Rp27.156.863,- Total Aset sebesar Rp1.124.701.847,-. Maka, *Return on Assets* (ROA) pada tahun 2017 :

$$\begin{aligned} \text{Return on Assets (ROA)} &= \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 27.156.863,-}{\text{Rp } 1.124.701.847,-} \times 100\% \\ &= 2,42\% \end{aligned}$$



Perhitungan dan grafik perkembangan *Return on Assets* (ROA) di atas terlihat bahwa selama enam (6) tahun terakhir terjadi kecenderungan berfruktuasi. Perkembangan *Return on Assets* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yaitu pada tahun 2012 memperoleh sekitar 3,23%, dan mengalami peningkatan pada tahun 2013 sekitar 0,05% yaitu menjadi sekitar 3,28%.

Namun, pada tahun 2014, sampai tahun 2016 *Return on Assets* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami penurunan yaitu sekitar 41,12% menjadi sekitar 3,04%, 2,90%, dan 1,79%. Dan kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2017 yaitu sekitar 0,63%.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa selama enam (6) tahun terakhir rata-rata *Return on Assets* (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 2,78%.

b) *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) digunakan untuk menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin besar *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, maka semakin baik posisi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari segi penggunaan modal. Artinya posisi pemilik perusahaan akan semakin kuat.

Tabel 4.5. Perhitungan Return on Equity (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 31 Desember 2012-2017 (Dalam Jutaan Rupiah)

Uraian	2012	2013	2014	2015	2016	2016
Laba Sebelum Pajak	16.043.618	18.829.934	20.654.783	21.152.398	14.650.163	21.443.042
Total Modal	75.755.589	88.790.596	104.844.562	119.491.841	153.369.723	170.006.132
ROE	21,18%	21,21%	19,70%	17,70%	9,55%	12,61%

Sumber : Diolah oleh penulis, 2018

Return on Equity (ROE) tahun 2012 :
 Laba setelah pajak sebesar Rp16.043.618,-.
 Total modal sebesar Rp75.755.589,-. Maka,
Return on Equity (ROE) pada tahun 2012
 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 16.043.618,-}{\text{Rp } 75.755.589,-} \times 100\% \\ &= 21,18\% \end{aligned}$$

Return on Equity (ROE) tahun 2013 :
 Laba setelah pajak sebesar Rp18.829.934,-.
 Total modal sebesar Rp88.790.596,-. Maka,
Return on Equity (ROE) pada tahun 2013
 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 18.829.934,-}{\text{Rp } 88.790.596,-} \times 100\% \\ &= 21,20\% \end{aligned}$$

Return on Equity (ROE) tahun 2014 :
 Laba setelah pajak sebesar Rp20.654.783,-.
 Total sebesar Rp104.844.562,-. sebesar
 Rp104.844.562,-. Maka, *Return on Equity*
 (ROE) pada tahun 2014 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 20.654.783,-}{\text{Rp } 104.844.562,-} \times 100\% \\ &= 19,70\% \end{aligned}$$

Return on Equity (ROE) tahun 2015:
 Laba setelah pajak sebesar Rp21.152.398,-.
 Total modal sebesar Rp119.491.841,-. Maka,
Return on Equity (ROE) pada tahun 2015
 adalah :

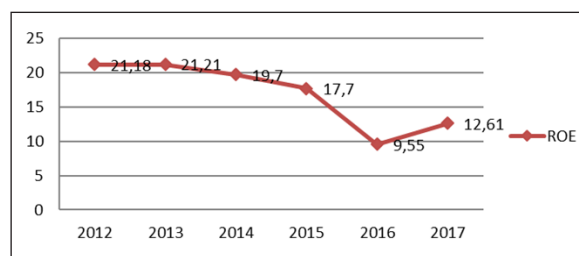
$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 21.152.398,-}{\text{Rp } 119.491.841,-} \times 100\% \\ &= 17,70\% \end{aligned}$$

Return on Equity (ROE) tahun 2016:
 Laba setelah pajak sebesar Rp14.650.163,-.
 Total modal sebesar Rp153.369.723,-. Maka,
Return on Equity (ROE) pada tahun 2016
 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 14.650.163,-}{\text{Rp } 153.369.723,-} \times 100\% \\ &= 9,55\% \end{aligned}$$

Return on Equity (ROE) tahun 2017:
 Laba setelah pajak sebesar Rp21.443.042,-.
 Total modal sebesar Rp170.006.132,-. Maka,
Return on Equity (ROE) pada tahun 2017
 adalah :

$$\begin{aligned} \text{Return on Equity (ROE)} &= \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Modal}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 21.443.043,-}{\text{Rp } 170.006.132,-} \times 100\% \\ &= 12,61\% \end{aligned}$$



Gambar 4.5. Grafik Perkembangan *Return on Equity* (ROE)

Sumber : Dibuat oleh Penulis, 2018

Dari perhitungan dan grafik perkembangan *Return on Equity* (ROE) di atas terlihat bahwa selama enam (6) tahun terakhir terjadi kecenderungan fruktatif mengalami naik turun. Perkembangan *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yaitu pada tahun 2012 memperoleh sekitar 21,18%, dan mengalami peningkatan pada tahun 2013 sekitar 0,03% yaitu menjadi sekitar 21,21%.

Namun, pada tahun 2014 sampai tahun 2016 *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami penurunan yaitu sekitar 51,52% menjadi sekitar 19,7%, 17,7%, dan 9,55%. Kemudian, mengalami peningkatan kembali yang cukup signifikan pada tahun 2017 yaitu, sekitar 3,06% menjadi sekitar 12,61%.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa selama enam (6) tahun terakhir rata-rata

Return on Equity (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sekitar 16,99 %.

3. Kinerja Keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

Untuk mengukur kinerja keuangan atau tingkat kesehatan keuangan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, penulis melakukan perhitungan rata-rata terlebih dahulu untuk rasio keuangan yang diteliti. Setelah itu, hasilnya diperbandingkan dengan Statistik Perbankan Indonesia -Vol. 16 No. 10, September 2018.

Adapun perhitungan rata-rata rasio *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) Statistik Perbankan Indonesia dan kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6. Kinerja Keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Tahun 2012-2017

Tahun	ROA	SPI =>2,50	ROE	SPI =>14,61
2012	3,23%	Sehat	21,18%	Sehat
2013	3,28%	Sehat	21,21%	Sehat
2014	3,04%	Sehat	19,70%	Sehat
2015	2,90%	Sehat	17,70%	Sehat
2016	1,79%	Tidak Sehat	9,55%	Tidak Sehat
2017	2,42%	Tidak Sehat	12,61%	Tidak Sehat
Rata-rata	2,78%	Sehat	16,99%	Sehat

Sumber : Diolah oleh penulis, 2018

Berdasarkan data hasil analisis rasio di atas dapat diukur kinerja keuangan untuk setiap rasio yang telah dibandingkan dengan statistik perbankan indonesia, maka dapat dianalisis sebagai berikut:

1. *Return on Assets* (ROA)
Return on Assets (ROA) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 dengan memperoleh predikat sehat, sedangkan pada tahun 2016 dan tahun 2017 memperoleh predikat tidak sehat. Hal ini dikarenakan nilai *Return on Assets* (ROA) lebih kecil dari standar yang ada yakni (< 2,50%) Statistik Perbankan Indonesia- Vol. 16 No. 10, Bulan September 2018. Namun secara keseluruhan kinerja keuangan mengenai ROA pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk memperoleh predikat sehat, dengan nilai sebesar 2,78%.

2. *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2017 memperoleh predikat sehat, sedangkan pada tahun 2016 dan tahun 2017 memperoleh predikat tidak sehat. Hal ini dikarenakan nilai *Return on Equity* (ROE) lebih besar dari (<14,61) Statistik Perbankan Indonesia- Vol. 16 No. 10, Bulan September 2018. Namun secara keseluruhan kinerja keuangan mengenai ROE pada PT Bank Mandiri (persero) Tbk memperoleh predikat sehat, dengan nilai sebesar 16,99%.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis lakukan maka, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada perhitungan *Return on Assets* (ROA) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat” dengan memperoleh nilai rata-rata *Return on Assets* (ROA) sekitar 2,78% atau lebih besar dari (> 2,50%) Statistik Perbankan Indonesia.
2. Pada perhitungan *Return on Equity* (ROE) pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat” dengan memperoleh nilai rata-rata *Return on Equity* (ROE) sekitar 16,99% atau lebih besar dari (> 14,61%) Statistik Perbankan Indonesia.
3. Kinerja keuangan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk yang dilihat dari hasil rasio *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE) menunjukkan bahwa kondisi perusahaan “sehat”. Hal ini dikarenakan pihak manajemen telah dapat memanfaatkan aktiva, modal, dan mampu menekan biaya-biaya secara efektif dan efisien sehingga menghasilkan keuntungan yang cenderung mengalami peningkatan. Walaupun untuk kinerja keuangan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, baik untuk ROA maupun ROE di tahun 2016 dan 2017 memperoleh predikat kurang sehat.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini merupakan salah satu bentuk kontribusi peneliti yang bisa dimanfaatkan oleh berbagai pihak khususnya bagi pihak PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yaitu sebagai berikut :

1. Jika melihat pada tingkat profitabilitas *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE) PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2012 sampai tahun 2017 yang cenderung mengalami peningkatan hendaknya dipertahankan untuk tahun-tahun berikutnya dan untuk tahun yang mengalami penurunan hendaknya untuk melakukan perbaikan seperti melakukan atau menekan biaya operasional, agar di tahun-tahun berikutnya PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar lagi.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan laba bank dengan cara meningkatkan jumlah aktiva produktif seperti kredit, penanaman dana dan penempatan dana dibanding dengan bentuk aktiva lainnya seperti rupa-rupa aktiva, aktiva tetap, dan inventaris serta meningkatkan produktivitas karyawan, *melaunching* produk baru yang lebih menarik, dan melakukan promosi besar-besaran, dan menurunkan biaya-biaya, serta menyisihkan dana untuk investasi.
3. Bagi para investor yang berminat dalam investasi saham di bank umum sebaiknya mempertimbangkan beberapa informasi aspek keuangan perbankan di antaranya ROA, dan ROE di bank umum tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Yulianto & Wiwit Apit Sulistyawati (2012) *Analisis CAMELS Dalam Memprediksi Tingkat Kesehatan Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2009-2011*. Fakultas Ekonomi Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon dan Universitas Pancasakti Tegal.
- Auddy Teddy Pangalila, Parengkuan Tommy, Jantje Sepang (2015) *Analisa Perbandingan*

Kinerja Keuangan Bank Mandiri (Persero), Tbk, Bank Central Asia (Persero) Tbk, Bank Cimb Niaga (Persero) Tbk. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi: Manado.

Dadang Prasetyo Jatmiko (2017) *Pengantar Manajemen Keuangan*, Diandra Kreatif : Yogyakarta.

Dwi Ayu Wulandari (2015) *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan RGEC Di Negara ASEAN (Studi Pada Bank Umum Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Singapura Tahun 2011-2014)*, Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Dwinta Juliana Rizkiyan (2014) *Kinerja Keuangan Melalui Pendekatan Likuiditas, Solvabilitas, dan Rentabilitas Pada Perseroan Terbatas Perbankan*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Bina Darma.

Ferra Puji Yanti (2015) *Rahasia Cepat Menguasai Laporan Keuangan Dalam Sekejab Otodidak Tanpa Guru Dengan Akuntansi Dasar*. Lembar Pustaka Indonesia : Tangerang.

I Made Sudana (2015) *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik Edisi 2*. Erlangga : Jakarta.

I Putu Snabowo dan Ni Gusti Putu Wirawati (2012) *Analisis Tingkat Kesehatan Bank Menggunakan Rasio CAMEL Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud) Bali*.

Ikatan Bankir Indonesia (IBI) (2016) *Manajemen Kesehatan Bank Berbasis Risiko*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Jayanti Mandasari (2015) *Analisis Kinerja Keuangan Dengan Pendekatan Metode RGEC Pada Bank BUMN Periode 2012-2013 Universtas Mulawarman*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Volume 3 Nomor 2.

John Suprihanto (2014) *Manajemen*. Gajah Mada University Press : Yogyakarta.

Jopie Jusuf (2014) *Analisis Kredit Untuk Credit (Account) Officer cet 13* : Jakarta.

Kasmir (2009) *Pengantar Manajemen Keuangan*. Surya Kencana Prenada Media Group : Jakarta.

Kasmir (2016) *Analisis Laporan Keuangan Edisi 1*

- Cet 9. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Kasmir (2017) *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi Cet 18*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Leader Peace Mirdhani dan Budiyanto (2014) *Analisis Rasio Camel Untuk Menilai Kesehatan Bank Pada Perusahaan LQ-45 Di BEI*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol.3 No 5 (2014).
- Musthafa (2017) *Manajemen Keuangan*. Ansi Off Set : Yogyakarta.
- Nardi Sunardi dan Linda Oktaviani (2016) *Analisis CAMEL Dalam Menilai Tingkat Kesehatan Bank (Studi Kasus Pada Subsektor Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2015)*.
- Nurfadilla Ayu Badarulla (2017) *Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Likuiditas, Solvabilitas, dan Efisiensi Pada PT Bank Syariah Mandiri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Skripsi NeGERI Raden Fatah Palembang*.
- Peter dan Jualianti, (2011) *Penilaian Kinerja Keuangan PT Bank Central Asia, Tbk dengan Menggunakan Metode Economic Value Added Periode Tahun 2005-2009 sebagai Alat Pengukuran Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. 5(2).
- Primadia F. (2011). *Kajian Kinerja Keuangan Pada PT Bank Internasional Indonesia, Tbk Periode 2004-2009*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institusi Pertanian Bogor.
- Sabir, M, M. Ali dan Abd. Hamid H. (2012) *Pengaruh Rasio Kesehatan Bank Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah dan Bank Konvensional di Indonesia*. *Jurnal Analisis* 1 (1) h 79-86.
- Sarinah dan Mardalena (2017) *Pengantar Manajemen*. Deepublish : Yogyakarta.
- Sun C.C. (2011). *Assessing Taiwan Financial Holdings Companies Performance Using Window Analysis And Malmquist Index*. *African Journal of Business Management* . S (26), PP. 10508-10523.
- Fauziyah Lissa (2018). *“Analisis Profitabilitas Untuk MENILAI Kinerja Keuangan pt Mayora Indah Tbk Periode 2011-2015”*. Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang : Tangerang Selatan.
- Samlani (2016). *“Analisis Rasio Profitabilitas dan Likuiditas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT Hero Supermarket Tbk”*. Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang : Tangerang Selatan.
- Septiani Yola Dinda (2018). *“Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Profitabilitas dan Likuiditas Pada PT Multistrada Arah Sarna”*. Tbk Periode 2012-2017”. Program Studi Manajemen Universitas Pamulang : Tangerang Selatan.
- Taqiyayah Rihanah (2018), *“ Analisis Likuiditas dan Rentabilitas Ekonomi Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT Indofoof CBP Sukses Makmur Tbk Tahun 2006-2015”*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang : Tangerang Selatan.
- Sari Lis Vina (2017) *Analisis Tingkat Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada PT Bank Panin Tbk* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang : Tangerang Selatan.
- Internet :
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/15/10-bank-denganasetterbesar-2017> diakses pada tanggal 6 April 2018 pukul 14:59.
<https://www.bi.go.id/> diakses pada tanggal 08 april 2018 pukul 03:54.
<https://www.Mandiri.co.id> diakses pada tanggal 24 Desember 2018 16:37
<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-rasio-kas-cash-ratio-rumus-rasiokas/> diakses pada tanggal 24 Desember 2018 16:37.
<http://ozan993.blogspot.com/2014/12/retrun-on-asset-roa.html> diakses pada tanggal 25 Desember 2018 17:20.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

**PENGARUH TUNJANGAN KINERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP
MOTIVASI KERJA SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA PEGAWAI
PADA DIREKTORAT JENDERAL PENGELOLAAN HUTAN PRODUKSI LESTARI
KEMENTERIAN LINGKUNGAN HIDUP DAN KEHUTANAN**

Santi Octavianti

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
octavia_s99@yahoo.com

Abstrak

Penelitian dimaksudkan untuk menguji Pengaruh Tunjangan Kinerja Dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi Kerja serta Dampaknya terhadap Kinerja Pegawai (Pada Direktorat Jenderal Pengelolaan Hutan Produksi Lestari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan). Hal yang dapat memotivasi semangat kerja seseorang adalah untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan sebagai imbalan atau balas jasa dari jasa yang diberikannya kepada organisasi. Dengan adanya tunjangan kinerja yang memadai dan lingkungan kerja yang ergonomis sehingga terbentuk kondisi yang efektif, aman, sehat, nyaman dan efisien, maka pegawai akan termotivasi dan dengan motivasi kerja yang tinggi maka kinerja pegawai akan berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. pada bulan September 2016. Sampel berjumlah 177 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah path analysis (diagram jalur). Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) tunjangan kinerja dan lingkungan kerja berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap motivasi kerja karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $18,028 > 3,05$ (2) tunjangan kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,565 > 1,974$. (3) lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,315 > 1,974$. (4) tunjangan kinerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kinerja karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $77,818 > 3,05$ (5) tunjangan kinerja mempunyai berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,229 > 1,974$. (6) lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $1,638 > 1,97$. (7) motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $12,161 > 1,974$.

Kata Kunci : Tunjangan Kinerja, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Kinerja

Abstract

The study was intended to examine the effect of performance and work environment benefits on work motivation and its impact on employee performance (at the Directorate General of Sustainable Production Forest Management of the Ministry of Environment and Forestry). The thing that can motivate someone's

enthusiasm is to fulfill their needs and satisfaction as a reward or remuneration for the services they provide to the organization. With the existence of adequate performance allowances and an ergonomic work environment so that conditions that are effective, safe, healthy, comfortable and efficient are formed, the employee will be motivated and with high work motivation, the employee's performance will run according to the expected goals. The study was conducted using quantitative descriptive methods. in September 2016. The sample was 177 respondents. Methods of collecting data using a questionnaire. The analysis technique used is path analysis. The results of the study can be summarized as follows: (1) performance and work environment benefits simultaneously and significantly affect work motivation because the value of F_{count} is greater than F_{table} which is $18.028 > 3.05$ (2) performance allowances significantly influence work motivation because of the t_{count} greater than t_{table} which is $3.565 > 1.974$. (3) the work environment has a significant effect on work motivation because the t_{count} is greater than t_{table} , namely $3.315 > 1.974$. (4) performance allowances, work environment and work motivation have a significant and simultaneous effect on performance because the value of F_{count} is greater than F_{table} which is $77.818 > 3.05$ (5) performance allowances have a significant effect on performance because the t_{count} is greater than t_{table} i.e. $4.229 > 1.974$. (6) the work environment has a significant effect on work motivation because the t_{count} is greater than t_{table} which is $1.638 > 1.97$. (7) work motivation has a significant effect on performance because the t_{count} is greater than t_{table} ie $12.161 > 1.974$.

Keywords : Performance Allowance, Work Environment, Work Motivation, Performance

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada dasarnya setiap perusahaan atau organisasi memiliki harapan untuk berkembang dan mencapai tujuannya. Keberadaan suatu perusahaan atau organisasi tidak terlepas dari unsur sumber daya manusia. Sumber daya yang dimaksud adalah orang-orang yang memberikan tenaga, pikiran, bakat, kreativitas, dan usahanya pada perusahaan. Setiap perusahaan berupaya untuk mendapatkan pegawai yang dapat memberikan suatu pencapaian target yang telah ditetapkan organisasi sebelumnya. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan aset terpenting bagi organisasi, karena perannya sebagai pelaksana kebijakan dan yang dapat menjalankan kegiatan operasional organisasi tersebut. Untuk mencapai visi dan misi dan agar bisa sukses dan terus maju, maka kunci sukses dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Kementerian LHK) dalam hal ini Direktorat Jenderal Pengelolaan Hutan Produksi Lestari (Ditjen PHPL) terletak bukan hanya ada pada keuangan dan teknologi tapi pada faktor manusianya juga.

Untuk dapat meningkatkan kinerja pegawai dengan optimal, maka Ditjen PHPL memberikan perhatian pada peningkatan kemampuan

pegawai, memotivasi pegawai sehingga mendorong pegawai untuk melaksanakan tugasnya dengan baik dengan memberikan kompensasi yang sesuai dan menciptakan lingkungan kerja yang memberikan kenyamanan. Kinerja pegawai merupakan faktor yang harus mendapat perhatian utama dari setiap pimpinan organisasi termasuk Ditjen PHPL Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan karena kinerja pegawai tersebut akan menentukan tercapai atau tidaknya tujuan dari organisasi tersebut. Kinerja pegawai antara lain dipengaruhi oleh kompensasi (tunjangan kinerja), lingkungan kerja dan motivasi kerja.

Tunjangan Kinerja adalah penghasilan selain gaji yang diberikan kepada pegawai yang aktif berdasarkan kompetensi dan kinerja, yang merupakan fungsi dari keberhasilan pelaksanaan reformasi birokrasi atas dasar kinerja yang telah dicapai oleh seorang individu pegawai yang sejalan dengan kinerja yang hendak dicapai oleh instansinya. Besaran tunjangan kinerja yang diterima ditentukan berdasarkan kelas jabatannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode

kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok. Lingkungan kerja dapat menciptakan hubungan kerja yang mengikat antara orang-orang yang ada di dalam lingkungannya. Oleh karena itu hendaknya diusahakan agar lingkungan kerja harus baik dan kondusif sehingga pegawai merasa betah berada di ruangan dan merasa senang serta bersemangat untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Faktanya lingkungan kerja di Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan masih belum bisa sepenuhnya dikatakan baik dan kondusif.

Motivasi merupakan teknik penting yang digunakan untuk memelihara prestasi dan kepuasan kerja pegawai. Motivasi kerja adalah kumpulan proses psikologis yang menyebabkan pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela yang mengarah pada tujuan. Motivasi kerja sangat diperlukan untuk memunculkan perilaku bekerja. Hal yang dapat memotivasi semangat kerja seseorang adalah untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan baik materiil maupun non materiil yang diperolehnya sebagai imbalan atau balas jasa dari jasa yang diberikannya kepada organisasi. Bila kompensasi materiil dan non materiil yang diterimanya semakin memuaskan, maka semangat bekerja seseorang, komitmen, dan prestasi kerja pegawai semakin meningkat.

Kinerja Pegawai adalah prestasi/kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh seorang pegawai Kementerian Kehutanan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Apabila seorang aparat pemerintahan mempunyai motivasi kerja yang tinggi maka akan berdampak positif pada kinerja pegawai tersebut. Maksudnya dengan motivasi kerja dan yang tinggi maka kinerja pegawai akan berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Kenyataannya di Ditjen PHPL tidak semua hasil pekerjaan sesuai dengan hasil yang diinginkan dan target yang ditentukan. Masih terdapat beberapa pekerjaan yang kualitasnya masih kurang sesuai dengan yang diinginkan atau masih terdapat beberapa kecerobohan yang tentu saja sebagai manusia, pegawai Ditjen PHPL terkadang melakukan kesalahan. Ditjen PHPL telah membuat rencana kerja yang sesuai dengan renstra yang telah disusun dimana penataan

rencana kerja diharapkan sesuai dengan hasil kerja dan tepat waktu dalam penyelesaiannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tunjangan Kinerja dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi Kerja serta Dampaknya terhadap Kinerja Pegawai Pada Ditjen Pengelolaan Hutan Produksi Lestari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan”.

Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan maka penulis perlu membatasi permasalahan dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena keterbatasan penulis dalam hal ruang dan waktu. Adapun batasan dari masalah dalam objek penelitian ini adalah tunjangan kinerja, lingkungan kerja, motivasi kerja, dan kinerja pegawai pada Direktorat Jenderal Pengelolaan Hutan Produksi Lestari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

1. Penelitian dilakukan di Ditjen Pengelolaan Hutan Produksi Lestari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
2. Tunjangan Kinerja adalah penghasilan selain gaji yang diberikan kepada pegawai yang aktif berdasarkan kompetensi dan kinerja, yang merupakan fungsi dari keberhasilan pelaksanaan reformasi birokrasi atas dasar kinerja yang telah dicapai oleh seorang individu pegawai yang sejalan dengan kinerja yang hendak dicapai oleh instansinya.
3. Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok.
4. Motivasi kerja adalah kumpulan proses psikologis yang menyebabkan pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela yang mengarah pada tujuan
5. Kinerja Pegawai adalah prestasi/kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh seorang pegawai Kementerian Kehutanan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Direktorat Jenderal Pengelolaan Hutan Produksi Lestari, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Nopember 2016. Rangkaian penelitian ini meliputi tiga tahap yaitu :

- 1 Pertama, persiapan penelitian yang meliputi penelitian pendahuluan, penyusunan proposal, pengurusan perizinan penelitian, dan ujian proposal.
- 2 Kedua, pelaksanaan penelitian yang meliputi menjaring data, tabulasi data, analisis data, dan pengecekan data.
- 3 Ketiga, akhir penelitian yang meliputi penyusunan laporan penelitian, pemeriksaan, penyusunan final, penyajian laporan/ujian tesis, dan perbaikan laporan

Populasi

Riduwan (2013:55) menyatakan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Ditjen PHPL berjumlah 319 orang.

Sampel yang diambil sebanyak 177 orang dari jumlah pegawai Ditjen PHPL Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sejumlah 319 orang. Teknik pengambilan sampel ini dengan probabilitas sampling dengan menggunakan simple random sampling. Sampel diambil dari populasi secara acak atau tidak beraturan, sehingga semua anggota populasi mendapatkan peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Validitas

Dari seluruh tabel uji validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} . Dengan demikian variabel tunjangan kinerja, lingkungan kerja, motivasi kerja dan kinerja dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

2. Uji Reliabilitas

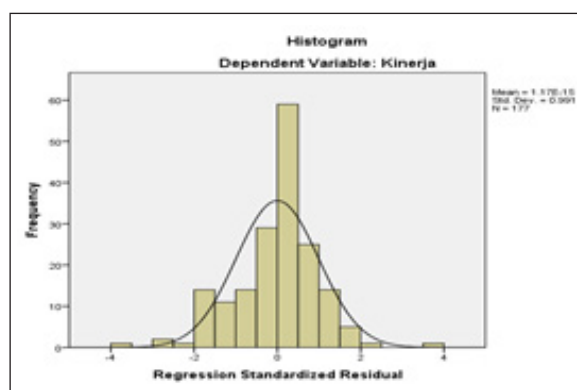
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Reliabilitas

VARIABEL	CHRONBATH ALPHA	STANDART RELIABILITAS	KESIMPULAN
Tunjangan Kinerja (X_1)	0,940	0,60	Reliabel
Lingkungan Kerja (X_2)	0,877	0,60	Reliabel
Motivasi Kerja (Y)	0,892	0,60	Reliabel
Kinerja (Z)	0,923	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

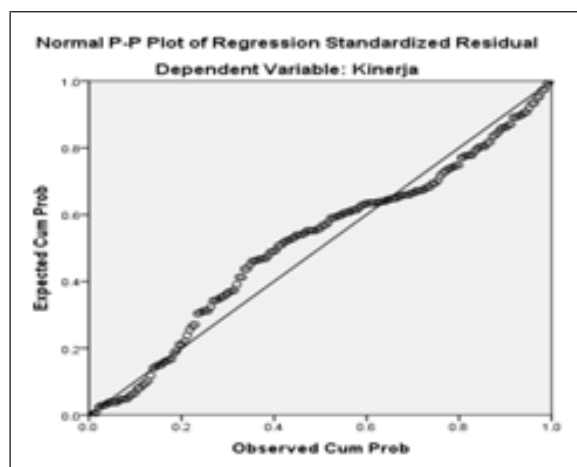
3. Uji Normalitas



Gambar 3.1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Dengan melihat tampilan grafik histogram di atas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.



Gambar 3.2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Dengan melihat kurva diatas, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari kedua grafik/kurva ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai asumsi normalitas dan layak digunakan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			ABS_RES	Tunjangan Kinerja	Lingkungan Kerja	Motivasi Kerja
			(K)	(E)	(K)	(E)
Spearman's rho	ABS_RES	Correlation Coefficient	1.000	-.041	-.138	-.054
		Sig. (2-tailed)	.	.591	.068	.477
		N	177	177	177	177

Tunjangan Kinerja	Correlation Coefficient	-.041	1.000	.340**	.430**
	Sig. (2-tailed)	.591	.	.000	.000
	N	177	177	177	177
Lingkungan Kerja	Correlation Coefficient	-.138	.340**	1.000	.351**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.	.000
	N	177	177	177	177
Motivasi Kerja	Correlation Coefficient	-.054	.430**	.351**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.477	.000	.000	.
	N	177	177	177	177

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Berdasar pada tabel diatas, diketahui bahwa korelasi ketiga variabel independen dengan Absolut residual (ABS_RES) nilai signifikansinya lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heterokedastisitas.

5. Uji Multikolinearitas

Tabel 3.3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.186	3.417		2.103	.037		
	Tunjangan Kinerja	.144	.039	.201	3.683	.000	.822	1.216
	Lingkungan kerja	.076	.047	.089	1.638	.103	.830	1.205
	Motivasi Kerja	.795	.069	.624	11.451	.000	.828	1.207

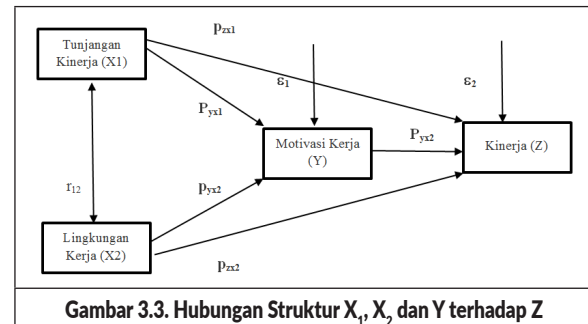
Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Dari kedua tabel data, maka dapat ditarik

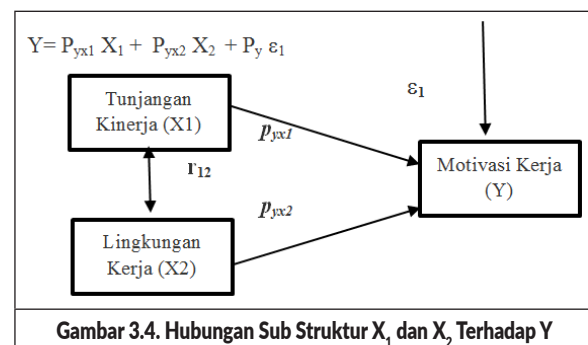
kesimpulan bahwa dari kedua model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

6. Path Analysis (Analisa Jalur)

Kerangka hubungan kausal empiris antara jalur dapat dibuat melalui struktur sebagai berikut:



Gambar 3.3. Hubungan Struktur X₁, X₂ dan Y terhadap Z



Gambar 3.4. Hubungan Sub Struktur X₁ dan X₂ Terhadap Y

a. Menguji Sub-Struktur 1

$$Y = P_{yx1} X_1 + P_{yx2} X_2 + P_y \epsilon_1$$

Tabel 3.4. Anova Model 1- Sub-Struktur 1 Tunjangan Kinerja (X₁) dan Lingkungan Kerja (X₂) Terhadap Motivasi Kerja (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	736.702	2	368.351	18.028	.000 ^b
	Residual	3555.275	174	20.433		
	Total	4291.977	176			

a. Dependent Variable: Motivasi Kerja
 b. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Tabel 3.5. Coefficients Model 1- Sub-Struktur 1 X₁ dan X₂ terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29.955	2.959		10.123	.000
	Tunjangan Kinerja	.147	.041	.262	3.565	.000
	Lingkungan Kerja	.163	.049	.244	3.315	.001

a. Dependent Variable: Motivasi Kerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang telah diolah, September 2016

Tabel 3.6. Model Summary Model 1-Sub-Struktur 1 X_1 dan X_2 terhadap Y

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Ad-justed R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.414 ^a	.172	.162	4.520	.172	18.028	2	174	.000

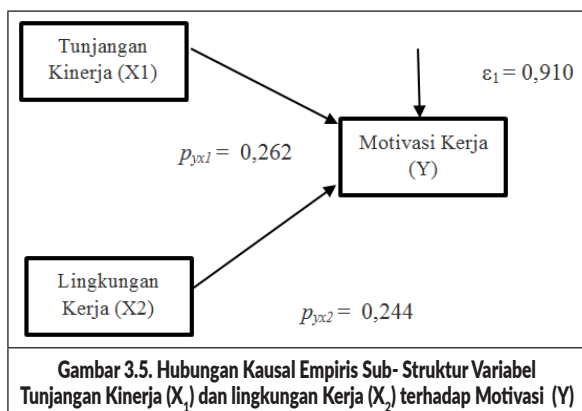
a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja
 b. Dependent Variable: Motivasi Kerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

a. Memaknai Analisis jalur Sub-Struktur 1

Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan), pengujian secara individual bisa dilakukan. Pengujian Secara Individual Sub-Struktur 1. Tunjangan Kinerja Berkontribusi Secara Signifikan terhadap Motivasi Kerja, tunjangan kinerja berpengaruh terhadap motivasi kerja. Lingkungan Kerja Berkontribusi Secara Signifikan terhadap Motivasi Kerja, lingkungan kerja berpengaruh terhadap motivasi kerja.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.24 diperoleh nilai koefisien jalur : $P_{yx1} = \text{Beta} = 0,262$ ($t = 3,565$ dan probabilitas ($\text{sig} = 0,000$)). $P_{yx2} = \text{Beta} = 0,244$ ($t = 3,315$ dan probabilitas ($\text{sig} = 0,001$)). Dengan koefisien detriminan atau pengaruh ($R_{square} = R^2_{yx1x2}$) = 0,172 dan besar koefisien residu $p_y \epsilon_1 = \sqrt{1 - 0,172} = \sqrt{0,828} = 0,910$. Dengan demikian di dapat diagram jalur sub-struktur 1 sebagai berikut :



b. Menguji Sub- Struktur 2

$$Z = p_{zx1} X_1 + p_{zx2} X_2 + p_{zy} Y + p_z \epsilon_1$$

Tabel 3.7. Anova Model 1-Sub-Struktur 2 X_1, X_2 dan Y terhadap Z

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4002.049	3	1334.016	77.818	.000 ^b
	Residual	2965.691	173	17.143		
	Total	6967.740	176			

a. Dependent Variable: Kinerja
 b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.8. Coefficients Model 1-Sub-Struktur 2 X_1, X_2 dan Y terhadap Z

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	7.186	3.417		2.103	.037
Tunjangan Kinerja	.144	.039	.201	3.683	.000
Lingkungan Kerja	.076	.047	.089	1.638	.103
Motivasi Kerja	.795	.069	.624	11.451	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.9. Model Summary Model 1-Sub-Struktur 2 X_1, X_2 dan Y terhadap Z

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Ad-justed R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.758 ^a	.574	.567	4.140	.574	77.818	3	173	.000

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja
 b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

c. Memaknai Analisis Jalur Sub-Struktur 2

Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan), tunjangan kinerja berpengaruh terhadap kinerja. Pengujian secara Individual. Lingkungan Kerja Berkontribusi Secara Signifikan terhadap Kinerja, lingkungan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja. Motivasi Kerja Berkontribusi Secara Signifikan terhadap Kinerja, motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja

Hasil analisis membuktikan bahwa ada koefisien jalur yang tidak signifikan yaitu variabel lingkungan kerja (X_2), maka Model 1 perlu diperbaiki melalui metode *trimming*. Hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3.10. Anova Model 2- Sub-Struktur 2 X_1 dan Y terhadap Z

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3956.036	2	1978.018	114.279	.000 ^b
	Residual	3011.704	174	17.309		
Total		6967.740	176			

a. Dependent Variable: Kinerja
b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Tunjangan Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.11. Coefficients Model 2- Sub-Struktur 2 X_1 dan Y terhadap Z

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)		9.296	3.180		2.923	.004
	Tunjangan Kinerja	.161	.038	.225	4.229	.000
	Motivasi Kerja	.823	.068	.646	12.161	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.12. Model Summary Model 2- Sub-Struktur X_1 dan Y terhadap Z

Model Summary ^a									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.754 ^a	.568	.563	4.160	.568	114.279	2	174	.000

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Tunjangan Kinerja
b. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.13. Rangkuman Anova Model 1 dan 2- Sub-Struktur 2 X_1, X_2 dan Y Terhadap Z

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4002.049	3	1334.016	77.818	.000 ^b
	Residual	2965.691	173	17.143		
	Total	6967.74	176			
1	Regression	3956.036	2	1978.018	114.279	.000 ^b
	Residual	3011.704	174	17.309		
	Total	6967.74	176			

a. Dependent Variable: Kinerja
b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.14. Rangkuman Coefficients Model 1 dan 2- Sub-Struktur 2 X_1, X_2 dan Y Terhadap Z

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)		7.186	3.417		2.103	0.037
	Tunjangan Kinerja	0.144	0.039	0.201	3.683	0

Lingkungan Kerja	0.076	0.047	0.089	1.638	0.103
Motivasi Kerja	0.795	0.069	0.624	11.451	0
2 (Constant)	9.296	3.18		2.923	0.004
Tunjangan Kinerja	0.161	0.038	0.225	4.229	0
Motivasi Kerja	0.823	0.068	0.646	12.161	0

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Tabel 3.15. Rangkuman Model Summary Model 1 dan 2- Sub-Struktur X_1, X_2 dan Y Terhadap Z

Model Summary ^a									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.758 ^a	0.574	0.567	4.14	0.574	77.818	3	173	0
2	.754 ^a	0.568	0.563	4.16	0.568	114.279	2	174	0

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Tunjangan Kinerja
b. Dependent Variable: Kinerja

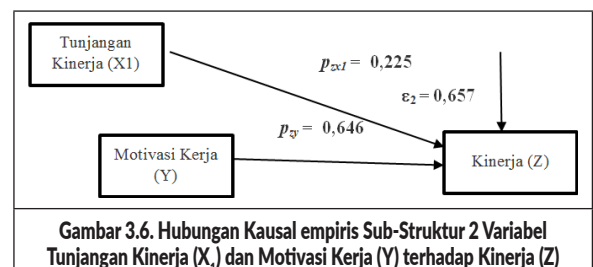
Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

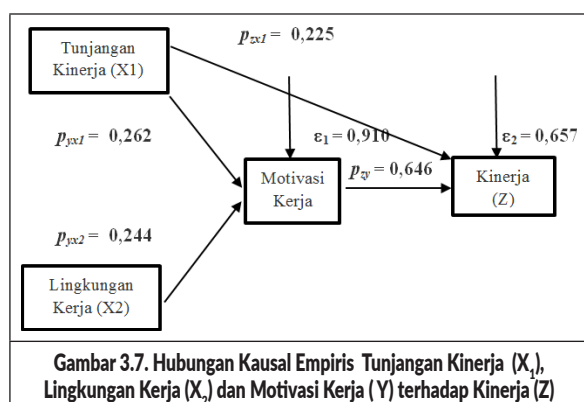
Tabel 3.16. Rangkuman Hasil Korelasi

Coefficients ^a					
		Tunjangan Kinerja	Lingkungan Kerja	Motivasi Kerja	Kinerja
Tunjangan Kinerja	Pearson Correlation	1	.343**	.345**	.448**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	177	177	177	177
Lingkungan Kerja	Pearson Correlation	.343**	1	.333**	.366**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	177	177	177	177
Motivasi Kerja	Pearson Correlation	.345**	.333**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	177	177	177	177
Kinerja	Pearson Correlation	.448**	.366**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	177	177	177	177

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

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016





Hasil dari koefisien jalur sub-struktur 1 dan sub-struktur 2 berubah menjadi persamaan struktur yaitu :

$$Y = p_{yx1} X_1 + p_{yx2} X_2 + p_y \varepsilon_1 \text{ dan } R^2_{yx1x2} = 0,262 X_1 + 0,244 X_2 + 0,910 \varepsilon_1 \text{ dan } R^2_{yx1x2} = 0,172$$

$$Z = p_{zx1} X_1 + p_{zy} Y + p_z \varepsilon_2 \text{ dan } R^2_{zyx1} = 0,225 X_1 + 0,646 Y + 0,657 \varepsilon_2 \text{ dan } R^2_{zyx1} = 0,568$$

d. Pengujian Kesesuaian Model Koefisien Q

Dicari dari tabel distribusi (χ^2) atau *chi-kuadrat/chi-square* untuk dk=1 dengan $\alpha = 0,05$ diperoleh sebesar 3,84146 ternyata $W_{hitung} > \chi^2 (1;0,05)$ atau $35,552 > 3,84146$ maka H_0 ditolak (artinya matriks korelasi sampel berbeda dengan matriks korelasi estimasi), maksudnya kedua model signifikan. Kesimpulan model empiris yang diperoleh melalui kemampuan mengeneralisasikan tentang fenomena yaitu variabel motivasi kerja (Y) dan prestasi kerja (Z) dengan baik

e. Memaknai Hasil Analisis Jalur

Tabel 4.17 Koefisien Jalur, Pengaruh Langsung, Pengaruh Total dan Pengaruh Bersama Tunjangan Kinerja (X₁) dan Motivasi kerja (Y) Berpengaruh Secara Signifikan terhadap Kinerja (Z)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh			Pengaruh Bersama R ² _{zyx}
		Langsung	Tidak Langsung (melalui Y)	Total	
X ₁	0,262		0,646	0,169	
X ₂	0,244		0,646	0,158	
Y	0,646				
ε ₁	0,910	0,9102 = 0,828			
ε ₂	0,657	0,6572 = 0,432			
X ₁ dan X ₂					0,172
X ₁ , X ₂ dan Y					0,568

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

7. Pengujian Hipotesis

a. Uji-t (Parsial)

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari tunjangan kinerja terhadap motivasi kerja.

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari lingkungan kerja terhadap motivasi kerja.

Berdasarkan Tabel 3.11 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari tunjangan kinerja terhadap kinerja.

Berdasarkan Tabel 3.8 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari lingkungan kerja terhadap kinerja.

Berdasarkan Tabel 3.11 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari motivasi kerja terhadap kinerja.

b. Uji F_{hitung} (Simultan)

Berdasarkan Tabel 3.4 kedua variabel independen Tunjangan Kinerja (X₁), dan Lingkungan Kerja (X₂) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen Motivasi Kerja (Y).

Berdasarkan Tabel 3.7 ketiga variabel independen Tunjangan Kinerja (X₁), Lingkungan Kerja (X₂) dan Motivasi Kerja (Y) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen Kinerja (Z).

c. Koefisien Determinasi (r²)

Tabel 3.18. Hasil Uji Korelasi Tunjangan Kinerja, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, dan Kinerja

Coefficients ^a					
		Kinerja	Tunjangan Kinerja	Lingkungan Kerja	Motivasi Kerja
Pearson Correlation	Kinerja	1.000	.448	.366	.723
	Tunjangan Kinerja	.448	1.000	.343	.345
	Lingkungan Kerja	.366	.343	1.000	.333
	Motivasi Kerja	.723	.345	.333	1.000
Sig. (1-tailed)	Kinerja	.	.000	.000	.000
	Tunjangan Kinerja	.000	.	.000	.000
	Lingkungan Kerja	.000	.000	.	.000
	Motivasi Kerja	.000	.000	.000	.
N	Kinerja	177	177	177	177
	Tunjangan Kinerja	177	177	177	177

Lingkungan Kerja	177	177	177	177
Motivasi Kerja	177	177	177	177

Sumber: Hasil output SPSS data primer yang diolah, September 2016

Dari Tabel 4.6 diketahui nilai koefisien R sebesar 0,414, dapat diartikan bahwa hubungan antar variabel mempunyai hubungan yang sedang. Sumbangan tunjangan kinerja dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 17,2%.

Dari Tabel 4.6 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,345, dapat diartikan bahwa hubungan antar variabel mempunyai hubungan yang rendah. Sumbangan Tunjangan Kinerja terhadap motivasi kerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 6,86%.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja. Dari Tabel 4.6 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,333, dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel mempunyai hubungan yang rendah. Sumbangan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 5,95 %.

Pengaruh Tunjangan Kinerja, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja. Dari Tabel 4.9 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,758, dapat diartikan bahwa hubungan antara mempunyai hubungan yang kuat. Sumbangan tunjangan kinerja dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 57,4%.

Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap kinerja. Dari Tabel 4.12 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,448, dapat diartikan bahwa hubungan antara mempunyai hubungan yang sedang. Sumbangan tunjangan kinerja terhadap kinerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 5,06 %.

Pengaruh tidak langsung tunjangan kinerja (X_1) terhadap kinerja (Z) melalui motivasi kerja (Y) sebesar $p_{zx1} \cdot p_{zy} = 0,262 \cdot 0,646 = 0,169$. Dengan demikian pengaruh total X_1 terhadap Z sebesar 0,169 = 16,9%.

Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap ki-

nerja. Dari Tabel 4.9 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,336, dapat diartikan bahwa hubungan antara mempunyai hubungan yang rendah. Sumbangan lingkungan kerja terhadap kinerja adalah 0,158. Dengan demikian pengaruh total sebesar 0,158 = 15,8%

Pengaruh tidak langsung lingkungan kerja (X_2) terhadap kinerja (Z) melalui motivasi kerja (Y) sebesar 0,158. Dengan demikian pengaruh total X_2 terhadap Z sebesar 0,158 = 15,8 %

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja. Dari Tabel 4.12 di atas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,723, antar variabel mempunyai hubungan yang kuat. Sumbangan tunjangan kinerja dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja adalah ditentukan dengan rumus koefisien determinasi (KD) = 41,73%. Maknanya sumbangan 41,73%.

Pembahasan

Secara rinci, pengaruh antara masing-masing variabel adalah sebagai berikut

1. Pengaruh Tunjangan Kinerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja.

Berdasarkan uji hipotesis bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = (18,028 > 3,05)$. Diperoleh pula nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya tunjangan kinerja dan lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja. Dari hasil uji pula diketahui bahwa secara simultan, tunjangan kinerja dan lingkungan kerja memberikan sumbangan pengaruh sebesar 17,2% terhadap motivasi kerja.

Hasil uji tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan sesuai pula dengan teori dari Permenhut Nomor :P.34/Menhut-II/2014 Tentang tata Cara Pemberian Tunjangan Kinerja Bagi pegawai di Lingkungan Kementerian kehutanan. Dengan adanya tunjangan kinerja yang memadai dan lingkungan kerja yang ergonomis sehingga terbentuk kondisi yang EASNE yaitu efektif, aman, sehat, nyaman dan efisien, maka diharapkan agar per-

gerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela pegawai mengarah pada tujuan organisasi.

2. Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Motivasi Kerja .

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (3,565 > 1,97361)$, dan nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya tunjangan kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap tunjangan kinerja. Diketahui pula bahwa tunjangan kinerja memberikan sumbangan pengaruh sebesar 6,86% terhadap motivasi kerja.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dimana tunjangan kinerja memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kerja. Juga sesuai dengan pengertian tunjangan kinerja dalam Permenhut Nomor :P.34/Menhut-II/2014 Semakin baik dan tinggi besaran tunjangan kinerja pada Ditjen PHPL Kemen LHK maka semakin baik dan tinggi pula pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela pegawai yang mengarah pada tujuan organisasi pegawai dalam rangka mencapai target dan tujuan yang telah ditentukan.

3. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja.

Berdasarkan kepada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (3,315 > 1,97361)$, nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kerja. Dari hasil diatas pula diketahui pula bahwa lingkungan kerja memberikan sumbangan 5,95% terhadap motivasi kerja.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan dimana lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja. Serta sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sedarmayanti. Dengan lingkungan kerja

yang baik dan kondusif maka pegawai akan senang serta bersemangat sehingga pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela pegawai mengarah pada tujuan organisasi untuk melaksanakan tugas-tugasnya. Lingkungan kerja yang baik akan sangat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan organisasi.

4. Pengaruh Tunjangan Kinerja, Lingkungan Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan uji hipotesis bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = (77,818 > 2,66)$. Diperoleh pula nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya tunjangan kinerja dan lingkungan kerja berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap motivasi kerja. Dari hasil uji pula diketahui bahwa secara simultan, tunjangan kinerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja memberikan sumbangan pengaruh sebesar 56,8% terhadap kinerja.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, dan sesuai pula dengan teori yang disampaikan bahwa para ahli dimana Dengan adanya tunjangan kinerja yang memadai dan lingkungan kerja yang ergonomis serta dengan pergerakan, arahan, dan kegigihan dari sikap sukarela pegawai mengarah pada tujuan organisasi akan memberikan pengaruh berupa peningkatan prestasi/kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh seorang pegawai Kementerian LHK dalam melaksanakan tugas dan fungsinya akan berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

5. Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (4,229 > 1,97361)$, nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Dari hasil uji yang telah dilakukan pula diperoleh sumbangan pengaruh motivasi kerja sebesar 5,06%

terhadap kinerja. Pengaruh tidak langsung tunjangan kinerja (X_1) terhadap kinerja (Z) melalui motivasi kerja (Y) sebesar $p_{yx1} \cdot p_{zy} = 0,262 \cdot 0,646 = 0,169$. Dengan demikian pengaruh total X_1 terhadap Z sebesar 0,169.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dimana tunjangan kinerja memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Semakin baik dan tinggi besaran tunjangan kinerja pada Ditjen PHPL Kemen LHK maka semakin baik dan tinggi pula prestasi/kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh seorang pegawai Kementerian Kehutanan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Sehingga memiliki kinerja optimal agar dapat lebih berprestasi dan membawa citra baik Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan di mata masyarakat dalam rangka mencapai target dan tujuan yang telah ditentukan.

6. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 1,638 > 1,97361$, nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,103 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,103 < 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya motivasi kerja tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kinerja. Dari hasil uji yang telah dilakukan pula diperoleh sumbangan pengaruh tidak langsung lingkungan kerja sebesar 15,8% terhadap kinerja. Pengaruh tidak langsung lingkungan kerja (X_2) terhadap kinerja (Z) melalui motivasi kerja (Y) sebesar $p_{yx2} \cdot p_{zy} = 0,244 \cdot 0,646 = 0,158$. Dengan demikian pengaruh total X_2 terhadap Z sebesar 0,158.

Hasil tersebut tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan dimana lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. Hasil uji tersebut juga tidak sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sedarmayanti dimana lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya

baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok.

7. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja

Berdasarkan uji hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = (12,161 > 1,97361)$, nilai probabilitas Sig. adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Dari hasil uji yang telah dilakukan pula diperoleh sumbangan pengaruh motivasi kerja sebesar 41,73% terhadap kinerja.

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, selain itu hasil uji ini sesuai dengan teori motivasi kerja Hal ini berarti bahwa dengan motivasi kerja yang tinggi maka akan berdampak positif pada kinerja pegawai tersebut. Maksudnya dengan motivasi kerja dan yang tinggi maka prestasi/kemampuan kerja yang diperlihatkan oleh seorang pegawai Kementerian Kehutanan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya akan berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan :

1. Terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan dari tunjangan kinerja dan lingkungan kerja terhadap motivasi kerja.
2. Terdapat pengaruh secara signifikan dari tunjangan kinerja terhadap motivasi kerja
3. Terdapat pengaruh secara signifikan dari lingkungan kerja terhadap motivasi kerja
4. Terdapat pengaruh secara signifikan dari tunjangan kinerja, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja.
5. Terdapat pengaruh secara signifikan dari tunjangan kinerja terhadap kinerja.
6. Tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari lingkungan kerja terhadap kinerja.
7. Terdapat pengaruh secara signifikan dari

motivasi kerja terhadap kinerja

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan penelitian ini maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Melihat hasil penelitian, tunjangan kinerja dan lingkungan kerja memberikan pengaruh yang rendah terhadap motivasi kerja sehingga perlu kiranya pejabat di lingkup Ditjen PHPL lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut sehingga bisa meningkatkan motivasi kerja pegawai Ditjen PHPL.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan terhadap variabel-variabel bebas yang mempunyai hubungan atau yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai Ditjen PHPL.

DAFTAR PUSTAKA

- Arep. Ishak dan Hendri. Tanjung, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Universitas Trisakti, Jakarta.
- Dressler. Gary, 2007, *Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid 2*, PT.Indeks, Jakarta.
- _____, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Fattah. Nanang, 2011, *Landasan Manajemen Pendidikan*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Flippo. Edwin B, 1994, *Manajemen Personalial: Edisi Keenam, jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Cetakan Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- G R Terry dan L. W. Rue, 2009, *Dasar-dasar Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta .
- Handoko. Hani, 1989, *Manajemen Personalial dan Sumberdaya Manusia*, Edisi 2 BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Hasibuan. SP Malayu, 2001, *Manajemen Sumber daya Manusia : Edisi Revisi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Jaroslav. Nekoraneč, 2014, *Adaptation Of Employees in the Organization and its Importance in Terms of Human Resource Management*, *Revista Academiei Fortelor Terestre*, Vol 19 issue 1. P.114-120, April 2015.
- Kadarisman. M. Drs, 2012, *Manajemen Kompensasi*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2013, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Malthis, L Robert & Jackson, H John, 2006, *Human Resource Management (Terjemahan Diana Angelica)*, Edisi Sepuluh, Salemba Empat, Jakarta
- Mangkunegara. A Anwar Prabu, 2011, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Murtiyoko. Heri, 2014, *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi kerja Terhadap Kinerja karyawan (Studi kasus di PT. Lautan Otsuka Chemical)*, Universitas Pamulang. P. 57-97.
- Musingafi. Maxwell. Zebron,. Shupikai. Chimbwanda,. Florence. Chaminuka,. Lilian, 2014, *Applying the Marketing Concept to School Management in Zimbabwe*, *Journal of Education and Practice* www.iiste.org ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Vol.5, No.39. Mei 2015.
- Peraturan Pemerintah No 101 Tahun 2000 tentang Pendidikan dan Pelatihan Jabatan Pegawai Negeri Sipil.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2011 Tentang Penilaian Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 79 Tahun 2013 tentang Tunjangan Kinerja di Lingkungan Kementerian Kehutanan.
- Peraturan Menteri Kehutanan Nomor :P.34/Menhut-II/2014 Tentang tata Cara Pemberian Tunjangan Kinerja Bagi pegawai di Lingkungan Kementerian kehutanan.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan kehutanan Nomor : P.18/Menhut-II/2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
- Priyatno, Duwi SE, 2016, *SPSS Handbook Analisis data, Olah Data dan Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*, Mediakom, Yogyakarta.

- Rachmawati. Ike Kusdyah, 2008, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Rachmawati. Febri, 2013, *Analisis pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja dan disiplin karyawan terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada PT. Alvindo Catur Sentosa)*, Universitas Pamulang. P.23.
- Rahmawanti. Nela prima,. Swasto. Bambang. Prasetya. Arik, 2014, *Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.8 No.2, P 2-3. Maret 2014
- Riduwan, 2013, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Alfabeta, Bandung.
- _____, 2014, *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Riduwan. Dr. MBA dan Kuncoro. Engkos Achmad. SE. MM, 2014, *Cara menggunakan dan memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Alfabeta, Bandung.
- Salam, Rendi. 2013, *Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi serta Dampaknya terhadap Prestasi kerja Pegawai Direktorat Pengembangan Usaha Ditjen P2MKT Kemenakertrans*, Universitas Pamulang, Universitas Pamulang, P.31-32.
- Seputra, Yulius Eka Agung, 2014, *Manajemen dan perilaku Organisasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sedarmayanti, 2009, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas kerja*, CV. Mandar Maju, Bandung.
- _____, 2011, *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja. Suatu Tinjauan dari Aspek Ergonmi atau Kaitan antara Manusia dan Lingkungan Kerjanya*, Mandar Maju, Bandung.
- _____, 2015, *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Sudjana, 2008, *Metoda Statistika*, Penerbit Tarsito, Bandung.
- Sugiyono, Prof Dr, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta.
- _____, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- _____, 2011 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta. Bandung.
- _____, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Sutrisno. Edy, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Trebble. Timothy . Heyworth. Nicola. Clarke. Nicholas. Powell. Timothy. Hockey, Peter M. 2014. *Managing hospital doctors and their practice: what can we learn about human resource management from non-healthcare organisations*, *BMC Health Service Research*. 2014, Vol 14 issue 1, P.566-558.23p. April 2015.
- Wursanto. Ig Drs, 2003, *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Zainal. Veithzal Rivai, Ramli. Mansyur, Mutis. Thoby, dan Arafah. Wili., 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik*. Edisi ketiga, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Arifin. Tajul, 2013, *Teori dan teknik Pembuatan Desain Penelitian*. (online). Tersedia: http://www.kopertais2.or.id/_uploads/post/2013/07/02/20130702225327-655.pdf (Mei 2015).
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Profil Kemen LHK. www.kemenlhk.go.id (September 2016)
- M Priatna. Bambang Avip, 2008, *Instrumen Penelitian*. (online), tersedia : http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/JUR._PEND._MATEMATIKA/196412051990031-BAMBANG_AVIP_PRIATNA_M/Makalah_November_2008.pdf
- Resna. Riksa Wibawa, 2015, *Instrumen Penelitian*. (online), Tersedia : <http://stikesbanten.ac.id/data/kepuustakaan/INSTRUMEN%20PENELITIAN.pdf>

The background of the page is a grayscale illustration of a musical staff that is curved into a semi-circle. The staff contains various musical notes, including quarter notes, eighth notes, and beamed notes, all rendered in a clean, modern style. The notes are arranged in a way that suggests a melodic line. The overall aesthetic is clean and professional, with a focus on the visual representation of music.

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588
J. Mandiri., Vol. 3, No. 1, Juni 2019 (50 - 66)
©2018 Lembaga Kajian Demokrasi
dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

ANALISIS PENERAPAN KEBIJAKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS TRANSAKSI E-COMMERCE PADA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

Lodang Prananta Widya Sasana
Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
lodang5758@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui Analisis Penerapan Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai Atas Transaksi E-commerce dan untuk melukiskan substansi ekonomi transaksi e-commerce agar dapat dikenakan PPN secara tepat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data untuk keperluan analisis diperoleh melalui penelitian dokumen meliputi studi kepustakaan dan wawancara mendalam dan secara terbuka. Berdasarkan hasil penelitian, Indonesia masih dimungkinkan melakukan pengenaan PPN atas transaksi e-commerce berdasarkan ketentuan undang-undang perpajakan terutama UU No 42 tahun 2009 tentang PPN dan PPn BM. Untuk itu diharapkan Direktorat Jenderal Pajak bersama instansi terkait agar membuat aturan yang jelas mengenai transaksi e-commerce terutama dalam membuat sistem dan prosedur pengenaan PPN atas transaksi e-commerce yang didasarkan atas asas kepastian hukum, asas kemudahan dan berbiaya rendah dengan menggunakan bantuan teknologi.

Kata Kunci : Penerapan Kebijakan E-commerce, PPN, Potensi Penerimaan Pajak

Abstract

The purpose of this research is to find out the Analysis of the Application of the E-commerce Transaction Value Added Policy and to describe the economic substance of e-commerce transactions so that they can be properly imposed VAT. The research method used in this study is to use a qualitative approach with descriptive methods. Data collection for analysis purposes is obtained through document research including literature studies and in-depth and open interviews. Based on the results of research, Indonesia is still allowed to impose VAT on e-commerce transactions based on the provisions of tax laws, especially Law No. 42 of 2009 concerning value added tax and sales tax on luxury goods. For this reason, it is expected that the Directorate General of Taxation and related agencies will make clear rules regarding e-commerce transactions, especially in creating VAT imposition systems and procedures for e-commerce transactions based on the principle of legal certainty, principles of simplicity and low cost by using technology assistance.

Keywords : Application of E-commerce Policy, VAT, Potential Tax Revenue

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Awal tahun 1990-an komersialisasi di internet mulai berkembang pesat mencapai jutaan pelanggan, maka muncullah istilah baru *electronic commerce* atau lebih dikenal *e-commerce*. Riset center *e-commerce* di Texas University menganalisa 2000 perusahaan yang *online* di internet, sektor yang tumbuh paling cepat adalah *e-commerce*, naik sampai 72% dari \$99,8 Miliar menjadi \$171,5 Miliar. Di tahun 2006 pendapatan di Internet telah mencapai angka triliunan dolar, benar-benar angka yang menakjubkan.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia ini atau fenomena *e-commerce* ini dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs [http:// www.sanur.com](http://www.sanur.com) sebagai toko buku *online* pertama. Penetrasi internet di Indonesia terhadap masyarakat sudah mencapai kurang lebih 35 persen dari seluruh total populasi penduduk. Menurut lembaga riset pasar *e-Marketer*, populasi pengguna internet Tanah Air tahun 2014 mencapai 83,7 juta orang.

Sementara itu, perlakuan perpajakan dalam penerapan kebijakan *e-commerce* di Indonesia dengan tegas menyatakan bahwa selama ini, *e-commerce* adalah merupakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa lainnya, tetapi hanya berbeda dalam hal cara atau alat yang digunakan saja. Sehingga, perlakuan pajak *e-commerce* sama dengan perlakuan pajak atas perdagangan lainnya, termasuk tidak ada aturan khusus perpajakan yang mengatur transaksi *e-commerce* ini. Yang menjadi tantangannya adalah bagaimana cara efektif untuk mengenakan pajak atas transaksi *e-commerce* ini. Potensi pajaknya sangat besar, namun seringkali luput dikenakan pajak karena sifat transaksinya yang unik.

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia juga diikuti dengan pertumbuhan jumlah penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia. Jumlah penerimaan Pajak Pertambahan Nilai di Indonesia dari tahun 2011-2016 adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Negara Terbesar Pengguna Internet (Juta)

NO	NEGARA	2013	2014	2015	2016
1	CHINA	620.7	643.6	669.8	700.1
2	US	246	252.9	259.3	264.9
3	INDIA	167.2	215.6	252.3	283.8
4	BRAZIL	99.2	107.7	113.7	119.8
5	JAPAN	100	102.1	103.6	104.5
6	INDONESIA	72	83.7	93.4	102.8
7	RUSSIA	77.5	82.9	87.3	91.4
8	GERMANY	59.5	61.6	62.2	62.5
9	MEXICO	53.1	59.4	65.1	70.7
10	NIGERIA	51.8	57.7	63.2	69.1
11	UK	48.8	50.1	51.3	52.4
12	FRANCE	48.8	49.7	50.5	51.2
13	PHILIPINE	42.3	48	53.7	59.1
14	TURKEY	36.6	41	44.7	47.7
15	VIETNAM	36.6	40.5	44.4	48.2
16	SOUTH KOREA	40.1	40.4	40.6	40.7
17	EGYPT	34.1	36	38.3	40.9
18	ITALY	34.5	35.8	36.2	37.2
19	SPAIN	30.5	31.6	32.3	33
20	CANADA	27.7	28.3	28.8	29.4
21	ARGENTINA	25	27.1	29	29.8
22	COLOMBIA	24.2	26.5	28.6	29.4
23	THAILAND	22.7	24.3	26	27.6
24	POLAND	22.6	22.9	23.3	23.7
25	SOUTH AFRICA	20.1	22.7	25	27.2

Sumber :eMarketer, Nov 2014

Tabel 2. Perkembangan Pendapatan PPN Dan PPN BM 2010-2015 (Rp/Miliar)

Uraian	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Pendapatan PPN DN	157,178.4	191,936.8	226,761.8	241,145.8	338,192.4	273,467.49
Pendapatan PPN Impor	107,000.1	126,610.1	138,989.2	152,303.9	207,509.4	122,679.02
Pendapatan PPN BM DN	8,040.5	10,428.7	11,548.0	10,241.4	19,348.6	11,546.14
Pendapatan PPN BM Impor	5,374.1	8,422.8	7,281.3	5,335.6	10,348.6	4,296.02
Pendapatan PPN & PPN Bm Lainnya	206.9	186.1	133.3	154.9	666.5	286.01
Total	277,800.0	337,584.5	384,713.6	409,181.6	576,065.5	412,274.7

Sumber : diolah dari Laporan Keuangan Pemerintah Pusat

Meskipun sudah dibuat pengaturan secara umum, pemajakan terhadap transaksi *e-commerce* memiliki kesulitan tersendiri. Penyebabnya adalah peraturan Pajak Pertambahan Nilai yang berlaku sekarang tidak mengatur secara khusus mengenai transaksi *e-commerce*. Selain itu, *e-commerce* memiliki beberapa unsur yang membuat isu perpajakan menjadi lebih kompleks, unsur -unsur tersebut di antaranya sebagai berikut :

1. *E-commerce* membuat transaksi-transaksi yang dilakukan tidak lagi terhalang oleh lokasi geografis;
2. Produk-produk yang diperdagangkan sekarang telah berubah menjadi produk-produk digital;
3. Berubahnya mekanisme transaksi perdagangan, yang memudahkan bertemunya pembeli dan penjual karena pasar yang lebih

besar;

4. Pekerjaan yang tidak membutuhkan kehadiran fisik;
5. Memungkinkan detail transaksi berbentuk digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan tentang pengaturan pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* dalam peraturan perundang-undangan Pajak Pertambahan Nilai baik transaksi yang berskala nasional maupun internasional, menjelaskan identifikasi *taxable supply*, *taxable event*, dan *taxable person* PPN atas transaksi *e-commerce* dalam rangka pengenaan PPN di Indonesia dan untuk mengetahui apakah pengaturan yang ada saat ini sudah cukup memadai untuk mengenakan Pajak Pertambahan Nilai dalam transaksi *e-commerce*.

Pembatasan Masalah

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti serta agar penelitian ini dapat lebih mudah untuk dapat dipahami dan dimengerti, maka pada penelitian ini peneliti memberikan batasan-batasan yang diteliti, yaitu terfokus pada masalah-masalah yang pokok saja, maka penulis membatasi pembahasan penelitian ini hanya pada kebijakan Pajak Pertambahan Nilai seperti yang tertuang dalam Pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai yang dijadikan pedoman dalam pengenaan maupun pemungutan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce* di wilayah Indonesia

Kajian Teori

Kebijakan Perpajakan dan Pengertian Pajak

Menurut Norman D Nowak, (1970:3), Secara historis, pembicaraan mengenai masalah perpajakan selalu didahului dengan menentukan terlebih dahulu kebijakan perpajakan (*tax policy*), kemudian kebijakan perpajakan tersebut diolah dan diterapkan dalam bentuk undang-undang perpajakan (*tax law*) dan baru kemudian dibahas masalah yang menyangkut pemungutannya oleh aparat perpajakan yang termasuk dalam ruang lingkup administrasi perpajakan (*tax administration*).

Menurut R. mansury (2002:5) Kebijakan per-

pajakan positif merupakan alternatif yang nyata-nyata dipilih dari berbagai macam pilihan lain agar dapat dicapai sasaran yang hendak dituju, dimana alternatif-alternatif tersebut meliputi:

- Siapa yang akan dijadikan subyek pajak?
- Apa saja yang merupakan obyek pajak?
- Berapa besarnya tarif pajak?
- Bagaimana prosedur pajak?

1. Pengertian Pajak

1. Prof. Dr. Rochmat Soemitro, Guru Besar Hukum Pajak Universitas Padjadjaran, Bandung, dalam bukunya "*Dasar-dasar Hukum Pajak dan Pajak Pendapatan*", yang dikutip oleh Mardiasmo (2016:3) merumuskan pajak sebagai iuran rakyat kepada kas negara (peralihan kekayaan dari sektor partikular ke sektor pemerintah) berdasarkan Undang-undang (dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal, yang langsung dapat digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum.
2. Menurut Prof. Dr. M.J.H. Smeets dalam buku *De Economische Betekenis Belastingen* (terjemahan), yang kemudian dikutip oleh Wirawan B. Ilyas dan Richard Burton (2008:6) mendefinisikan pajak sebagai prestasi kepada Pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adakalanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan dalam hal yang individual, maksudnya untuk membiayai pengeluaran Pemerintah.

Dari berbagai definisi di atas, Safri Nurmanto menyimpulkan bahwa pajak memiliki lima unsur pokok, yaitu :

1. Pajak merupakan suatu iuran atau pungutan.
2. Pajak dipungut berdasarkan undang-undang.
3. Pajak dapat dipaksakan.
4. Tidak menerima atau memperoleh kontraprestasi secara langsung.
5. Digunakan untuk membiayai pengeluaran umum Pemerintah.

1. Pengertian Pajak Pertambahan Nilai (*Value Added Tax*)

Pengertian *Value Added* menurut Alain Tait, sebagai berikut:

Value Added is the value that a producer (whether a manufacturer, distributor, advertising agent, hairdresser, farmer, race horse trainer, or circus owner) adds to his raw materials or purchases (other than labor) before selling the new or improved product or services. That is the inputs (the raw material, transport, rent advertising, and soon) are bought, people are paid wages to work on these inputs and, when the final goods and service is sold, some profit is left. So value added can be looked at from the additive side (wages plus profit) or the subtractive side (output minus inputs).

Karena yang menjadi dasar pengenaan pajak ini adalah value added (pertambahan nilai atau nilai tambah), istilah atau terminologi yang digunakan adalah *Value Added Tax* (Pajak Pertambahan Nilai atau PPN).

2. Pengertian *E-commerce*

1. Perdagangan *e-commerce* adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara *online* dari sudut tempat mana pun. (Hidayat, 2008).
2. *E-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik seperti internet. Setiap individu yang mempunyai jaringan internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan *E-commerce*. (Varmaat, 2007).

3. Pengertian Pelayanan

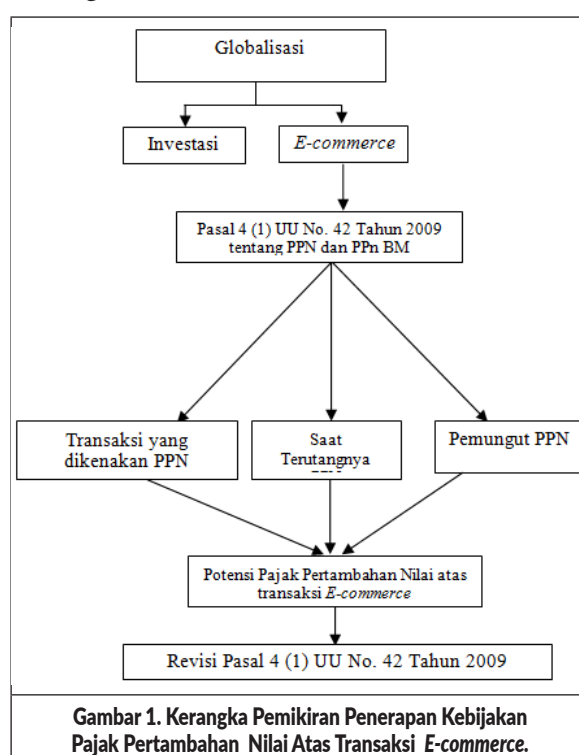
Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku

tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

4. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut Bambang Warsita (2008:135) teknologi informasi adalah sarana dan prasarana (*hardware, software, useware*) sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis yang dapat dibuat berdasarkan pemaparan dalam rumusan masalah dan kajian teori adalah sebagai berikut:

1. Globalisasi

Adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya, kemajuan infrastruktur transportasi dan telekomunikasi, termasuk kemunculan telegraf dan Internet, merupakan faktor utama dalam globalisasi yang semakin mendorong saling ketergantungan (interdependensi) aktivitas ekonomi dan budaya.

2. **Investasi**

Atau penanaman modal adalah suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan pada masa depan. Adanya globalisasi dapat menimbulkan efek positif, salah satunya yaitu adanya investasi atau penanaman modal baik dari luar negeri maupun dalam negeri.

3. **E-commerce**

Dari adanya investasi yang merupakan efek positif dari globalisasi, maka globalisasi juga dapat menimbulkan perdagangan atau proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, layanan, dan informasi secara elektronik.

4. **Pasal 4 (1) UU No. 42 Tahun 2009 tentang PPN dan PPn BM**

Adapun isi dari pasal 4 (1) UU No. 42 tahun 2009 adalah sebagai berikut :

1. Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
2. Impor Barang Kena Pajak;
3. Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
4. Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
6. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
7. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan;
8. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak

Isi dari pasal tersebut masih secara umum. Sampai saat ini belum ada ketentuan Undang-Undang yang secara khusus mengatur mengenai pemungutan Pajak

Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce* baik yang berskala nasional maupun internasional.

5. **Transaksi yang dikenakan PPN (*Taxable Supply*)**

UU PPN Tahun 2009 secara umum mengenakan setiap transaksi penyerahan barang kena pajak dan jasa kena pajak yang terutang PPN. Barang dan jasa yang dikenakan pajak diartikan secara luas. Untuk barang diartikan sebagai barang berwujud, yang menurut sifat atau hukumnya dapat berupa barang bergerak atau barang tidak bergerak, dan barang tidak berwujud sedangkan untuk jasa diartikan sebagai setiap kegiatan pelayanan berdasarkan suatu perjanjian atau perbuatan hukum yang menyebabkan suatu barang atau fasilitas atau kemudahan atau hak tersedia untuk dipakai, termasuk jasa yang dilakukan untuk menghasilkan barang karena pesanan atau permintaan dengan bahan dan atas petunjuk dari pemesan.

6. **Saat terutangnya PPN (*Taxable Event*)**

Transaksi *e-commerce* secara umum sebenarnya sama dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional, sehingga untuk memenuhi asas keadilan, transaksi ini pun tak luput dari pengenaan PPN. Dari definisi yang telah diuraikan pada bab terdahulu, pengertian *taxable event* lebih ditekankan pada saat pengiriman barang tersebut. *Taxable event* atas transaksi *e-commerce* dapat ditentukan saat barang dikirim atau diunduh oleh pembeli ke komputernya.

7. **Pemungut PPN (*Taxable Person*)**

Taxable person dalam UU PPN tahun 2009 berdasarkan Pasal 3A dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

1. Pengusaha Kena Pajak, yaitu orang pribadi atau badan yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar

daerah pabean melakukan penyerahan barang kena pajak dan jasa kena pajak yang dikenakan PPN.

2. Bukan Pengusaha Kena Pajak, yaitu orang pribadi yang memanfaatkan barang kena pajak tidak berwujud dari luar daerah pabean dan yang memanfaatkan jasa kena pajak dari luar daerah pabean.

Dengan unsur-unsur seperti di atas mengakibatkan pemajakan atas transaksi *e-commerce* menjadi kompleks. Selain itu, fakta yang menunjukkan peningkatan nilai transaksi *e-commerce* yang secara signifikan terus menunjukkan peningkatan tiap tahunnya, berpotensi mengakibatkan kehilangan penerimaan Pajak Pertambahan Nilai yang cukup besar.

Dari uraian yang telah dibahas diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Kebijakan *e-commerce* di Indonesia belum mendapat perhatian serius oleh pemerintah terutama masalah perpajakannya.
2. Kebijakan peraturan Undang-Undang No. 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah tidak maksimal dalam penerapannya.
3. Masyarakat atau wajib pajak tidak mengetahui maksud dan tujuan pemerintah yang mengharuskan wajib pajak pelaku usaha *e-commerce* berpedoman pada pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah.
4. Kurangnya sosialisasi mengenai kebijakan pasal 4 (1) UU no 42 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce*.
5. Kebijakan penerapan pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah dalam pengenaan

Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce* dinilai kurang tepat untuk jangka panjang.

6. Wajib pajak menjadi tidak disiplin karena akan menunggu kebijakan yang lebih baik lainnya.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, hanya terdapat satu lokasi khusus tempat peneliti melakukan penelitian yaitu di Direktorat Peraturan Perpajakan 1 dan mengambil data di Direktorat Teknologi Informasi Perpajakan Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak yang beralamat Jl. Gatot Subroto No.Kav. 40-42 Jakarta Selatan 12190 pada bulan Februari 2017 hingga bulan Agustus 2017.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian "Analisis Penerapan Kebijakan *e-commerce* Pada Direktorat Jenderal Pajak dengan alasan mempertimbangkan fokus penelitian yakni fokus pada koordinasi antar unit, antar lembaga, antar instansi untuk mencapai tujuan tertentu yang mempunyai banyak segi dan tidak bersifat monokausal.

Paradigma Penelitian

Terdapat dua paradigma utama dalam penelitian ilmu-ilmu sosial, yaitu paradigma positivisme dan paradigma naturalistik. Karena pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif, maka paradigma yang penulis gunakan adalah paradigma naturalistik yang tujuannya adalah untuk memahami kondisi faktual di lapangan terkait dengan isu konsep penelitian. Isu yang terdapat dalam penelitian ini adalah penerapan kebijakan *e-commerce* yang sampai dengan saat ini, ketentuan perpajakan yang berlaku, yaitu Pasal 4 (1) UU No. 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai, belum mengatur secara jelas tentang bagaimana penerapan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce*.

Fokus Penelitian

Pembahasan mengenai kebijakan *e-commerce* sangatlah luas, agar tesis ini terfokus pada masalah-masalah yang pokok saja maka penulis membatasi pembahasan penelitian ini hanya pada penerapan kebijakan *e-commerce* yang pokok masalahnya adalah pada pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai. Di dalam pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah yang berisi jenis barang dan jasa yang dikenakan Pajak Pertambahan Nilai yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan pemungutan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce*.

Penentuan Informan

Pemilihan informan perlu dilakukan secara sungguh-sungguh agar permasalahan dalam penelitian dapat terjawab. Informan yang dihadirkan dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam proses pelaksanaan kebijakan. Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti menghadirkan beberapa informan yang menurut peneliti dapat membantu dalam melakukan penelitian penerapan kebijakan *e-commerce*. Informan yang peneliti akan wawancarai adalah sebagai berikut :

1. Info 1 adalah seorang pegawai di Direktorat Peraturan Perpajakan I Direktorat Jenderal Pajak sebagai Kepala Seksi PPN Jasa.
2. Info 2 adalah seorang pegawai sebagai Tenaga Pengkaji Bidang Ekstensifikasi & Intensifikasi Pajak.
3. Info 3 adalah seorang ahli pajak, pengajar di salah satu universitas swasta dan pengamat pajak yang telah berpengalaman.
4. Info 4 adalah seorang konsultan pajak dan audit keuangan partner Kantor Jasa Akuntan Djati Permana dan telah berpengalaman.
5. Info 5 adalah seorang wajib pajak dari suatu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan *e-commerce* dan memiliki jabatan sebagai Manager Keuangan.
6. Info 6 adalah seorang wajib pajak yang juga perwakilan dari perusahaan *e-commerce*. Jabatannya sebagai Manager Pajak.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *inductive data analysis*, yang merupakan metode analisis umum yang penulis lakukan didasarkan pada hasil penelitian lapangan seperti wawancara, kemudian dilakukan interpretasi, dicari makna dan ditarik kesimpulan. Perbedaan latar belakang pendidikan, tugas pokok dan fungsi, persepsi dan masalah yang dihadapi membuat pemahaman dan kendala saat melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan penerapan kebijakan *e-commerce* berbeda-beda. Jawaban informan yang bervariasi sesuai dengan tingkat pemahaman dan yang biasa dihadapi oleh informan, membuat data yang dianalisis jadi semakin banyak. Oleh karena itu, penulis menggunakan metode analisis data induktif sehingga dapat diambil kesimpulan yang mendasar dari apa yang didapat dari wawancara dengan informan.

Uji Keabsahan Data

Peneliti dalam proses penelitian berkali-kali ke lapangan sehingga dianggap telah cukup lama mengumpulkan, mengamati dan mengolah data yang bersangkutan, mempelajari budaya, menguji informasi yang keliru, meminimalisasi distorsi dan terutama membangun kepercayaan dengan menggunakan sumber-sumber yang berbeda berupa data perkembangan penerimaan Pajak Pertambahan Nilai dibandingkan dengan penerapan kebijakan *e-commerce* yang menggunakan Pasal 4 (1) UU No 42 tahun 2009 sebagai pedoman dalam pengenaan Pajak Pertambahan Nilai atas transaksi *e-commerce*. Penulis juga menggunakan metode lain dalam mengumpulkan data yaitu dengan wawancara menggunakan daftar pertanyaan kepada beberapa pihak yang terkait dengan objek yang diteliti. Tahap-tahap dalam pengumpulan data dalam suatu penelitian, yaitu tahap orientasi, tahap eksplorasi dan tahap *member check*. Dalam tahap orientasi, yang dilakukan peneliti adalah melakukan pra-survey ke lokasi yang akan diteliti. Pra-survey dilakukan di Indonesia, peneliti melakukan dialog dengan kepala Seksi PPN Jasa, juga melakukan studi

dokumentasi serta kepustakaan untuk melihat dan mencatat data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Selanjutnya adalah tahap eksplorasi, tahap ini merupakan tahap pengumpulan data di lokasi penelitian sekaligus peneliti melakukan wawancara dengan unsur-unsur terkait yang mengacu pada pedoman wawancara yang telah peneliti sediakan. Dan yang terakhir adalah tahap *member check*, setelah diperolehnya data lapangan baik melalui observasi, wawancara, maupun studi dokumentasi. Untuk melengkapi atau merevisi data yang baru, maka data yang ada tersebut diangkat dan dilakukan pembahasan, yaitu melakukan *check* keabsahan data sesuai dengan sumber aslinya.

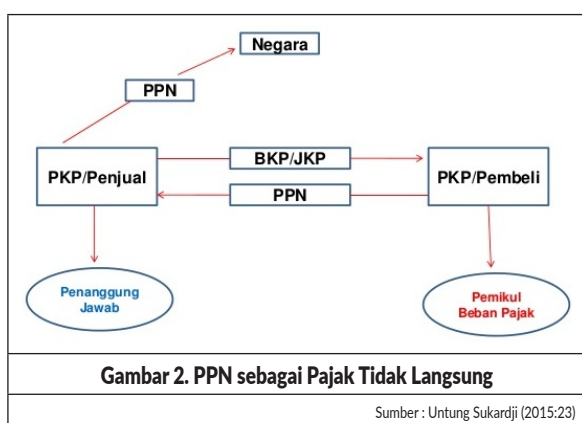
HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Legal Karakter Pajak Pertambahan Nilai

Pajak Pertambahan Nilai terpilih sebagai sebagai pengganti Pajak Penjualan karena memiliki beberapa karakteristik positif, Ben Terra (Untung Sukardji, 2015:22) mengemukakan bahwa Legal karakter Pajak Pertambahan Nilai secara umum antara lain adalah :

- a. General Tax on Consumption;
- b. Indirect Tax;
- c. Neutral;
- d. Non-Cumulative.



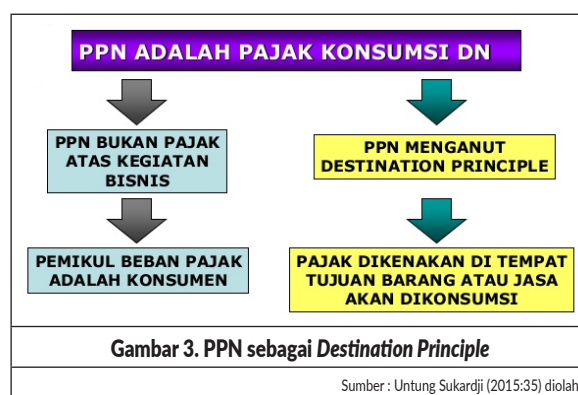
Gambar 2. PPN sebagai Pajak Tidak Langsung

Sumber : Untung Sukardji (2015:23)

Netralitas Pajak Pertambahan Nilai

Dalam mekanisme pemungutannya, Pajak Pertambahan Nilai mengenal dua prinsip pemungutan, yaitu prinsip tempat asal (*origin principle*) dan prinsip tempat tujuan (*destination*

principle). Prinsip tempat asal mengandung pengertian bahwa Pajak Pertambahan Nilai dipungut di tempat asal barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Sedangkan berdasarkan prinsip tempat tujuan, Pajak Pertambahan Nilai dipungut di tempat barang atau jasa dikonsumsi. Kedua prinsip ini sangat besar pengaruhnya terhadap kedudukan Pajak Pertambahan Nilai dalam perdagangan internasional. Apabila dikehendaki ada sifat netral Pajak Pertambahan Nilai di bidang perdagangan internasional, maka prinsip yang dianut adalah prinsip tempat tujuan (*destination principle*). Dalam prinsip ini, komoditi impor akan menanggung beban pajak yang sama dengan barang produksi dalam negeri, apabila komoditi tersebut dikonsumsi di dalam negeri.



Gambar 3. PPN sebagai Destination Principle

Sumber : Untung Sukardji (2015:35) diolah

Sejak 1 Januari 2014, Pemerintah telah menetapkan aturan mengenai batasan Pengusaha Kena Pajak (PKP) yaitu pengusaha yang omzetnya mencapai Rp4,8 miliar. Dengan demikian, semua pelaku usaha termasuk pebisnis *online* yang omzetnya mencapai jumlah tersebut, wajib memungut PPN atas setiap transaksinya. Namun belum ada kepastian bahwa apakah setiap transaksi *online* yang dilaksanakan oleh pengusaha *e-commerce* baik badan usaha atau orang pribadi yang sudah tergolong PKP, telah memungut PPN dan menyetorkan ke kas negara. Hal inilah yang cukup sulit dideteksi, dikarenakan transaksi *e-commerce* sangat berbeda dengan transaksi konvensional.

Ada banyak kendala yang dihadapi untuk pengenaan pajak atas transaksi *online*. Transaksi *e-commerce* terjadi dalam waktu yang singkat, sehingga sangat sulit untuk melacak siapa saja pelaku transaksinya. Bentuk barang atau jasa

yang diperdagangkan kebanyakan berformat digital (non fisik) seperti *software*, video, musik, *e-magazine*, sehingga cukup menyulitkan dalam penentuan obyek pajaknya. Di samping itu, bukti transaksinya adalah bukti elektronik sehingga membuat transaksi *e-commerce* semakin susah untuk dideteksi.

Internet sebagai suatu medium komunikasi global dapat digunakan untuk melakukan kegiatan perdagangan, namun tidak dengan serta merta ia meniadakan sistem hukum perdagangan konvensional itu sendiri. Oleh karena itu, semua mekanisme hukum yang berlaku pada hakekatnya tetap berlaku termasuk didalamnya hukum pajak, kecuali ditentukan lain oleh hukum yang khusus mengecualikannya.

Di dalam penjelasan Pasal 11 ayat (1) Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (selanjutnya disebut juga sebagai “Undang-undang No. 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai”) dikatakan bahwa saat terutangnya pajak untuk transaksi yang dilakukan melalui *electronic commerce* tunduk pada ketentuan ini. Namun, kelanjutannya berupa peraturan pelaksana belum ada sehingga peraturan tersebut sulit untuk diterapkan secara tepat, meskipun tidak berarti bahwa transaksi tersebut tidak dapat dipajaki. Pajak Pertambahan Nilai dikenakan terhadap pertambahan nilai yang prosesnya timbul dari pembiayaan dari faktor-faktor produksi yaitu mulai dari bahan baku menjadi barang setengah jadi dan akhirnya menjadi barang yang siap dijual.

Pemerintah melalui surat edaran dirjen pajak SE nomor 62/PJ/2013 tentang penegasan kembali bahwa pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* ditekankan bahwa pengenaan pajak terhadap transaksi *e-commerce* tetap mengacu kepada peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku seperti Undang-Undang nomor 16 tahun 2009 tentang tentang Ketentuan Umum Perpajakan Dan Tata Cara Perpajakan, dan Undang-Undang nomor 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas

Barang Mewah.

Untuk mengetahui deskripsi dari penerapan kebijakan *e-commerce* ini agar potensi Pajak yang sangat besar terutama Pajak Pertambahan Nilai tidak hilang, ada beberapa pertanyaan yang ditanyakan langsung kepada informan sudah ada atau belum ada mengenai peraturan dalam bentuk undang-undang yang secara khusus mengatur penerapan kebijakan *e-commerce*.

Tabel 3. Analisis Data Atas Pertanyaan dan Jawaban 1

No. Informan	Pertanyaan dan Jawaban Informan	Verbatim
	Bagaimana pendapat Bapak, tentang filosofi perdagangan melalui internet (<i>e-commerce</i>) saat ini?	
Info 1	<i>E-commerce</i> merupakan bentuk alternatif perdagangan yang menggunakan teknologi informasi. Sangat memudahkan pembeli dalam berbelanja. Saat ini DJP sedang mengkaji <i>impact e-commerce</i> ini terhadap perpajakan, dimungkinkan untuk dilakukan pengaturan lebih lanjut mengenai perlakuan perpajakannya.	Memudahkan
Info 2	Sebagaimana perdagangan konvensional, <i>e-commerce</i> juga berhubungan dengan transaksi barang dan jasa yang dilakukan melalui media internet dalam bentuk produk digital murni dan produk yang non digital murni.	Memudahkan
Info 3	<i>E-commerce</i> adalah perdagangan online yang menggunakan internet untuk bertransaksi. Pelaku usaha <i>e-commerce</i> harus dapat dipercaya sehingga pembeli dapat membeli barang sesuai kebutuhannya. Pembeli cukup dimudahkan melihat katalog dari pelaku usaha <i>e-commerce</i> dan langsung dapat membeli. Pelaku usaha juga sangat mudah dalam memasang barang dagangannya. Pihak otoritas pajak juga harus mampu menyiapkan diri dan mendeteksi siapa pelaku usaha dan siapa pembelinya.	Memudahkan
Info 4	<i>E-commerce</i> adalah sistem jual beli online yang dilakukan tanpa tatap muka dan tanpa bertemu langsung yang menggunakan kecepatan internet sebagai media transaksinya dan memudahkan penjual dan pembeli bertransaksi.	Memudahkan
Info 5	Jaman sekarang di era internet ini, apapun bisa dijual, naik berupa barang ataupun jasa. Semua memudahkan kita tinggal klik laptop atau <i>smartphone</i> untuk membeli atau menjual sesuatu.	Memudahkan
Info 6	Perdagangan melalui internet ini sangat mudah dilakukan. Transaksi yang dilakukan bisa menjual atau membeli barang, jasa dan lainnya.	Memudahkan

Berdasarkan jawaban informan pada tabel 3 diketahui bahwa *e-commerce* ini terjadi antara penjual dan pembeli yang dilakukan melalui media internet untuk bertransaksi dan dilakukan tanpa bertatap muka sehingga mempermudah penjual dan pembeli dalam melakukan setiap transaksi *e-commerce*. Pada jawaban Informan 1 pihak Direktorat Jenderal Pajak sedang mengkaji pengaturan mengenai perlakuan perpajakannya. Jawaban informan ke 2, 3, 4, 5 dan 6 tidak menyinggung masalah peraturan perpajakan yang khusus untuk mengatur perlakuan perpajakan *e-commerce*.

Tabel 4. Analisis Data Atas Pertanyaan dan Jawaban 2

No. Informan	Pertanyaan dan Jawaban Informan	Verbatim
	Menurut pendapat Bapak, apakah ketentuan pajak yang berlaku sekarang telah mengatur secara menyeluruh tentang transaksi e-commerce terutama transaksi lintas negara (UU PPN tahun 2009 dan SE Dirjen Pajak No. 62 tahun 2013)? Menurut Bapak apakah masih relevan UU PPN dan Surat Edaran Dirjen Pajak ini?	
Info 1	Aturan khusus mengenai e-commerce sebenarnya belum ada aturannya, namun UU PPN Tahun 2009 sifatnya sangat luas sehingga penerapan PPN atas transaksi e-commerce mengikuti aturan dalam Pasal 4 (1) UU PPN Tahun 2009, karena pengertian barang kena pajak dapat diartikan secara luas dan dalam memori penjelasan Pasal 11 dijelaskan saat terutangnya untuk transaksi e-commerce tunduk pada ayat ini. Surat Edaran Dirjen Pajak juga menurut saya harusnya cukup dijadikan acuan dalam e-commerce walaupun sebenarnya bentuk aturan tersebut sebaiknya undang-undang.	Belum diatur
Info 2	Sampai saat ini sudah banyak peraturan tentang e-commerce yang dibuat berbagai instansi tetapi tidak ada yang saling mendukung. Memang harus dibuatkan peraturan yang memadai dari instansi yang berkepentingan. Tahun 2016, pemerintah pun sudah membuat Road Map e-commerce ini. Memang sudah saatnya pemerintah lebih serius dalam menggali potensi penerimaan pajak dari sektor e-commerce yang semakin berkembang.	Belum diatur
Info 3	Peraturan perpajakan yang ada secara khusus mengatur e-commerce belum ada. Perlu aturan khusus yang mengatur e-commerce. UU PPN tahun 2009 perlu di amendemen atau Perppu juga harus diterbitkan untuk mengatur khusus e-commerce. Menurut saya surat edaran dari Dirjen Pajak kurang memenuhi syarat karena surat edaran itu sebenarnya hanya berlaku di intern DJP saja.	Belum diatur
Info 4	Peraturan dalam bentuk surat edaran Dirjen Pajak yang sifatnya untuk penggunaan ke Wajib Pajak seharusnya ditiadakan. Surat edaran Dirjen Pajak tersebut hanya untuk penggunaan di dalam lingkungan DJP saja. Saya sangat menyarankan kepada Menteri Keuangan agar segera melakukan revisi UU PPN tahun 2009. Walaupun tidak menyeluruh. Silakan amendemen saja pasal-pasal. Contoh pasal 4 (1) UU PPN tahun 2009 dan masih banyak lagi pasal-pasal yang kurang relevan pada saat ini. Wilayah grey area harus diminimalkan.	Belum diatur
Info 5	Pemerintah terkesan lambat dalam membuat undang-undang yang mengatur e-commerce. Undang-undang yang ada sekarang membuat bingung kami. Misalnya, surat edaran Dirjen Pajak tidak cukup melegitimasi penerapan pajak terutama PPN.	Belum diatur
Info 6	Kami sebagai Wajib Pajak yang bidang usahanya di e-commerce sangat kecewa dengan otoritas pajak yang tidak peduli terhadap keluhan kami. Peraturan perpajakan e-commerce belum ada yang mengatur secara khusus. Dari pasal-pasal di dalam UU PPN tahun 2009 perlu direvisi dan harus dibuat Peraturan Menteri Keuangan tentang e-commerce. Perusahaan kami kesulitan dalam menentukan objek pajak PPN. Surat edaran saja tidak cukup.	Belum diatur

Berdasarkan jawaban semua informan pada tabel 4 dapat diketahui bahwa ketentuan pajak terutama yang mengatur penerapan kebijakan e-commerce belum ada.

Tabel 5. Analisis Data Atas Pertanyaan dan Jawaban 3

No. Informan	Pertanyaan dan Jawaban Informan	Verbatim
	Apa saja yang perlu direvisi didalam UU PPN? Apa yang menjadi kendala dilapangan dalam upaya menerapkan ketentuan penerapan PPN atas transaksi e-commerce tersebut?	
Info 1	DJP akan mempelajari terlebih dahulu hal tersebut.	Belum diatur
Info 2	Setahu saya yang sudah ada RUU nya baru UU KUP, bisa saja UU PPN juga direvisi namun harus melalui mekanisme yang ada. Tentunya pasal-pasal yang belum mengikuti perkembangan jaman saja yang diamandemen. Kemudian Menteri Keuangan juga harus mengeluarkan PMK tentang penegasan e-commerce.	Belum diatur

Info 3	Menurut saya sebelum melakukan revisi UU PPN tahun 2009, apakah UU PPN tahun 2009 tersebut sudah efektif. Efektif disini artinya apakah sudah memenuhi harapan pembuat UU, sudah jelas, tegas, lugas dan tidak multitafsir, sudah selaras, seimbang dan serasi atau belum. Bisa juga UU nya sudah bagus tapi pembuat dan pelaksana nya tidak mengerti. Yang perlu direvisi hanya yang belum mencakup saja. Cukup di amendemen saja pasal-pasalnya. UU harus mengikuti perkembangan jaman. Sudah disesuaikan atau belum UU nya dengan perkembangan perdagangan yang semakin canggih dengan adanya e-commerce.	Belum diatur
Info 4	Yang harus diamandemen adalah pasal-pasal yang belum mencakup e-commerce. Di pasal tentang e-commerce tersebut harus dijelaskan secara detail tentang semua transaksi e-commerce yang terutang PPN. Kendala nya tentu harus dibicarakan antar instansi pemerintah seperti Kominfo, Perdagangan dan keuangan (DJP).	Belum diatur
Info 5	Kami sebagai pelaku e-commerce butuh payung hukum yang lebih kuat. Objek PPN semakin luas juga harus diimbangi oleh UU yang menjelaskan jenis objek pajak yang baru. Memang ada beberapa petugas pajak di DJP yang mengatakan tidak ada pajak baru di bidang e-commerce, itu sangat salah. Kami wajib pajak e-commerce justru kebingungan menentukan objek pajak e-commerce apakah terutang PPN atau tidak?	Belum diatur
Info 6	Menurut saya perlu dilakukan perubahan UU PPN tahun 2009 karena ketinggalan jaman. Aturan tersebut sudah usang. Perlu diperbarui kembali dan disesuaikan dengan objek pajak terbaru, terutama dari dunia digital, media online dan sebagainya. Ini harus dilakukan sesegera mungkin.	Belum diatur

Berdasarkan jawaban semua informan pada tabel 5 bahwa revisi UU PPN tahun 2009 harus dilakukan sesegera mungkin. Pasal-pasalnya cukup diamandemen saja. Pasal-pasal yang sekiranya belum mencakup e-commerce harus direvisi.

Tabel 6. Analisis Data Atas Pertanyaan dan Jawaban 4

No. Informan	Pertanyaan dan Jawaban Informan	Verbatim
	Bagaimana strategi DJP dalam menjaring potensi transaksi e-commerce khususnya atas PPN ini? (identifikasi objek dan subyek)	
Info 1	Teknik menjaring potensi saat ini masih dilakukan dengan metode intensifikasi dan ekstensifikasi, namun pengembangannya disesuaikan dengan kebutuhan	Sudah diatur
Info 2	Intensifikasi objek pajak saja tidak menyelesaikan masalah. Memang seharusnya DJP melakukan ekstensifikasi atau menambah objek yang belum ada untuk meningkatkan penerimaan Negara dari sektor PPN di bidang e-commerce. Banyak potensi pajaknya disana.	Belum diatur
Info 3	Identifikasi objek dan subjek PPN dapat dilakukan jika ada kerjasama dengan antara Kominfo, perdagangan dan DJP.	Belum diatur
Info 4	Menurut saya cukup melalui Kominfo saja atau dengan pembentukan sebuah Badan Regulasi yang bernama CA. CA adalah sebuah lembaga resmi yang ditunjuk pemerintah untuk menerbitkan suatu sertifikat digital (<i>digital certificate</i>) yaitu sebuah dokumen elektronik yang digunakan untuk mengidentifikasi individu, server, perusahaan atau entitas lainnya dan mengasosiasikan identitas tersebut dengan public key. CA digunakan oleh <i>Public Key Cryptography</i> berkaitan dengan pertanyaan apakah data yang kita diterima benar-benar dari pengirim yang kita percaya dan apakah data yang akan kita kirim akan benar-benar menuju ke penerima yang kita tuju.	Belum diatur
Info 5	Saya pernah ikut seminar di DJP, pembicara di seminar itu ada yang dari DJP dan mengatakan tidak ada pajak baru bagi pelaku bisnis e-commerce. Ini sangat aneh, masa dia orang pajak tidak tahu dalamnya e-commerce. Terlalu kompleks itu di e-commerce. cobalah buat lebih mendalam lagi penelitian e-commerce untuk orang DJP. Sering-seringlah berbicara dengan kami.	Belum diatur
Info 6	Kalau menurut saya objek dan subjek PPN masih terlalu luas. Harus ada identifikasi khusus dalam penentuan objek dan subjek PPN dalam hal e-commerce. Itu tugas DJP dan aparat terkait. Kami sangat menunggu hal tersebut.	Belum diatur

Berdasarkan jawaban informan 1, bahwa dalam menjaring potensi transaksi e-commerce

dilakukan dengan metode intensifikasi dan eks-tensifikasi, namun pengembangannya disesuaikan dengan kebutuhan, artinya hal ini sudah diatur dalam UU PPN tahun 2009. Tetapi jawaban informan 2, 3, 4, 5 dan 6 hal ini belum diatur.

Tabel 7. Analisis Data Atas Pertanyaan dan Jawaban 5

No. Informan	Pertanyaan dan Jawaban Informan	Verbatim
	Apa yang menjadi kendala dilapangan dalam upaya menerapkan ketentuan pengenaan PPN atas transaksi e-commerce tersebut?	
Info 1	Mengidentifikasi taxable person dalam transaksi konvensional lebih mudah dilakukan, namun dalam mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce sangat sulit dilakukan terlebih teknologi yang digunakan belum dimiliki oleh DJP, inilah yang menjadi kesulitan atau kendala yang ada dalam DJP dalam melakukan pengenaan PPN atas transaksi e-commerce, terlebih jika pihak yang melakukan transaksi bukan merupakan wajib pajak dan tidak berstatus pengusaha kena pajak pula.	Belum diatur
Info 2	Kami akui masih banyak kendala dalam menentukan pengenaan PPN untuk e-commerce. Perlu teknologi tinggi untuk mengidentifikasi objek dan subjek PPN e-commerce tersebut. Kami melakukan kerjasama dengan instansi terkait. Sudah pasti kominfo dan perdagangan yang menjadi tumpuan kami dalam bekerjasama untuk menentukan subjek dan objek PPN e-commerce ini.	Belum diatur
Info 3	Masalah koordinasi instansi pemerintah belum disiplin dalam mengamankan penerimaan pajak atau bahkan instansi pemerintah tersebut dapat dikatakan membantu dalam hal penyalahgunaan peraturan e-commerce jika ada Wajib Pajak yang tidak mengerti mengenai aturan tentang e-commerce.	Belum diatur
Info 4	Menurut saya, dilapangan sering terjadi perbedaan pendapat antar petugas pajak sendiri. Di satu sisi aturan yang ada belum dibuat secara lebih serius.	Belum diatur
Info 5	Sangat banyak kendalanya. Silakan aja dicermati berapa banyak penjualan dari e-commerce selama ini dan berapa pajak yang diterima oleh DJP. Sudah pasti penjualan e-commerce sangat tinggi tetapi penerimaan pajaknya masih rendah. Kamu sebagai wajib pajak sudah sangat membantu pemerintah tetapi kenapa pemerintah tidak segera membuat aturan yang lebih jelas dan lugas serta tidak multitafsir lagi sehingga malah membuat wajib pajak enggan memungut bahkan melaporkan PPN dari transaksi e-commerce.	Belum diatur
Info 6	Kami sebagai wajib pajak yang menjalankan e-commerce dibuat bingung dengan aturan yang ada sehingga perusahaan berusaha sebaik mungkin mengikuti aturan yang ada. Pada akhirnya kami sendiri yang menentukan transaksi yang kami jalankan apakah objek PPN atau bukan.	Belum diatur

Berdasarkan jawaban semua informan, masih menemukan kendala dalam menentukan transaksi e-commerce apakah subjek dan objek Pajak Pertambahan Nilai atau bukan. Hal ini perlu ditindaklanjuti untuk menentukan hal tersebut melalui :

1. Penggolongan E-commerce

Secara umum, penggolongan dari kegiatan e-commerce dapat digolongkan menjadi 4 jenis berdasarkan sifat transaksinya sebagai berikut (Nufransa Wira Sakti, 2014:12):

1. *Business to business* (B2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan

lainnya. Contoh model e-commerce ini adalah beberapa situs e-banking yang melayani transaksi antar perusahaan.

2. *Business to Consumer* (B2C), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnis melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa e-commerce) dengan individual buyers atau pembeli. Contoh model e-commerce ini adalah *airasia.com*.
3. *Consumer to Consumer* (C2C), adalah model e-commerce dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep e-commerce jenis ini banyak digunakan dalam situs *online auction* atau lelang secara online. Contoh portal e-commerce yang menerapkan konsep C2C adalah *e-bay.com*.
4. *Consumer to Business* (C2B), adalah model e-commerce dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis e-commerce seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal e-commerce yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah *priceline.com*.

2. Model Bisnis E-commerce

1. Online Marketplace

Online Marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa Toko Internet di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* menjual barang dan/atau jasa. Model bisnis dimana situs yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara daring untuk para pedagang daring.

Contoh perusahaan : tokopedia, elevenia, bukalapak.

2. Classified Ads

Classified Ads adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang *content* (teks, grafik, video

penjelasan, informasi, dan lain-lain) barang dan/atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Merupakan situs iklan baris, di mana situs yang bersangkutan tidak memfasilitasi kegiatan transaksi daring.

Contoh perusahaan : kaskus, olx, rumah123.

3. *Daily Deals*

Daily Deals merupakan kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang dan/atau jasa kepada Pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran.

Contoh perusahaan : evoucher, traveloka.

4. *Online Retail*

Online Retail adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* kepada Pembeli di situs *Online Retail*. Toko daring dengan alamat situs (*domain*) sendiri dimana penjual memiliki stok produk/jasa dan menjualnya secara *online* kepada pembeli.

Contoh perusahaan : bhinneka, blibli, lazada.

3. **Transaksi yang dikenakan PPN (*Taxable Supply*)**

Transaksi *e-commerce* sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya, menggunakan media internet secara *online*. Barang yang dipesan pun dapat berupa barang berwujud maupun barang digital dan jasa. Terhadap barang digital, UU PPN Tahun 2009 tidak memberikan definisi yang jelas. Pengertian barang tidak berwujud berdasarkan UU PPN Tahun 2009 dapat diartikan seluas-luasnya, sehingga barang-barang digital pun tergolong dalam barang tidak berwujud yang terutang PPN. Ketidakjelasan pengaturan mengenai definisi barang digital dalam pengertian barang tidak berwujud, menjadikan adanya

penafsiran yang luas dan jauh dari asas kepastian hukum.

Dari sudut pandang asas keadilan, penyerahan barang dan atau jasa yang dilakukan secara *e-commerce* harus mendapatkan perlakuan yang sama dengan penyerahan barang atau jasa biasa. Artinya kalau barang yang dibeli di toko dikenakan PPN, maka barang yang diperoleh dari hasil pengunduhan seharusnya dikenakan PPN pula.

Berdasarkan uraian diatas, transaksi *e-commerce* dikenakan PPN apabila:

1. Barang atau jasa yang diperdagangkan melalui *e-commerce* tersebut adalah barang kena pajak baik berwujud atau tidak berwujud dan jasa kena pajak;
2. Transaksi *e-commerce* tersebut dilakukan atau dimanfaatkan/dikonsumsi di dalam daerah pabean baik transaksi antara perusahaan dengan perusahaan (*business to bussiness/B2B*) atau antara perusahaan dengan konsumen akhir (*business to consumers/B2C*).

Pendekatan yang dilakukan saat pengenaan PPN atas transaksi *e-commerce* di Indonesia dapat mencontoh pengalaman atau praktik yang dilakukan oleh negara-negara maju, yaitu pendekatan prinsip dasar PPN sebagai berikut :

1. Pendekatan yang dilakukan adalah pengenaan pajak dimana (negara) tempat barang tersebut dikonsumsi (*place of consumption*);
2. Terhadap penyerahan keluar daerah pabean dikenakan tarif 0% atau diperlakukan sebagai ekspor.
3. Terhadap impor barang kena pajak berwujud, pengenaan PPN dilakukan saat barang tersebut masuk ke daerah pabean oleh otoritas bea dan cukai.
4. Identifikasi Saat Terutangnya PPN (*Taxable Event*) pada transaksi *E-commerce*.

Identifikasi Saat terutangnya PPN (*Taxable Event*) dalam pengenaan PPN untuk transaksi *e-commerce* menurut UU PPN tahun 2009 dalam Pasal 4 (1)

saat barang diimpor, saat barang diserahkan dan saat barang tersebut dimanfaatkan. Terhadap penyerahan barang tidak berwujud dan jasa, UU PPN Tahun 2009 menggunakan terminologi pemanfaatan. Kata pemanfaatan ini dapat diartikan pula sebagai konsumsi atas barang tidak berwujud atau jasa tersebut didalam daerah pabean. Sehingga terhadap barang tidak berwujud atau jasa yang perolehannya melalui transaksi *e-commerce* terutang PPN saat barang tidak berwujud atau jasa tersebut dimanfaatkan atau dikonsumsi didalam daerah pabean. Jika penyerahan barang tidak berwujud atau jasa dilakukan oleh PKP di Indonesia maka atas penyerahan tersebut PKP diwajibkan memungut PPN atas pemanfaatan tersebut tanpa memperhatikan siapa yang memanfaatkan, jika pemanfaatan barang tidak berwujud atau jasa tersebut berasal dari luar daerah pabean di daerah pabean maka berdasarkan prinsip "*place of consumption*", PPN atas transaksi tersebut dapat dikenakan di Indonesia. Konsep *place of supply* umumnya memiliki kelebihan bahwa setiap penyerahan yang dilakukan oleh PKP terutang PPN tidak melihat apakah barang tersebut dikonsumsi di dalam daerah pabean atau diluar daerah pabean. Namun konsep ini tidak berlaku jika penyerahan di luar daerah pabean, namun dikonsumsi di dalam daerah pabean. Namun kelemahan ini dapat ditutupi. Melihat perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia, penjual kebanyakan berasal dari luar pabean atau dapat dikatakan bahwa Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial, sehingga penggunaan konsep *place of consumption* dapat menggeser konsep *place of supply* atas transaksi ini. Konsep *place of consumption* memungkinkan untuk dapat mengklaim potensi pengenaan PPN oleh Indonesia.

5. Identifikasi Pemungut PPN (*Taxable Person*) pada transaksi *E-commerce*

Taxable person dalam UU PPN tahun 2009 berdasarkan Pasal 3A dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

1. Pengusaha Kena Pajak, yaitu orang pribadi atau badan yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean melakukan penyerahan barang kena pajak dan jasa kena pajak yang dikenakan PPN.
2. Bukan Pengusaha Kena Pajak, yaitu orang pribadi yang memanfaatkan barang kena pajak tidak berwujud dari luar daerah pabean dan yang memanfaatkan jasa kena pajak dari luar daerah pabean.

Semua pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*, yaitu pembeli dan penjual, pada dasarnya merupakan *taxable person* yang memiliki kewajiban melakukan pemungutan, penyeteroran dan pelaporan PPN terutang ke kas Negara sesuai dengan ketentuan dalam UU PPN Tahun 2009.

Pembahasan

Menurut Muhammad Ridha (2016:25), implementasi kebijakan memiliki arti yang luas, tetapi menurut peneliti dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Kebijakan Perpajakan

Pelaksanaan kebijakan dasar, dapat berupa undang-undang, perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting, ataupun keputusan badan peradilan.

2. Lembaga

Administrasi pajak dapat dilihat dari suatu lembaga, yaitu sebagai Direktorat Jenderal Pajak pada Kementerian Keuangan

Republik Indonesia, bahwa implementasi kebijakan merupakan pelaksanaan dari suatu kebijakan yang dilakukan oleh pelaksana kebijakan dengan suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan untuk memperoleh data primer, maka dapat diperoleh beberapa temuan sebagai berikut :

1. Perdagangan *online* (*E-commerce*)

Berdasarkan tabel 3 bahwa perdagangan *online* (*e-commerce*) sangat memudahkan bagi semua kalangan masyarakat asal ada sambungan internet maka pembeli dan penjual pun dapat bertransaksi tanpa melakukan tatap muka dan pembayaran pun bisa langsung *online* saat itu juga melalui kartu kredit. Pembelian maupun penjualan tidak dilakukan secara konvensional.

2. Sistem Perpajakan dan kebijakan perpajakan

Sistem perpajakan dan kebijakan perpajakan yang bagus secara berkesinambungan membantu penerapan kebijakan *e-commerce* di Indonesia. Wajib Pajak pun sangat terbantu dengan adanya sistem dan kebijakan perpajakan yang mendukung *e-commerce*. Sesuai dengan tabel 4, tabel 5, tabel 6 dan tabel 7 kebijakan perpajakan yang ada saat ini yang mengatur *e-commerce* belum maksimal atau belum diatur. Peraturan yang mengatur *e-commerce* dalam hal pengenaan PPN atas transaksi *e-commerce* memang sudah ada namun dalam pelaksanaannya menimbulkan kebingungan, khususnya bagi wajib pajak pelaku usaha *e-commerce*.

Berikut disajikan data sekunder sebagai pendukung data primer dalam membahas analisis data yang telah dilakukan, antara lain :



Menurut data diatas penjualan *e-commerce* di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat cukup besar. Yang jadi pertanyaan disini adalah apakah otoritas pajak dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak sudah mampu mengoptimalkan peraturan yang ada di dalam UU PPN tahun 2009? Data grafik diatas menunjukkan jumlah penjualan *e-commerce* yang cukup fantastis. Di tahun 2016 saja jumlah penjualan dari transaksi *e-commerce* sebesar Rp44,9 triliun. Jika diambil potensi penerimaan PPN nya saja yang sebesar tarif 10%, maka akan ada potensi penerimaan PPN sebesar Rp4,4 triliun yang hilang atau belum teridentifikasi.

Berdasarkan data primer dan data sekunder, hal tersebut diatas terdapat potensi penerimaan negara dari sektor *e-commerce* yang sangat sangat besar, bahwa *e-commerce* memiliki ciri dan karakteristik khas yang membedakannya dari perdagangan umum seperti konten digital (perangkat lunak, Video, gambar, antivirus dll). Jadi perlakuan pajak terutama Pajak Pertambahan Nilai terhadap transaksi *e-commerce* perlu diatur secara khusus seperti keharusan untuk merevisi Pasal 4 (1) UU no 42 tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai atau dibuatkan amandemen atau Perppu. Pelaksanaan kebijakan pemerintah melalui Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak No. SE-62 / PJ / 2013 tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* menegaskan bahwa transaksi *e-commerce* tidak ada pajak dan perlakuan baru sama dengan Terhadap pajak perdagangan umum, bahwa sifat dari Surat Edaran

hanya mengikat kedalam lingkungan Direktorat Jenderal Pajak saja (hanya internal).

SIMPULAN

Kesimpulan

1. Penerapan kebijakan PPN atas transaksi *e-commerce* sampai dengan saat ini belum diatur dalam UU PPN Tahun 2009, Sehingga tidak terdapat kejelasan dan kepastian hukum dalam pemenuhan kewajiban PPN sesuai dengan sistem *self assessment*. *Taxable event* dapat diidentifikasi dalam Pasal 4 (1), yaitu saat barang atau jasa diserahkan, saat barang diimpor, dan saat pemanfaatan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean. *Taxable Supply* diidentifikasi dalam UU PPN Tahun 2009 apabila barang atau jasa yang diserahkan merupakan Barang/Jasa Kena Pajak dan dimanfaatkan atau dikonsumsi didalam daerah pabean. *Taxable person* menurut UU PPN Tahun 2009 diidentifikasi yaitu dapat berupa Pengusaha Kena Pajak maupun bukan pengusaha kena pajak sebagaimana diatur dalam Pasal 3A.
2. Prosedur pengenaan PPN yang dapat diaplikasikan atas transaksi *e-commerce* di Indonesia pada dasarnya sama dengan sistem dan prosedur atas transaksi konvensional, bedanya dalam transaksi *e-commerce* digunakan dokumen digital. Penggunaan dokumen administrasi perpajakan secara digital memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Meliputi identifikasi, mekanisme pemungutan, dan administrasi perpajakan.
3. Ada banyak kendala yang dihadapi untuk pengenaan pajak atas transaksi *online*. Transaksi *e-commerce* terjadi dalam waktu yang singkat, sehingga sangat sulit untuk melacak siapa saja pelaku transaksinya. Bentuk barang atau jasa yang diperdagangkan kebanyakan berformat digital (nonfisik) seperti *software*, video, musik, *e-magazine*, sehingga cukup menyulitkan dalam penentuan objek pajaknya. Di samping itu, bukti transaksinya

adalah bukti elektronik sehingga membuat transaksi *e-commerce* semakin susah untuk dideteksi. Dan kendala yang terakhir adalah bahwa transaksi *online* tak hanya terjadi di dalam wilayah pabean Indonesia saja, namun terkadang menembus batas geografis negara lain. Karena sifatnya lintas negara, banyak perusahaan *e-commerce* yang menjalankan bisnis secara *online* di suatu negara, meskipun tidak ada keberadaan secara fisik perusahaan di negara tersebut. Hal ini tentu akan menimbulkan kesimpangsiuran mengenai negara mana yang berhak memungut pajaknya, dikarenakan pengenaan pajak hanya mencakup sebatas di wilayah teritorial suatu negara. Saat ini pemerintah tengah mengkaji bagaimana komposisi terbaik dalam menerapkan pajak atas transaksi *online*. Persoalan tersebut memang tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi hampir sebagian besar negara di dunia, termasuk Amerika Serikat. Kementerian perdagangan mengaku tengah menyiapkan rancangan undang-undang (RUU) yang di dalamnya akan mengatur pengenaan pajak atas transaksi *online*. Ditargetkan RUU itu akan menjadi undang-undang pada tahun 2019 ini. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pun tengah menyiapkan aturan juga atas nama turunan dari Peraturan Pemerintah tentang Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Sementara itu, Ditjen Pajak rencananya akan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan TI dan perbankan untuk mendeteksi transaksi *online* yang selama ini susah dilacak. Kekurangan sarana teknologi informasi seperti *software* maupun *hardware* memadai yang dimiliki pemerintah, menjadi salah satu penghambat pemungutan pajak transaksi elektronik. Memang patut ditunggu, bagaimana upaya pemerintah ke depannya dalam mengenakan transaksi pajak *online*. Sangat disayangkan jika negara ini harus kehilangan potensi penerimaan pajak yang cukup potensial. Dan yang terpenting, bagaimana asas keadilan benar-benar diterapkan dalam sistem per-

pajakan di negeri ini. Tentunya bukan hanya perusahaan-perusahaan besar dan kelas menengah, UMKM, karyawan atau bahkan buruh kecil yang dikenakan pajak, tetapi para pelaku bisnis *online* pun sudah seharusnya dikenakan pajak sama dengan Wajib Pajak lainnya.

Saran

1. Direktorat Jenderal Pajak harus membuat aturan (*guidelines*) mengenai pengenaan PPN atas transaksi *e-commerce* yang secara jelas mengatur *taxable event*, *taxable supply*, dan *taxable person*. Perlu juga dilakukan penyempurnaan atau revisi ketentuan-ketentuan dalam UU PPN Tahun 2009 terutama dalam Pasal 4 (1) agar lebih memiliki kepastian hukum dan keadilan antara transaksi *e-commerce* dengan transaksi biasa, terutama penjelasan terminologi barang digital (*digitized goods*), penyerahan barang kena pajak dan pemanfaatan barang tidak berwujud, dan menggeser konsep *place of supply* ke konsep *place of consumption*. Dalam membuat aturan tersebut, hendaknya berkoordinasi dengan instansi terkait yang mengeluarkan aturan mengenai transaksi *e-commerce* seperti Kementerian Komunikasi dan Informatika yang dalam struktur organisasinya terdapat Direktorat *E-Business*. Tidak cukup hanya dengan menerbitkan Surat Edaran atau bahkan Peraturan Menteri saja namun yang sangat penting dan sangat mendesak adalah merevisi pasal-pasal dalam UU PPN tahun 2009.
2. Prosedur yang dapat diterapkan di Indonesia hendaknya dilandaskan pada asas kemudahan (*ease administration*) dan memiliki *cost of taxation* yang rendah. Direktorat Jenderal Pajak juga harus melakukan penyederhanaan kewajiban perpajakan atau tata cara perpajakan bagi pelaku *startup e-commerce*, pemberian insentif pajak bagi investor *e-commerce*, dan insentif pajak bagi *startup e-commerce*, dan persamaan perlakuan perpajakan berupa kewajiban untuk mendaftarkan diri termasuk pelaku

usaha asing. Penggunaan teknologi sangat diperlukan dalam mendukung efektivitas pengawasan transaksi *e-commerce* ini.

3. Hendaknya dibuat semacam unit pengawas yang bertugas mengawasi lalu lintas komunikasi melalui internet atau sebaiknya pihak otoritas pajak menggunakan Undang-Undang *Information Technology* sebagai payung hukum agar dapat mendefinisikan jenis-jenis transaksi *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- A Taylor, Scott, *An Ideal E-Commerce Consumption Tax in A Global Economy Coventry – England* : University of Warwick, 2000.
- B. Uno, Prof. Dr. Hamzah, M.Pd., Nina Lamatenggo, S.E., M.Pd. *Teknologi Komunikasi dan Informasi Pembelajaran*, Bumi Aksara. Jakarta, 2011
- D Nowak, Norman, *Tax Administration : Theory and Practice*, Washington : Prager Publisher Inc, 1970.
- Eko Indrajit, Richardus, *E-Commerce :Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2001.
- Hidayat, Taufik, *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Mediakita, Jakarta, 2008
- Irawan, Prasetya, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta : Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI, 2006.
- Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS), *Goods and Services Tax Guide on E-Commerce*, Revised Edition, Singapore : 2004.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta, 2002
- Lawrence, Newman N., *Social Research Methode : Qualitative and Quantitative Approach 3rd*, Boston : Allyn and Bacon, 1991.
- Mansury, R, *Pajak Penghasilan Lanjutan Pasca Reformasi 2000*. Jakarta: YP, 2002.
- Mardiasmo, *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2016*. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2016.

- Nugroho, Adi, *E-Commerce : Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Bandung : Informatika, 2006.
- Nurmantu, Safri, *Pengantar Perpajakan*, Edisi 2, Jakarta : Granit, 2003.
- Prasojo Diat Lantip, Riyanto, *Teknologi Informasi Pendidikan*, Yogyakarta : Gava Media, 2011
- Purbo, Onno W., *Mengenal E-Commerce*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2000.
- Rahardjo, Budi, *Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia*, Bandung : PPAU Mikroelektronika ITB, 1999.
- Rosdiana, Hauladan Rasin Tarigan, *Perpajakan: Teori dan Aplikasi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Pers, 2005.
- Sakti, Nufansa Wira. *Buku Pintar Pajak E-Commerce dari mendaftar sampai membayar*. Ciganjur: Visimedia, 2014.
- Sukardji, Untung, *Pajak Pertambahan Nilai*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Pers, 2015.
- Suaib, Muhammad Ridha, *Pengantar Kebijakan Publik; Dari Administrasi Negara, Kebijakan Publik, Pelayanan Publik, Good Governance hingga Implementasi Kebijakan*, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Calpulis, 2016.
- Tait, Alan A., *Value Added Tax : International Practice and Problem*, Washington DC : International Monetary Funds, 1998.
- Varmaat, Shelly Cashman, *Discovering Computers: Menjelajah Dunia Komputer Fundamental Edisi 3*, Salemba Infotek, Jakarta, 2007.
- Warsita, Bambang, *Teknologi Pembelajaran: Landasan & Aplikasinya*, Jakarta: Rineka, 2008.
- Wirawan dan Richard Burton, *Hukum Pajak, Edisi ke-3*, Jakarta :Salemba Empat, 2008.
- Zain, Mohammad, *Manajemen Perpajakan*, Jakarta : Salemba Empat, 2005.
- Research Journal dan Artikel:**
- Anonym, *Belanja Via Internet Meningkat*, Harian Koran Tempo, Kamis 6 Maret 2008.
- Taxation of Electronic Commerce in EU*, diunduh dari www.offshore-e-com.com/html/ecomeutax.html tanggal 05 Juli 2017.
- Alexiou, and D. Morisson, *The Cross-Border Electronic Supply EU-VAT Rules : Lesson for Australian GST*. Diunduh dari www.ato.gov.au tanggal 05 Juli 2017.
- Bae, Yeoum Myung, *E-Commerce and It's Issues on Cyber taxation In Canada*, Chungnam National University, 2005.
- Choi, Yeoung, and HI Young Suh, *A Taxation Model : The Korean Value Added Tax on Electronic Commerce, Spring : Review of Business*, 2004.
- Hwang Bo, Yeoul, *Cyber Taxation For Global Electronic Commerce : System Architecture of Global electronic Commerce Tax Invoioce (GETI)*, Korean Advanced Institute of Science and Technology. Dari www.kaist.com di unduh tanggal 02 Juli 2017.
- John Simons, Steven, *Electronic Commerce : A Taxing Dillema, Developing Effective Organization, Informing Science, Volume 5 No. 1*, 2000.
- Kothenburger Marko and Bern Rahman, *Taxing Electronic Commerce*, diunduh dari www.proquest.com tanggal 28 Juni 2017.
- Lau, Collin and Andrew Halkyard, *From E-Commerce to E-Business Taxation*, Asia Pacific Bulletin, International Bureau of Fiscal Documentation (IBFD), 2003.
- NofieIman, *Mengenal E-Commerce*, di Unduh dari www.nofieiman.com tanggal 28 Juni 2017.
- Nufansa Wira Sakti (2014), *Pajak e-Commerce, antara hambatan dan tantangan*, *Inside Tax*, Hal 16-20, Edisi 25, November 2014.
- Revenue Departement of Irish, *Electronic Commerce and The Irish Tax System*, di unduh dari www.revenue.ie tanggal 28 Juni 2017.
- Sweetman, Simon, *E-Commerce Taxation in UK*, diunduh dari www.taxationweb.co.uk/businessstax/e-commercetaxation.pdf tanggal 28 Juli 2007.
- Sejarah Perdagangan Elektronik*, diunduh dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan-elektronik> tanggal 29 Maret 2017.
- Uzuner and Mc.Knight, *Sales Tax on The Internet : When and How To Tax*, Hawaii International Conference on System Science, Hawaii, 2001.
- Universitas Hasanudin, *Modul Sistem dan Analisis*, di unduh dari www.unhas.ac.id tanggal 28 Juli 2017.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

**ANALISIS SIKAP MULTIATRIBUT FISHBEIN
PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DAN OPPO
(STUDI KASUS MAHASISWA S1 UNPAM KELAS REGULER B)**

Suworo

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
worosmart@gmail.com

Abstrak

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik responden yang menjadi konsumen smartphone Samsung dan Oppo dan menganalisa sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh smartphone Samsung dan smartphone Oppo. Karakteristik konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan pengeluaran pulsa setiap bulan. Metode analisa yang digunakan dengan menggunakan multiatribut fishbein. Berdasarkan hasil analisa multiatribut fishbein, nilai sikap konsumen (Ao) terhadap smartphone Samsung sebesar 11,92, sedangkan nilai sikap konsumen (Ao) terhadap Smartphone OPPO sebesar 10,73. Hasil analisa tersebut menunjukkan sikap kepercayaan konsumen smartphone Samsung lebih tinggi dari smartphone OPPO. Atribut yang memiliki nilai kepercayaan tinggi pada smartphone Samsung adalah teknologi yang ditawarkan, mutu sinyal dan keragaman fitur, sedangkan atribut yang memiliki nilai kepercayaan tinggi pada smartphone OPPO adalah tehnologi yang ditawarkan, kapasitas RAM dan keragaman fitur.

Kata Kunci : *Analisa Faktor, Multiatribut Fishbein, Keputusan Konsumen, Perilaku Konsumen*

Abstract

The purpose of this research is to identify the characteristics of respondents who are consumers of Samsung and Oppo smartphones and to analyze consumer attitudes towards the attributes possessed by Samsung smartphones and Oppo smartphones. The consumer characteristics used in this research are gender, age, occupation, income and monthly credit fee. The analytical method is using the fishbein multi attribute. Based on the results of the multi-attribute fishbein analysis, the value of consumer attitudes (Ao) for Samsung smartphones is 11.92, mean while the value of consumer attitudes (Ao) for OPPO smartphones is 10.73. The results of the analysis show that Samsung smartphone consumer confidence is higher than the OPPO smartphone. The attributes that have high trust in Samsung smartphones are the technology, signal quality and many features, while the attributes that have high trust in the OPPO smartphone are the technology offered, RAM capacity and many features.

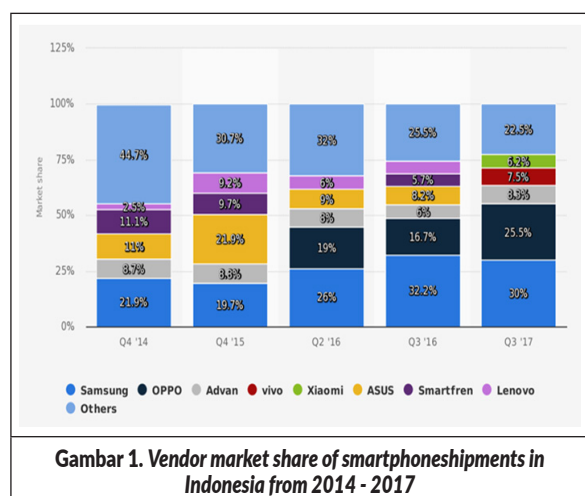
Keywords : *Factor Analysis, Fishbein Multi-attribute, Consumer Decision, Consumer Behavior*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berkembangnya teknologi komunikasi memudahkan orang untuk berkomunikasi secara global tidak dibatasi oleh batasan geografis. Berkembangnya produk *smartphone* dan mudahnya akses internet berdampak pada fasilitas atau fitur semakin canggih, sehingga produsen menawarkan fasilitas sebagai daya tarik terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan produk *smartphone* tersebut. Salah satu pertimbangan konsumen memilih adalah persepsi mengenai kualitas *smartphone*. Persepsi kualitas didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk berkaitan dengan apa yang diharapkan konsumen.

Jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan target market bagi produsen *smartphone*, sehingga Indonesia sebagai negara pengguna terbesar keempat di dunia. Berdasarkan sumber dari *website* resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia menegaskan bahwa Indonesia merupakan raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur. Pada tahun 2016 pengguna *smartphone* di Indonesia mencapai 69,4 juta jiwa dan tahun 2017 mengalami peningkatan 17,2 persen yaitu sebesar 86,6 juta jiwa. Lembaga riset digital marketing (*E-marketer*) memperkirakan pada tahun 2018 di Indonesia para pengguna *smartphone* akan mencapai 103 juta jiwa.



Gambar 1. Vendor market share of smartphone shipments in Indonesia from 2014 - 2017

Brand *smartphone* yang sedang berkembang dan menjadi juara di Indonesia adalah Samsung

dan OPPO, hal ini terjadi beberapa tahun terakhir. Kedua *brand* ini sama-sama sedang berlomba untuk meluncurkan produknya agar menjadi pilihan konsumen. Kedua *brand* ini dapat membuat bingung konsumen. Dari segi popularitas *brand* Samsung sudah lebih dahulu masuk ke pasar Indonesia dan menggeser posisi blackberry yang saat itu menjadi pilihan. Setelah Samsung sukses merajai pasar Indonesia, kemudian muncullah *brand* baru yang mencoba menjadi pesaingnya yaitu *brand* OPPO. Hal ini sempat berpengaruh terhadap penjualan *brand* Samsung.

Berdasarkan permasalahan dan ilustrasi pada Gambar 1 di atas, maka perumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik responden yang menjadi konsumen *Smartphone* Samsung dan OPPO?
2. Bagaimanakah sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh ponsel merek *Smartphone* Samsung dan OPPO?

Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi karakteristik responden yang menjadi konsumen *smartphone* Samsung dan OPPO.
2. Menganalisa sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki oleh *smartphone* Samsung dan OPPO.

Tinjauan Pustaka

Pengetahuan Konsumen

Menurut Engel, Blackwell and Miniard (1994 : 316) "At a general level, knowledge can be defined as the information stored within memory. The subset of total information relevant to consumers functioning in the market places is called consumer knowledge." Atau Pada suatu tingkatan yang umum, pengetahuan dapat digambarkan sebagai informasi yang disimpan dalam memori. Himpunan informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di pasar. Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2001 : 337) Pengetahuan adalah "The amount of

experience with and information about particular products or services person has.” atau pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki. Pendapat lain tentang pengetahuan diutarakan oleh Ratih Huriyati yang menyatakan bahwa pengetahuan konsumen adalah himpunan informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di pasar.

Berdasarkan dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Jenis Pengetahuan Konsumen

Berdasarkan psikologi kognitif jenis-jenis pengetahuan dapat dibedakan menjadi :

- (1). Pengetahuan deklaratif (*declarative Knowledge*), yaitu pengetahuan yang melibatkan fakta subjektif yang sudah diketahui. Dimana subjektif disini adalah pengetahuan-pengetahuan deklaratif terbagi atas :
 - a. *Eposodic knowledge* melibatkan pengetahuan yang dibatasi dengan lintasan waktu pengetahuan ini digunakan untuk menjawab pertanyaan seputar waktu penggunaan suatu produk.
 - b. *Semantic knowledge* mengandung pengertian yang digeneralisasikan yang memberikan arti bagi dunia seseorang.
- (2). Pengetahuan prosedur (*Procedural Knowledge*), yaitu pengetahuan yang mengacu pada bagaimana fakta dapat digunakan.

Menurut Mowen dan Minor (1998 :106) bahwa pengetahuan terbagi atas :

- a. Pengetahuan objektif adalah informasi yang benar mengenai kelas produk yang disimpan dalam memori jangka panjang konsumen.
- b. Pengetahuan subjektif adalah persepsi konsumen mengenai apa dan berapa banyak yang dia ketahui mengenai kelas produk.
- c. Informasi mengenai pengetahuan lainnya.

Sedangkan menurut Engel and Minor (1994:317) membagi pengetahuan konsumen ke

dalam 3 jenis yaitu :

1. Pengetahuan Produk

Adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan Produk sendiri merupakan konglomerat dari banyak jenis informasi yang berbeda. Pengetahuan produk meliputi :

- a. Kesadaran akan kategori dan merek produk di dalam kategori produk.
- b. Terminologi produk.
- c. Atribut atau ciri produk.
- d. Kepercayaan tentang kategori produksi secara umum dan mengenai merek spesifik.

Secara umum, pemasar paling berminat akan pengetahuan konsumen mengenai merek mereka dan sajian yang kompetitif. Informasi ini diperoleh melalui analisis kesadaran konsumen dan citra dari merek yang tersedia.

Merek yang akrab dengan konsumen merupakan perangkat kesadaran. Jelaslah sulit untuk menjual produk yang “tidak dikenal.” sebagai akibatnya, sasaran pemasaran yang penting adalah memindahkan merek ke dalam perangkat kesadaran.

Pemasar juga berkepentingan dengan kepercayaan yang dianut oleh konsumen dan menentukan suatu citra merek. Dengan memeriksa kepercayaan konsumen mengenai kemampuan merek adalah mungkin untuk menentukan apakah suatu produk telah mencapai posisi yang signifikan di dalam benak konsumen. Pemeriksaan pengetahuan konsumen mengenai sifat objek dikenal sebagai analisis citra (*Image analisis*). Suatu rancangan terhadap analisis citra berupa permintaan kepada konsumen untuk menilai produk pada serangkaian skala yang diekspresikan dalam bentuk atribut atau manfaat produk.

Pemasar harus siaga terhadap ketidakakuratan di dalam pengetahuan konsumen. Sangat lazim untuk mencapatakan bahwa konsumen memiliki kepercayaan keliru untuk mendapatkan bahwa konsumen memiliki kepercayaan keliru yang menim-

bulkan penghalang yang berarti kegagalan keberhasilan.

Salah satu aspek pengetahuan produk yang patut dikhususkan adalah aspek yang melibatkan harga produk. Pemeriksaan atas apa yang konsumen ketengaran mengenai harga absolut dan harga relatif dapat memberikan informasi penting untuk membimbing tindakan pemasaran. Keputusan penetapan harga oleh eksekutif pemasaran mungkin pula begitu kepada persepsi mereka mengenai berapa baik konsumen mendapatkan informasi mengenai harga. Pemasar akan lebih dimotivasi untuk menekan harga dan berespon terhadap potongan harga kompetitif bila mereka percaya konsumen banyak mengetahui tentang harga yang ditetapkan pemasar sebaliknya tingkat pengetahuan yang rendah mengenai harga memungkinkan pemasar lebih sedikit memperhatikan tertentu perbedaan harga yang berarti sehubungan dengan pesaing. Bila konsumen sebagian besar tidak mengetahui tentang perbedaan harga relatif, pemasar dapat mengeksploitasi ketidaktahuan yang lebih tinggi.

2. Pengetahuan Pembelian (*Purchase knowledge*)

Pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*) mencakup bermacam potongan informasi yang dimiliki konsumen yang berhubungan erat dengan bagaimana cara memperoleh produk tersebut. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi berkenaan dengan keputusan tentang :

Dimana membeli

Masalah mendasar yang harus diselesaikan oleh konsumen selama pengambilan keputusan adalah dimana mereka harus membeli suatu produk. Keputusan di mana membeli ditentukan sebagian besar oleh pengetahuan pembelian.

Lokasi produk

Pengetahuan pembelian juga mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai lokasi produk di dalam lingkungan. Hal ini meliatkan informasi konsumen mengenai

toko mana ang menjual produk mana.

Kapan membeli

Kepercayaan konsumen mengenai membeli adalah satu lagi komponen relevan dari pengetahuan pembelian. Pengetahuan mengenai kapan harus membeli dapat menjadi faktor penentu yang sanga penting dari perilaku pembelian untuk inovasi baru. Banyak konsumen tidak akan langsung membeli produk baru karena mereka percaya bahwa harga mungkin turun dengan berlalunya waktu.

3. Pengetahuan Pemakaian (*usage knowledge*)

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal tersebut, karena itu produsen sangat berkepentingan untuk memberitahu konsumen bagaimana cara menggunakan produknya dengan benar.

Pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*) mencakup informasi yang tersedia di dalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan untuk menggunakan produk tersebut. Walaupun pengetahuan pemakaian yang tidak memadai tidak mencegah terjadinya pembelian produk hal ini tetap saja memiliki efek yang merugikan pada kepuasan konsumen produksi yang digunakan secara salah mungkin tidak bekerja benar sehingga akibatnya pelanggan tidak puas.

Kesimpulannya pengetahuan konsumen adalah informasi yang dimiliki kon-

sumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsi-fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen.

Atribut Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272), atribut produk adalah manfaat yang dikomunikasikan dan dihantarkan produk, seperti kualitas, fitur, serta gaya dan desain. Berdasarkan teori yang diungkapkan Kotler dan Armstrong dapat disimpulkan, bagian dari atribut produk terdiri atas. 1. Kualitas produk, kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. 2. Fitur produk, fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. 3. Gaya dan desain produk, cara lain untuk menambahkan nilai dari suatu produk adalah dengan melalui desain dan gaya. 4. Merek, merek adalah nama, istilah, tanda, lambang, desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa. 5. Kemasan, kemasan (*packaging*) melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk semua produk. 6. Layanan Pelengkap, layanan pelengkap dapat di klasifikasikan menjadi delapan kelompok yaitu, informasi, konsultasi, *order taking*, *hospitality*, *caretaking*, *expectation*, *billing*, dan pembayaran, pelayanan pelanggan adalah elemen lain dalam strategi produk. 7. Harga, harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa.

Konsumen dalam menentukan pilihan terhadap produk dipengaruhi beberapa kriteria. Kriteria pemilihan konsumen dipengaruhi oleh atribut-atribut yang melekat pada produk tersebut, model ini sering disebut dengan Model Sikap Multiatribut. Model ini diawali oleh pendapat Lancaster dalam Colman dan Young (1992), bahwa

dengan analisis atribut dapat digunakan untuk mengetahui perilaku konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen *derive utilitasnya* bukan dari produk yang dikonsumsi tetapi dari karakteristik atau atribut yang ada pada produk tersebut. Multiatribut produk smartphone meliputi, harga beli, garansi yang diberikan, fitur yang ditawarkan, kapasitas RAM, model yang dipasarkan, teknologi yang ditawarkan, kemudahan dalam penggunaan, lokasi *customer services*, lokasi *outlet*, penjualan resmi, mutu sinyal dan keragaman fasilitas/fitur.

Kualitas Produk

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut Garvin dalam Umar (2005), untuk menentukan dimensi kualitas produk berupa barang, dapat melalui delapan dimensi: 1. *Performance*, adalah hal-hal yang berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut. 2. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya. 3. *Reliability*, adalah hal-hal yang berkaitan dengan probabilitas suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu dan kondisi tertentu. 4. *Conformance*, adalah hal-hal yang berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan. 5. *Durability*, adalah hal yang merefleksikan umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang. 6. *Serviceability*, adalah karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kemudahan, dan akurasi dalam memberikan layanan untuk perbaikan barang. 7. *Aesthetics*,

adalah karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika dan refleksi dari preferensi individual. 8. *Fit and finish*, adalah sifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk tersebut sebagai produk yang berkualitas.

Definisi Sikap

Menurut Mowen dan Minor (2002), mengemukakan bahwa sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Istilah pembentukan sikap konsumen (*consumer attitude formation*) seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku. Kepercayaan, sikap dan perilaku juga terkait dengan konsep atribut produk (*product attribute*).

Menurut Fishbein dan Ajzen (dalam Kristianto, 2011:48), sikap merupakan predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) yang dipelajari untuk menanggapi secara konsisten terhadap suatu objek, baik dalam bentuk tanggapan positif maupun tanggapan negatif. Konsep sikap sangat berkaitan dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavioral*).

Katz (dalam Setiadi, 2008:215) mengklasifikasikan fungsi sikap menjadi empat, yaitu

1. Fungsi utilitarian Seseorang menyatakan sikapnya terhadap suatu objek atau produk karena ingin memperoleh manfaat dari produk (*rewards*) tersebut atau menghindari risiko dari produk (*punishment*).
2. Fungsi ekspresi nilai Sikap berfungsi untuk menyatakan nilai, gaya hidup dan identitas sosial seseorang. Sikap akan menggambarkan minat, hobi, kegiatan, dan opini dari seorang konsumen.
3. Fungsi mempertahankan ego Sikap berfungsi untuk melindungi seseorang (*citra diri-self image*) dari keraguan yang muncul dari dalam dirinya sendiri atau dari faktor luar yang mungkin menjadi ancaman bagi dirinya.
4. Fungsi pengetahuan Pengetahuan yang baik mengenai suatu produk sering mendorong seseorang untuk menyukai produk tersebut. Karena itu, sikap positif terhadap suatu

produk sering mencerminkan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk.

Sikap memiliki beberapa karakter (Sumarwan, 2011:166). Karakter sikap tersebut adalah berikut ini.

1. Sikap memiliki objek Sikap konsumen harus terkait dengan objek. Objek tersebut dapat terkait dengan berbagai konsep konsumsi dan pemasaran seperti produk, merek, iklan, harga, penggunaan, dan media.
2. Konsistensi sikap Sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen dan perasaan tersebut direfleksikan oleh perilakunya. Oleh karena itu, sikap memiliki konsistensi dengan perilaku. Perilaku seorang konsumen merupakan gambaran sikapnya.
3. Sikap positif, negatif, dan netral Seseorang mungkin menyukai (positif), tidak menyukai (negatif), atau bahkan tidak memiliki sikap (netral) terhadap suatu objek.
4. Intensitas sikap Sikap seorang konsumen terhadap suatu merek produk akan bervariasi tingkatannya, ada yang sangat menyukainya, dan ada yang kurang suka, bahkan tidak menyukai sama sekali.
5. Resistensi sikap Resisten adalah seberapa besar sikap seorang konsumen dapat berubah. Pemasar penting memahami bagaimana resistensi konsumen agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran ofensif bisa diterapkan untuk mengubah sikap konsumen yang sangat resisten atau merekrut konsumen baru.
6. Persistensi sikap Persistensi adalah karakteristik sikap yang menggambarkan sikap akan berubah karena berlalunya waktu.
7. Keyakinan sikap Keyakinan adalah kepercayaan konsumen mengenai kebenaran sikap yang dimilikinya.
8. Sikap dan situasi Sikap seseorang terhadap suatu objek sering muncul dalam konteks situasi. Ini artinya situasi akan memengaruhi sikap konsumen terhadap suatu objek.

Menurut Grimm (dalam Sumarwan, 2012:229) *tricomponent attitude model*, sikap konsumen terdiri atas tiga komponen utama, yaitu berikut ini.

1. Komponen kognitif terdiri atas pengetahuan dan persepsi yang didapat dari kombinasi pengalaman langsung dan informasi dari berbagai sumber.
2. Komponen afektif merupakan emosi atau perasaan tentang suatu produk atau merek.
3. Komponen konatif merupakan konsep sikap terkait dengan konsep keyakinan dan perilaku (*behavioral*) yang menggambarkan kecenderungan sese-orang untuk melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu)

Alat analisis sikap konsumen terhadap pemilihan produk *smartphone* dengan model Multiatribut Fishbein. Model Fishbein memiliki dua komponen (Umar, 2005: 59), yaitu berikut ini:

1. Komponen sikap internal individu, berkaitan langsung dengan objek penelitian dan atribut-atribut langsungnya yang memiliki peranan penting dalam ukuran perilaku karena akan menentukan tindakan apa yang akan dilakukan, dengan tidak dipengaruhi faktor eksternal.
2. Komponen norma subjektif. Komponen ini bersifat eksternal individu yang berpengaruh terhadap perilaku individu. Komponen ini dapat dihitung dengan cara mengalikan antara nilai keyakinan normatif individu terhadap atribut dengan motivasi bersetuju terhadap atribut tersebut.

Menurut Sumarwan (2011:177), pengukuran sikap yang paling populer digunakan para peneliti konsumen adalah model multiatribut fishbein, yang terdiri atas.

1. *Attitude Toward Object Model*

Menurut (Sumarwan, 2011:177), *The attitude toward object model* digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap sebuah produk. Model ini secara singkat menyatakan sikap seorang konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan oleh sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki objek tersebut. Model *multiatribut* menekankan adanya *salience of attributes*. *Salience* artinya tingkat kepentingan yang diberikan konsumen kepada sebuah atri-

but. Model ini juga menggambarkan sikap konsumen terhadap suatu produk atau merek ditentukan dua hal, yaitu evaluasi pentingnya atribut dari produk tersebut (komponen ei) dan kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen bi). Model ini secara singkat menyatakan sikap seorang konsumen terhadap suatu objek akan ditentukan sikapnya terhadap berbagai atribut yang dimiliki objek tersebut. Model ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap konsumen terhadap berbagai merek dari suatu produk. Komponen ei mengukur evaluasi kepentingan atribut yang dimiliki oleh objek tersebut. Konsumen belum memperhatikan merek suatu produk ketika mengevaluasi tingkat kepentingan atribut tersebut.

2. Theory of Reasoned Action Model

Ajzen dan Fishbein (Sumarwan, 2011:182) mengembangkan *theory of reasoned action*. Dalam model ini yang dinilai adalah sikap terhadap perilaku atau (Ab). Sikap seorang konsumen terhadap suatu objek seringkali tidak terkait secara kuat dengan perilakunya. Perilaku tertentu dari seorang konsumen sering ditentukan intensi atau kecenderungan atau keinginan yang kuat dari konsumen untuk melakukan perilaku tertentu. Atas dasar itu, Ajzen dan Fishbein membangun model atau mengembangkan model multiatribut sikap yang menghubungkan antara kepercayaan dan sikap konsumen dengan kecenderungan (intention) perilaku. Dalam teori ini pengertian sikap ditekankan pada sikap dalam bertindak bukan sikap terhadap objek. Teori tindakan beralasan menggabungkan komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif, tetapi ini diatur dengan pola yang berbeda dari pola model tiga komponen. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008: 229) sesuai dengan model yang dikembangkan ini, untuk memahami maksud dan mengukur norma subjektif yang memengaruhi maksud individu untuk bertindak. Norma subjektif diukur

secara langsung dengan menilai perasaan konsumen seperti juga apa yang orang lain (keluarga, teman, media, penjual, dan lain-lain). Keyakinan normatif dan motivasi untuk mengikuti pendapat orang lain akan menentukan norma subjektifnya. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa minat untuk berperilaku dipengaruhi faktor internal dan eksternal (lingkungan sosial). Faktor internal tercermin pada sikap seseorang dan faktor eksternal dipengaruhi oleh orang lain (norma subjektif) terhadap perilaku keputusan yang diambil

METODE

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner adalah untuk memperoleh data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari sumbernya. Kuesioner diperoleh dari pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yaitu mahasiswa Universitas Pamulang Reguler B yang menjadi konsumen produk *smartphone* Samsung atau OPPO sebanyak 50 responden. Daftar pertanyaan dibuat dengan jawaban tertutup berupa pilihan dengan menggunakan skala *likert*.
2. Studi literatur adalah studi untuk memperoleh data sekunder. Data sekunder adalah data yang berasal dari buku, jurnal, hasil penelitian terdahulu, maupun internet.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diteliti mengenai karakteristik konsumen dan hasil analisis sikap konsumen dengan menggunakan Model Sikap Multiatribut Fishbein.

Analisis Model Sikap Multiatribut Fishbein

Menurut Sumarwan (2004), analisis sikap multiatribut fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap suatu produk/merek ditentukan oleh dua hal yaitu kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk/merek (b_i) dan evaluasi pentingnya atribut produk/merek tersebut (e_i). Model ini diformulasikan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan :

- A_o : sikap terhadap suatu objek
 b_i : kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut I
 e_i : evaluasi terhadap atribut I
 n : jumlah atribut yang dimiliki objek

Komponen e_i menggambarkan evaluasi kepentingan atribut-atribut yang seharusnya terdapat dalam sebuah *smartphone*. Skala pengukuran menggunakan lima tingkatan skala, yaitu 2 untuk sangat penting, 1 untuk penting, 0 untuk biasa saja, -1 untuk tidak penting, dan -2 untuk sangat tidak penting. Komponen b_i menunjukkan kekuatan kepercayaan konsumen terhadap atribut-atribut yang terdapat pada *smartphone* Samsung dan OPPO. Skala pengukuran juga menggunakan lima skala, yaitu 2 untuk sangat baik, 1 untuk baik, 0 untuk biasa saja, -1 untuk tidak baik, -2 untuk sangat tidak baik.

Komponen A_o menunjukkan penilaian sikap responden terhadap atribut yang merupakan hasil perkalian setiap skor e_i dan b_i . Hasil analisis ini akan ditampilkan dalam bentuk tabel yang terdiri dari angka-angka perhitungan setiap atribut yang diteliti.

Atribut

Atribut *smartphone* yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1 Kapasitas RAM
- 2 Teknologi yang ditawarkan
- 3 Keragaman fasilitas/fitur
- 4 Garansi yang diberikan
- 5 Fitur yang ditawarkan
- 6 Mutu sinyal

- 7 Kemudahan dalam penggunaan
- 8 Harga Beli
- 9 Model yang dipasarkan
- 10 Lokasi *Customer Service*
- 11 Lokasi *outlet* penjualan

HASIL dan PEMBAHASAN
Perbandingan *Smartphone* OPPO dan Samsung

Perkembangan gaya hidup manusia modern yang menganggap *handphone* sebagai kebutuhan primer, nampaknya membuat para perusahaan *handphone* atau *gadget* berlomba-lomba untuk menciptakan *handphone* yang canggih dan sesuai kebutuhan masyarakat. Disadari atau tidak, saat ini di Indonesia sudah terdapat ratusan jenis atau tipe *handphone* yang beredar di pasaran. Hampir setiap saat perusahaan *handphone* merilis tipe yang baru. Bahkan tidak jarang, beberapa di antaranya memunculkan produk baru di tahun yang sama.

Smartphone Merk Oppo dan Samsung merupakan *brand* yang namanya sudah menjadi pilihan konsumen, gengsi sudah menjadi hal wajib bagi produsen bahkan konsumen dari kedua *smartphone* ini. Untuk saat ini yang dicari banyak orang saat ini adalah spesifikasi untuk multitasking serta fitur fotografinya. Tabel 1. menunjukkan perbedaan spesifikasi dari kedua *smartphone*.

Tabel 1. Perbandingan Smartphone OPPO F1 Plus dan GALAKSI J7 Prime

NO	SPESIFIKASI	OPPO F1 PLUS	GALAXY J7 PRIME
1	Desain	Dimensi 151.8x74.3x6.6 mm	Desain 151.8x74.9x8.1 mm
		Berat 149 gram	Berat 167 gram
		Bahan Metal	Bahan Metal
2	Layar	5.5"	5.5"
		AMOLED Capasitive	PLS LCD Capasitive
		Resolusi 1080 x 1920 pixels	Resolusi 1080 x 1920 pixels
		2.5 Gorilla Glass 4	2.5 Gorilla Glass 4
3	Jaringan	Dual SIM GSM/GSM	Dual SIM GSM/GSM
		Jaringan GPRS, EDGE, 3G	Jaringan GPRS, EDGE, 3G
		Jaringan 4G LTE	Jaringan 4G LTE
4	Sistem Operasi	Android v 5.1 Lollipop	Android v 6.0 Marsmallow
		RAM 4 GB	RAM 3 GB
5	Chipset	CPU Mediatek MT6755 Helio P10	CPU Exynos 7870
		Octa core Quad 2.0 GHz	Octa core Quad 1.6 GHz

		Mali-T860MP2	GPU Mali-T830MP2
6	Kamera	Belakang 13 MP	Belakang 13 MP
		Phase detection auto focus	Autofocus
		LED flas	LED flash
		Depan 16 MP	Depan 8 MP
		Screen flash	Screen flash
7	Memori	internal 64 GB	Internal 32 GB
		Eksternal Up to 256 GB (Hybrid)	Eksternal Up to 256 GB
8	Sensor	Fingerprint	Fingerprint
		Accelerometer	Accelerometer
		Proximity	Proximity
		Ambient Light	Ambient Light
		Gyroscope	Gyroscope
		Compass	Compass
9	Baterai	Li-Ion 2850 mAh	Li-Ion 3300 mAh
		Non Removable	Non Removable
10	Harga	Rp 5.2 Jutaan	Rp 3.6 Jutaan
Sumber : http://futureloka.com/oppo-neo-7-vs-samsung-galaxy-j5/			

Berdasarkan tabel di atas Oppo F1 Plus memang memiliki spesifikasi yang lebih baik seperti pada sektor kamera depan, CPU sedikit lebih bertenaga, RAM & memori internal lebih besar, serta baterai yang sudah *support Fast Charging*.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sebageian besar generasi milenia yang selalu memanfaatkan momentum dengan *selfie*, *smartphone* OPPO memberikan solusi dengan memberikan sepesifikasi kamera dengan memiliki kemampuan resolusi 16 MP. Kapasitas tersebut kemampun *selfie* OPPO F1 plus merupakan *smartphone* yang memiliki kemampuan *selfie* terbaik. Namun bukan cuma OPPO yang terjun bersaing dikelas ini, Samsung juga tak mau kalah dengan jagoan *selfie* terbarunya yakni Galaxy J7 Prime. Oppo F1 Plus memang membawa kamera SELFIE dengan resolusi 16 MP dan menjadi salah satu yang terbaik dikelasnya. Tapi dengan kamera *selfie* 8 MP + LED flash dan beragam fitur Pro *selfie*, Samsung Galaxy J7 Prime juga memiliki kemampuan selfi baik di kelasnya. Belum lagi Samsung selama ini dikenal dengan kualitas produknya.

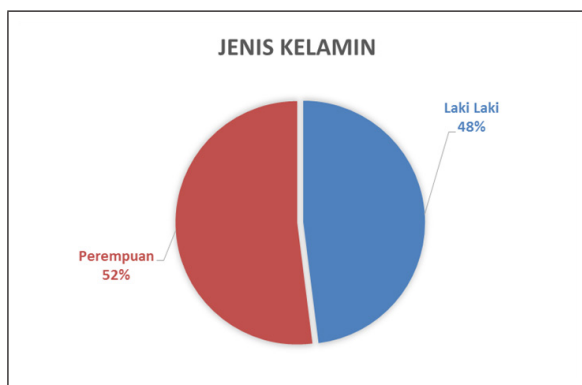
Karakteristik Konsumen

Penelitian ini melibatkan lima puluh responden yang masih aktif sebagai mahasiswa manajemen Universitas Pamulang reguler B. Ka-

rakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan pemakaian pulsa setiap bulan. Semua informasi ini diharapkan dapat berguna bagi pemasar dalam penyusunan strategi pemasaran.

Jenis Kelamin

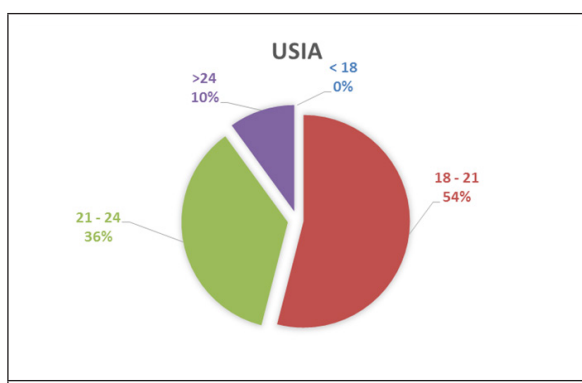
Berdasarkan jenis kelamin, responden mayoritas berjenis kelamin perempuan (52 %) dan laki-laki 48%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Usia

Berdasarkan usia, karakteristik responden mayoritas berusia 18-21 tahun (54 %), selebihnya responden berusia 21-24 tahun (36%) dan > 24 tahun (10%). Gambar 3 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia.

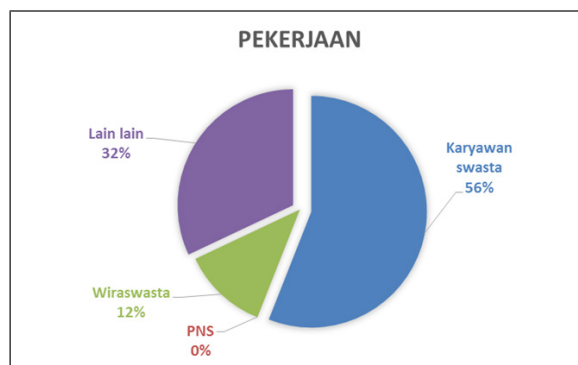


Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan usia

Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan pekerjaan, karakteristik responden mayoritas karyawan swasta (56%), wiraswasta (12%) dan lain-lain (32%). Pekerjaan akan mempengaruhi tingkat pendapatan setiap bulannya sehingga dapat mem-

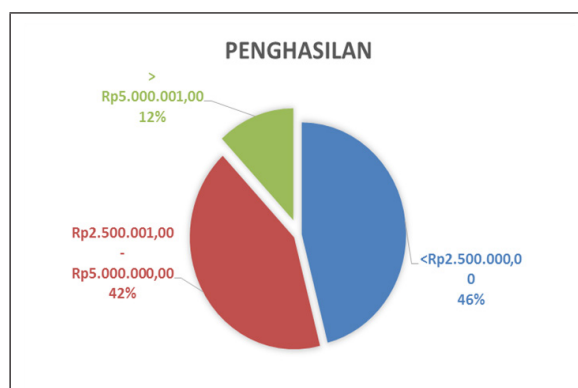
pengaruhi gaya hidup. Mahasiswa manajemen kelas reguler B didominasi karyawan swasta, karena waktu kuliah antara jam 19.00 sampai 22.30. Gambar 4 menunjukkan sebaran pekerjaan responden.



Gambar 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Penghasilan

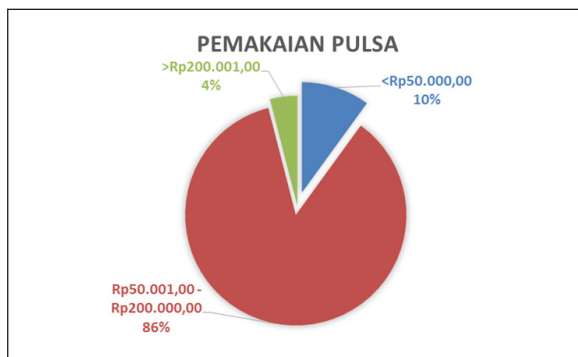
Dalam penelitian ini, pendapatan yang dianalisis adalah pendapatan perbulan yang diterima oleh responden. Semakin besar tingkat pendapatan seseorang maka semakin besar pula daya belinya terhadap suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh pihak produsen (Engel *et al*, 1994). Sumber pendapatan responden bervariasi menurut pekerjaannya. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan, mahasiswa manajemen reguler C mayoritas sebagai karyawan swasta yang memiliki penghasilan kurang dari Rp2.500.000,00 sekitar 46%, responden yang memiliki penghasilan antara Rp2.000.000,00 – Rp5.000.000,00 sekitar 42%, di atas Rp5.000.000,00 sekitar 12 %. Berdasarkan tingkat penghasilan tersebut mempengaruhi tipe *smartphone* yang dimilikinya. Gambar 5. Menunjukkan karakteristik responden berdasarkan penghasilan.



Gambar 5. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

Penggunaan Pulsa

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan pulsa, mayoritas responden menggunakan pulsa setiap bulan Rp50.000,00-Rp.200.000,00 sekitar 86 %. Gambar 6. Menunjukkan karakteristik responden berdasarkan penggunaan pulsa.



Gambar 6. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

Karakteristik responden secara keseluruhan dapat dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN	N	%
Laki Laki	24	48%
Perempuan	26	52%
USIA		
< 18	-	0%
18 - 21	27	54%
21 - 24	18	36%
>24	5	10%
PEKERJAAN		
Karyawan swasta	28	56%
PNS	-	0%
Wiraswasta	6	12%
Lain lain	16	32%
PENGHASILAN		
<Rp2.500.000,00	23	46%
Rp2.500.001,00 - Rp5.000.000,00	21	42%
> Rp5.000.001,00	6	12%
PENGELUARAN PULSA PER BULAN		
<Rp50.000,00	5	10%
Rp50.001,00 - Rp200.000,00	43	86%
>Rp200.001,00	2	4%

Analisis Tingkat Kepentingan (ei)

Analisis tingkat kepentingan menunjukkan bahwa atribut kapasitas RAM pada *smartphone* merupakan atribut paling penting yang diinginkan konsumen dengan skor tertinggi 1.44. Atribut

penting lainnya adalah teknologi yang ditawarkan (1.32), dan keragaman fasilitas atau fitur (1.30). Sedangkan lokasi *outlet* penjualan menempati urutan terakhir dengan skor 0.48. Rincian tingkat kepentingan bisa dilihat di Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Tingkat Kepentingan (ei)

NO	ATRIBUT	SKOR (EI)
1	Kapasitas RAM	1.44
2	Teknologi yang ditawarkan	1.32
3	Keragaman fasilitas/fitur	1.30
4	Garansi yang diberikan	1.28
5	Fitur yang ditawarkan	1.26
6	Mutu sinyal	1.26
7	Kemudahan dalam penggunaan	1.06
8	Harga Beli	1.04
9	Model yang dipasarkan	0.80
10	Lokasi Customer Service	0.52
11	Lokasi outlet penjualan	0.48

Analisis Tingkat Kepercayaan

Konsumen *Smartphone* Samsung

Pada penilaian kekuatan kepercayaan terhadap kinerja atribut-atribut yang dimiliki oleh *smartphone* Samsung yang disajikan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa atribut teknologi yang ditawarkan mendapatkan skor penilaian tertinggi (1.30). Responden berpendapat bahwa atribut teknologi yang ditawarkan mempunyai kinerja yang memuaskan. Kemudian atribut mutu sinyal, keragaman fasilitas, dan atribut kemudahan dalam penggunaan. Atribut harga memiliki nilai paling kecil (0,40). Skor hasil penilaian evaluasi kepentingan dan kekuatan kepercayaan selanjutnya digunakan untuk melakukan penilaian terhadap sikap konsumen terhadap *smartphone* Samsung. Nilai sikap konsumen (Ao) merupakan perkalian antara skor evaluasi kepentingan (ei) dengan skor kekuatan kepercayaan (bi). Tabel 6 menyajikan penilaian konsumen *smartphone* Samsung menggunakan model *multiatribut* Fishbein.

Tabel 4. Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap *smartphone* Samsung

NO	ATRIBUT	TINGKAT KEPERCAYAAN
1	Teknologi yang ditawarkan	1.30
2	Mutu sinyal	1.24
3	Keragaman fasilitas/fitur	1.18
4	Fitur yang ditawarkan	1.16

5	Kemudahan dalam penggunaan	1.18
6	Kapasitas RAM	0.86
7	Garansi yang diberikan	0.94
8	Model yang dipasarkan	1.16
9	Harga Beli	0.40
10	Lokasi Customer Service	0.60
11	Lokasi outlet penjualan	0.62

Analisis Tingkat Kepercayaan Konsumen Smartphone OPPO

Pada penilaian kekuatan kepercayaan terhadap kinerja atribut-atribut yang dimiliki oleh *smartphone* OPPO yang disajikan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa atribut teknologi yang ditawarkan dan keragaman fitur mendapatkan skor penilaian tertinggi (1.14). Responden berpendapat bahwa atribut teknologi yang ditawarkan dan keragaman mempunyai kinerja yang memuaskan. Kemudian atribut kapasitas RAM dan model yang ditawarkan. Atribut outlet penjualan memiliki skor paling kecil (0,40). Skor hasil penilaian evaluasi kepentingan dan kekuatan kepercayaan selanjutnya digunakan untuk melakukan penilaian terhadap sikap konsumen terhadap *smartphone* OPPO. Nilai sikap konsumen (Ao) merupakan perkalian antara skor evaluasi kepentingan (ei) dengan skor kekuatan kepercayaan (bi). Tabel 7 menyajikan penilaian konsumen *smartphone* Samsung menggunakan model *multiatribut* Fishbein.

Tabel 5. Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap smartphone Samsung

NO	ATRIBUT	TINGKAT KEPERCAYAAN
1	Teknologi yang ditawarkan	1.14
2	Kapasitas RAM	1.04
3	Keragaman fasilitas/fitur	1.14
4	Fitur yang ditawarkan	1.02
5	Mutu sinyal	0.98
6	Kemudahan dalam penggunaan	0.96
7	Garansi yang diberikan	0.72
8	Model yang dipasarkan	1.02
9	Harga Beli	0.54
10	Lokasi outlet penjualan	0.44
11	Lokasi Customer Service	0.38

Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein (Ao)

Analisis sikap (Ao) konsumen terhadap *smartphone* merupakan hasil perkalian antara tingkat kepentingan (ei) dan skor kepercayaan (bi)

terhadap *smartphone* untuk semua atribut. Nilai sikap secara keseluruhan dengan menjumlahkan semua sikap dari atribut *smartphone* Samsung dan Oppo bisa dilihat pada tabel 6 dan 7.

Untuk menentukan kategori sikap konsumen, ditetapkan skala interval terlebih dahulu. Tahap pertama dalam menentukan skala interval adalah menghitung skor maksimum dan skor minimum sikap. Berdasarkan sepuluh atribut yang ada, skor maksimum diperoleh dari [(skor maksimum kepentingan)x(skor maksimum kepercayaan)x(jumlah atribut)], maka skor maksimum yang didapat adalah 44 yang didapat dari [(2)x(2)x(11)]. Skor minimum diperoleh dari [(skor minimum kepentingan)x(skor minimum kepercayaan)x(jumlah atribut)], maka skor minimum yang didapat adalah -44 yang didapat dari [(-2)x(-2)x(-2)]. Dengan penetapan skala interval, maka dapat diketahui kategori sikap konsumen *smartphone* adalah sebagai berikut :

$$\text{Skala Interval} = \frac{44 - (-44)}{5} = 17,6$$

-44	< Ao ≤ -26,4	Sangat tidak baik
-26,4	< Ao ≤ -8,8	Tidak baik
-8,8	< Ao ≤ 8,8	Cukup baik
8,8	< Ao ≤ 26,4	Baik
44	< Ao ≤ 52,4	Sangat baik

Berdasarkan Tabel 6, menunjukkan tiga atribut yang diperhitungkan dalam pemilihan *smartphone* Samsung adalah teknologi yang ditawarkan (skor 1.72), mutu sinyal (skor 1.56) dan keragaman fitur (1.53). Ketiga atribut tersebut merupakan atribut internal produk.

Tabel 6. Hasil Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein (Ao) Smartphone Samsung

NO	ATRIBUT	ei	bi	Ao = ei x bi
1	Teknologi yang ditawarkan	1.32	1.30	1.72
2	Mutu sinyal	1.26	1.24	1.56
3	Keragaman fasilitas/fitur	1.30	1.18	1.53
4	Fitur yang ditawarkan	1.26	1.16	1.46
5	Kemudahan dalam penggunaan	1.06	1.18	1.25
6	Kapasitas RAM	1.44	0.86	1.24
7	Garansi yang diberikan	1.28	0.94	1.20
8	Model yang dipasarkan	0.80	1.16	0.93
9	Harga Beli	1.04	0.40	0.42
10	Lokasi Customer Service	0.52	0.60	0.31

11	Lokasi outlet penjualan	0.48	0.62	0.30
	$\Sigma ei \times bi$			11.92

Berdasarkan skala intervalnya, maka sikap konsumen (A_o) *smartphone* Samsung sebesar 11,92 berada di interval $8.8 < A_o \leq 26,4$ yang dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa *smartphone* Samsung dinilai baik oleh konsumennya.

Analisis sikap terhadap atribut *smartphone* OPPO menunjukkan bahwa atribut yang diperhitungkan adalah teknologi yang ditawarkan (skor 1.50), kapasitas RAM (1.50) dan keragaman fitur (1.48). Rincian hasil analisis sikap bisa dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Sikap Multi Atribut Fishbein (A_o) Smartphone OPPO

NO	ATRIBUT	ei	bi	$A_o = ei \times bi$
1	Teknologi yang ditawarkan	1.32	1.14	1.50
2	Kapasitas RAM	1.44	1.04	1.50
3	Keragaman fasilitas/fitur	1.30	1.14	1.48
4	Fitur yang ditawarkan	1.26	1.02	1.29
5	Mutu sinyal	1.26	0.98	1.23
6	Kemudahan dalam penggunaan	1.06	0.96	1.02
7	Garansi yang diberikan	1.28	0.72	0.92
8	Model yang dipasarkan	0.80	1.02	0.82
9	Harga Beli	1.04	0.54	0.56
10	Lokasi outlet penjualan	0.48	0.44	0.21
11	Lokasi Customer Service	0.52	0.38	0.20
	$\Sigma ei \times bi$			10.73

Berdasarkan skala intervalnya, maka sikap konsumen (A_o) *smartphone* OPPO sebesar 10.73 berada di interval $8.8 < A_o \leq 26,4$ yang dikategorikan baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa *smartphone* Samsung dinilai baik oleh konsumennya.

Berdasarkan Table 6 dan Tabel 7, menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai *smartphone* Samsung dibandingkan *smartphone* OPPO, karena responden menilai semua atribut Samsung lebih baik dari atribut OPPO. Hal ini bisa dilihat dari Skor Sikap Multi Atribut Fishbein *smartphone* Samsung (11.92) lebih tinggi dari *smartphone* OPPO (10.73). Hal ini menunjukkan *smartphone* Samsung masih dinilai lebih baik dari pada *smartphone* OPPO.

Menurut Sumarwan (2003), penilaian kon-

sumen terhadap merek tertentu akan dipengaruhi oleh pengalaman konsumen dalam menggunakan produk. *Smartphone* Samsung dan OPPO memiliki kelebihan dan kekurangan yang bisa digunakan alasan konsumen untuk memilih kedua *smartphone* tersebut. Samsung memiliki spesifikasi dengan teknologi mutakhir dari *fast charging* hingga penggunaan data. Hal lain yang bisa diunggulkan oleh Samsung adalah kapasitas penyimpanan data. Berdasarkan analisa tingkat kepentingan (e_i) kapasitas RAM menempati posisi pertama dengan skor e_i 1.44. Meskipun OPPO sudah bersaing dengan Samsung dan produk *smartphone* lainnya akan tetapi Samsung masih jadi pilihan karena memiliki kualitas *software* dan *hardware* yang dijaga oleh Samsung.

Implikasi Manajerial

Penelitian terkait perilaku konsumen *smartphone* Samsung dan OPPO ini tidak hanya untuk mengetahui karakteristik responden dan mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dimiliki *smartphone*, namun juga dapat digunakan produsen dan pemasar dalam penetapan strategi pemasaran perusahaan kedua *smartphone* tersebut.

Strategi pemasaran terdiri dari *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* (STP) dan bauran pemasaran. STP yang dilakukan suatu perusahaan dapat diimplementasikan perusahaan secara efektif dan efisien jika perusahaan mengetahui karakteristik konsumennya. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa karakteristik mahasiswa yang menggunakan *smartphone* Samsung dan OPPO mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan usia 18 sampai 21 tahun dan memiliki pendapatan sebesar Rp2.500.001,00-Rp5.000.000,00. Sebaiknya perusahaan melakukan segmentasi demografis pada mahasiswa yang memiliki penghasilan UMR.

Perusahaan dapat melakukan *targeting* mencakup mahasiswa yang membutuhkan *smartphone* sebagai alat pemenuhan aktivitas perkuliahan dan komunikasi tanpa mengesampingkan kebutuhan hiburan karena *smartphone* dilengkapi dengan *entertainment*. *Positioning* yang didapat dari sikap terhadap atribut *smartphone* yang mempunyai

mutu dan kualitas baik. Hasil penelitian juga dapat dikembangkan perusahaan pada strategi bauran pemasaran yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Hasil tersebut antara lain:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan bauran pemasaran yang paling mendasar karena pada hakikatnya, produk merupakan penawaran yang nyata ditawarkan kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepentingan dari penggunaan *smartphone* adalah kapasitas RAM, teknologi yang ditawarkan dan keragaman fitur. Produsen *smartphone* harus dapat mempertahankan mutu dan kualitas produknya agar tetap dapat bersaing dengan kompetitor di pasar, sesuai dengan tingkat kepentingan pengguna *smartphone* Samsung dan OPPO. Hal lainnya yang dapat dilakukan oleh *smartphone* adalah menambah meningkatkan mutu sinya.

b. *Price* (Harga)

Berdasarkan hasil penelitian, atribut harga menjadi atribut yang masuk dalam kategori biasa saja. Hasil analisis analisa tingkat kepentingan harga hanya menempati urutan ke delapan yang memiliki nilai kepentingan 1.04. Melihat dari penghasilan responden yang mayoritas standar UMR, untuk mendapatkan *smartphone* Samsung maupun OPPO harus dengan kredit, sehingga pemasar harus membuat strategi dalam penentuan harga.

c. *Place* (Tempat)

Tempat merupakan hal yang tidak dapat dikesampingkan dalam pemasaran karena tidak sedikit konsumen yang membeli produk dengan pertimbangan pengaruh tempat. Responden dalam penelitian ini menganggap tempat cukup penting dalam pemilihan *smartphone* Samsung dan OPPO. Produsen harus bekerja sama dengan distributor yang memiliki tempat strategis yang mudah dijangkau konsumen.

d. *Promotion* (Promosi)

Berdasarkan hasil analisis sikap *Multi-attribute* Fishbein diketahui bahwa nilai

Ao antara *smartphone* Samsung maupun OPPO hampir sama, hal ini menandakan *smartphone* OPPO sudah mulai sejajar dengan *smartphone* Samsung, sehingga Samsung harus melakukan strategi pemasaran lebih gencar lagi.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan :

1. Karakteristik menurut jenis kelamin jumlah perempuan lebih besar dari laki laki sekitar 52%, karakteristik berdasarkan umur 18-21 sekitar 54%, karakteristik berdasarkan pekerjaan mayoritas pekerja swasta 56%, wiraswasta sekitar 12%, dan karakteristik berdasarkan penghasilan sebagian besar responden berpenghasilan kurang dari Rp2.500.000,00.
2. Hasil analisa tingkat kepentingan terdapat tiga atribut internal yang dianggap sangat penting oleh responden yaitu kapasitas RAM, teknologi yang ditawarkan dan keragaman fitur.
3. Hasil analisis tingkat kepercayaan responden terhadap *smartphone* Samsung adalah teknologi yang ditawarkan (skor 1.72), mutu sinyal (skor 1.56) dan keragaman fitur (1.53).
4. Hasil analisis tingkat kepercayaan responden terhadap *smartphone* OPPO atribut teknologi yang ditawarkan dan keragaman fitur mendapatkan skor penilaian tertinggi (1.14), keragaman fitur dan kapasitas RAM.
5. Hasil analisa sikap Multi Atribut Fishbein menunjukkan bahwa responden masih memberikan sikap positif lebih terhadap Samsung dari pada *smartphone* OPPO, dengan skor Ao Samsung 11.92, berada di interval $8.8 < Ao \leq 26,4$ yang dikategorikan baik sedangkan skor Ao *smartphone* OPPO 10.73, berada di interval $8.8 < Ao \leq 26,4$ yang dikategorikan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Engel J.F; Blackwell R. D. dan P.W. Miniard,

1995. *Perilaku Konsumen. Translation of Consumer Behavior. Six Edition.* The Dryden Press, Chicago. Diterbitkan Binarupa Aksara Jakarta.
- Ferdinand, A., 2002. *Structural Equation Modelinga Dalam Penelitian Manajemen.* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Freddy Rangkuti. 2004. *Riset Pemasaran. Cetakan Kelima.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Gaspersz V., 2001. *Ekonomi Manajerial. Pembuatan Keputusan Bisnis.* Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hair Jr., Joseph F., Ralph E. Anderson and R.L. Tatham. 1992. *Multivariate Data Analysis. Third Edition.* Macmillan Publishing Company. New York.
- Husein Umar, 2005, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, P., 1993. *Manajemen Pemasaran. Translation of Marketing Management Analysis, Planning, Implematation, and Control. Sevent Edition.* Prentice Hall International Inc. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler, Plilip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium.* Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid I.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.* Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I.* Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Mowen, JC. dan M. Minor, 2002. *Perilaku Konsumen. Edisi Kelima.* Alih Bahasa : Lina Salim. Penerbit erlangga, Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2.* Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Ray Rahadian R. 2012. *Analisi Perilaku Konsumen Dalam Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor),* Skripsi. IPB Bogor
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen.* Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiayadi, Nugroho J. .2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Kencana
- Sumarwan, U., 2000. *Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Terhadap Produk Biskuit Sandwich Coklat.* Media Gizi dan Keluarga Tahun XXIV, No. 2 Desember 2000.
- Sumarwan, U.. 2003. *Perilaku Konsumen. Cetakan Pertama.* Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Susanto, Christian. 2004. "Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional". Jurnal EMBA. Vol. 1, No. 3, September.
- Swastha Basu dan Irwan, Herry. 2003. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series". Jurnal UG. Vol. 7, No. 5.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2001. *Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Keempat.* "Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia" dari website resmi Kementerian Komunikasi dan Infomatika RI, 2016 <https://www.kominfo.go.id/content/detail/> 2016 <http://futureloka.com/oppo-neo-7-vs-samsung-galaxy-j5/>



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

**PENGARUH PENDEKATAN PEMBELAJARAN DAN MINAT BELAJAR SISWA
TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA
DI SMK NEGERI KABUPATEN TANGERANG**

Indra Wadi

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
indrawadimpd@yahoo.com

Abstrak

Umum dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan menganalisis tujuan secara empiris pengaruh pendekatan pembelajaran terhadap hasil belajar matematika, pengaruh minat siswa terhadap hasil belajar matematika, pengaruh interaksi model pembelajaran dan minat siswa pada matematika terhadap hasil belajar. Metode yang digunakan adalah eksperimen atau true experiment design, yaitu post test only control design. Populasi target adalah seluruh siswa kelas X SMK Negeri 1 Kabupaten Tangerang dan SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang tahun pelajaran 2014/2015, dengan jumlah siswa 2800 orang sebanyak 70 kelas. Sampel penelitian yang diambil berjumlah 60 orang, yang dipilih secara proporsional menggunakan cluster sampling dengan teknik sampel acak sederhana yang bersifat homogen. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket (kuisisioner) dan soal tes hasil belajar matematika. Analisa data untuk uji hipotesis penelitian menggunakan uji ANOVA dua jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Terdapat pengaruh yang signifikan antara model pembelajaran kooperatif terhadap hasil belajar yang ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 29,637$ dan $Sig = 0,000$. (2). Terdapat pengaruh minat belajar siswa terhadap hasil belajar matematika yang ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 61,105$ dan $Sig = 0,000$. (3). Tidak terdapat pengaruh interaksi yang signifikan antara pendekatan pembelajaran dan minat belajar siswa pada matematika terhadap hasil belajar matematika yang ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 3,293$ dan $Sig = 0,075$. Maka hasil belajar matematika siswa yang diajarkan dengan menggunakan pendekatan pembelajaran Contextual Teaching and Learning (CTL) lebih tinggi dari pada menggunakan metode konvensional, dan juga untuk meningkatkan hasil belajar matematika para guru sebaiknya sering mengikuti pelatihan dalam bidang model pembelajaran dengan metode terbaru yang sesuai perkembangan.

Kata Kunci : Pendekatan Pembelajaran, Minat Belajar, Hasil Belajar Matematika

Abstract

General of this study is to find and analyze the objectives empirically the influence of the learning approach on mathematics learning outcomes, the influence of student interest in mathematics learning outcomes, the effect of the interaction of learning models and student interest in mathematics on learning outcomes. The method used is experimental or true experiment design, namely post test only control design. The target population is all students in class X of SMK Negeri 1 Tangerang Regency and SMK Negeri 7 Tangerang Regency 2014/2015

academic year, with a total of 2800 students as many as 70 classes. The research samples taken were 60 people, chosen proportionally using cluster sampling with a simple random sampling technique that was homogeneous. The technique of collecting data through questionnaires (questionnaires) and test questions about mathematics learning outcomes. Data analysis for testing the research hypothesis using the two-way ANOVA test. The results of the study show that (1). There is a significant influence between cooperative learning models on learning outcomes as indicated by $F = 29,637$ and $Sig = 0,000$. (2). There is an influence of student learning interest on mathematics learning outcomes which is indicated by $F = 61.105$ and $Sig = 0.000$. (3). There is no significant interaction effect between the learning approach and students' learning interest in mathematics on the mathematics learning outcomes indicated by $F = 3.293$ and $Sig = 0.075$. Then the mathematics learning outcomes of students who are taught using the Contextual Teaching and Learning (CTL) learning approach are higher than using conventional methods, and also to improve the mathematics learning outcomes of teachers should often attend training in the field of learning models with the latest methods that are appropriate for development.

Keywords : *Learning Approach, Interest in Learning, Mathematics Learning Outcomes*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk menciptakan suasana belajar agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, sikap sosial dan keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Pendidikan merupakan suatu kebutuhan dalam proses kehidupan. Majunya suatu bangsa dipengaruhi oleh mutu pendidikan dari bangsa itu sendiri karena mutu pendidikan yang berkualitas dapat mencetak sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu diperlukan pembinaan dan pengembangan pendidikan. Proses pendidikan sudah dimulai sejak manusia dilahirkan. Pendidikan pertama berasal dari keluarga dan lingkungan sekitar kemudian dilanjutkan ke jenjang pendidikan formal di sekolah. Pendidikan disekolah tidak terlepas dari proses pembelajaran dan interaksi antara siswa sebagai peserta didik dan guru sebagai pendidik.

Model pembelajaran yang digunakan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan proses belajar mengajar. Pada dasarnya belajar adalah proses pengenalan dan memahami berbagai konsep-konsep. Konsep-konsep menjadi kesatuan yang bulat dan berkesinambungan. Untuk itu dalam proses pembelajaran guru harus dapat

menyampaikan konsep tersebut kepada siswa dan bagaimana siswa dapat memahaminya. Apabila konsep-konsep sudah dikuasai maka terciptalah daya nalar siswa melalui berbagai latihan dan pendekatan-pendekatan dalam kegiatan pembelajaran.

Belajar merupakan proses usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalaman sendiri dalam interaksi dengan lingkungan. Berbagai landasan untuk menguraikan pengertian belajar seperti yang diuraikan oleh Hilgard dan Bowner, dalam *Theories of Learning* (2000), mengemukakan bahwa belajar berhubungan dengan tingkah laku seseorang terhadap suatu situasi tertentu yang disebabkan oleh pengalaman yang berulang-ulang dalam situasi itu, dimana perubahan tingkah laku itu tidak dapat dijelaskan atas dasar kecenderungan respon, pembawaan, kematangan, atau keadaan sesaat seseorang. (Ngalim Purwanto, 2004:84). Gagne dalam buku *The Condition of Learning* (2000), mengemukakan bahwa belajar akan terjadi bila suatu situasi stimulus bersama dengan ingatan mempengaruhi siswa sedemikian rupa sehingga perbuatannya berubah dari waktu sebelum ia mengalami situasi itu ke waktu sesudah ia mengalami situasi itu. (Ngalim Purwanto, 2006:84). Belajar adalah suatu proses didalam kepribadian manusia, perubahan

tersebut ditempatkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas. Belajar terjadi apabila sesuatu situasi stimulus bersama dengan isi ingatan mempengaruhi siswa sedemikian rupa sehingga perbuatannya (*performance*-nya) berubah dari waktu sebelum ia mengalami situasi itu ke waktu sesudah ia mengalami situasi tadi.

Belajar merupakan proses, sesuatu kegiatan dan bukan suatu hasil atau tujuan, belajar bukan hanya mengingat, akan tetapi lebih luas dari itu, yakni mengalami. Prestasi belajar bukan suatu penguasaan hasil latihan melainkan pengubahan tingkah laku. Belajar merupakan suatu proses perubahan tingkah laku individu melalui interaksi dengan lingkungan. (Oermar Hamalik, 2001:27). Belajar adalah perubahan tingkah laku yang relatif mantap berkat latihan dan pengalaman. Belajar harus dilakukan dengan sengaja direncanakan sebelumnya dengan struktur tertentu, agar proses belajar dan hasil-hasil yang dicapai dapat dikontrol secara cermat. Belajar adalah perubahan relatif mantap, harus merupakan akhir dari pada suatu periode waktu yang cukup panjang. (Oemar Hamalik, 2002:11). Secara psikologis, belajar merupakan suatu proses perubahan, yaitu perubahan tingkah laku sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Slameto, 2003:2). Dalam *Educational Psychology: a Realistic Approach* (2002) Good & Boophy mengartikan belajar adalah suatu proses yang tidak dapat dilihat dengan nyata. Menurut pandangan mereka belajar bukanlah suatu tingkah laku yang tampak, tetapi terutama prosesnya yang terjadi secara internal pada individu dalam usaha memperoleh berbagai hubungan baru. Hubungan-hubungan baru ini bisa berupa; hubungan antar perangsang dan reaksi. (Alex Sobur, 2003:220). Dalam bukunya *Introduction to Psychology*, Arkinson dan kawan-kawan mendefinisikan bahwa belajar merupakan perubahan yang relatif permanen pada perilaku sebagai akibat dari latihan (Alex Sobur, 2003:221). Belajar merupakan perubahan tingkah laku yang menyangkut berbagai aspek kepribadian, baik fisik maupun psikis seperti : perubahan dalam pengertian, pemecahan suatu masalah, berpikir, keterampilan, kecakapan, kebiasaan ataupun

sikap. (Morgan dalam buku *Introduction to Psychology*, 1988, Ngalim Purwanto, 2006:84). Faktor-faktor yang mempengaruhi belajar anak atau individu dibagi menjadi dua bagian (Alex Sobur, 2003:244), yaitu faktor endogen dan faktor eksogen.

Sudjono (2001:5) mengemukakan beberapa pengertian matematika. Diantaranya, matematika diartikan sebagai cabang ilmu pengetahuan eksak dan terorganisasi secara sistematis. Selain itu, matematika merupakan ilmu pengetahuan tentang penalaran yang logik dan masalah yang berhubungan dengan bilangan. Bahkan dia mengartikan matematika sebagai ilmu bantu dalam menginterpretasikan berbagai ide dan kesimpulan.

Andi Hakim Nasution (2002:12) yang diuraikan dalam bukunya, bahwa istilah matematika berasal dari bahasa Yunani, *mathein* atau *manthanein* yang berarti mempelajari. Kata ini memiliki hubungan yang erat dengan kata sansekerta, *medha* atau *widya* yang memiliki arti kepandaian, ketahuan atau intelegensia. Dalam bahasa Belanda, matematika disebut dengan kata *wiskunde* yang berarti ilmu tentang belajar.

Menurut Sumardyono (2004:28) secara umum definisi matematika dapat dideskripsikan matematika sebagai struktur yang terorganisir, sebagai alat (*tool*), sebagai pola pikir deduktif, sebagai cara bernalar (*the way of thinking*), sebagai bahasa artifisial dan sebagai seni kreatif.

Menurut Dimiyati (Hamzah B. Uno 2009:126) matematika merupakan salah satu dari enam jenis materi ilmu. Keenam materi ilmu tersebut adalah matematika, fisika, biologi, psikologi, ilmu-ilmu sosial dan linguistik. Dikarenakan kedudukan matematika sebagai salah satu jenis materi ilmu, maka matematika merupakan salah satu disiplin ilmu yang dipelajari di lembaga pendidikan.

Menurut Brownell (Didi Suryadi, 2010) matematika dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri atas ide, prinsip dan proses sehingga keterkaitan antar aspek-aspek tersebut harus dibangun dengan penekanan bukan pada memori atau hafalan melainkan pada aspek penalaran atau intelegensi anak.

Menurut Dienes (Didi Suryadi:2010) bah-

wa belajar matematika mencakup lima tahapan yaitu bermain bebas, generalisasi, representasi, simbolisasi, dan formalisasi. Pada tahap bermain bebas anak biasanya berinteraksi langsung dengan benda-benda konkrit sebagai bagian dari aktifitas belajarnya. Pada tahap berikutnya, generalisasi, anak sudah memiliki kemampuan untuk mengobservasi pola, keteraturan, dan sifat yang dimiliki bersama. Pada tahap representasi, anak memiliki kemampuan untuk melakukan proses berpikir dengan menggunakan representasi obyek-obyek tertentu dalam bentuk gambar atau turus. Tahap simbolisasi, adalah suatu tahapan dimana anak sudah memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol matematika dalam proses berpikirnya. Sedangkan tahap formalisasi, adalah suatu tahap dimana anak sudah memiliki kemampuan untuk memandang matematika sebagai suatu sistem yang terstruktur.

Menurut Josiah Willard Gibbs 1839-1903 (Evawati Alisah, Eko Prasetyo Dharmawan 2007: 22) "*Mathematics is a language*" (Matematika adalah bahasa). Dunia matematika merupakan dunianya cara manusia membahasakan kembali persamaan-persamaan sebagaimana yang terbentang dalam gerak di alam raya. Dalam hal ini, cara yang dipakai oleh bahasa matematika ialah dengan menggunakan simbol-simbol.

Ralph Tyler (1950) dikutip Suharsimi Ari-kunto (2010:3) mendefinisikan penilaian atau hasil belajar merupakan sebuah proses pengumpulan data untuk menentukan sejauh mana, dalam hal apa dan bagian mana tujuan pendidikan sudah tercapai. Jika belum, bagaimana yang belum dan apa sebabnya. Sedangkan definisi lebih luas dikemukakan oleh Cronbach dan Stufflebeam menyatakan bahwa penilaian bukan sekedar mengukur sejauh mana tujuan tercapai, tetapi digunakan untuk membuat keputusan.

Gagne dikutip Hamzah B. Uno (2010: 137) mendefinisikan bahwa hasil belajar merupakan kapasitas terukur dari perubahan individu yang diinginkan berdasarkan ciri-ciri atau variabel bawaannya melalui perilaku pengajaran tertentu. Sedangkan Reigeluth menyatakan bahwa hasil belajar adalah semua efek yang dapat dijadikan sebagai indikator tentang nilai dari penggunaan

suatu metode dibawah kondisi yang berbeda. Efek ini bisa berupa efek yang sengaja dirancang, karena itu ia merupakan efek yang diinginkan, dan bisa juga berupa efek nyata sebagai hasil penggunaan metode pengajaran tertentu.

Dari definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa hasil belajar adalah hasil dari suatu proses belajar-mengajar yang dapat diukur dari perubahan individu apakah individu tersebut telah menguasai tujuan pengajaran yang diinginkan. Hasil belajar diartikan sebagai penguasaan pengetahuan oleh seorang siswa yang diperoleh setelah mengikuti kegiatan pembelajaran selama jangka waktu tertentu. Biasanya dinyatakan dengan sebuah nilai sesuai dengan kemampuannya yang diberikan oleh guru. Hasil belajar mata pelajaran matematika merupakan kegiatan dari belajar matematika dalam bentuk pengetahuan sebagai akibat dari perlakuan atau pembelajaran yang dilakukan oleh siswa.

Menurut Muhibin Syah (2003: 151) minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Menurut William James (1890) yang dikutip Uzer Usman (2002: 27), minat siswa merupakan faktor utama yang menentukan derajat keaktifan belajar siswa. Menurut Lusi Nuryanti (2008:59) minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu atau bisa dikatakan apa yang disukai seseorang untuk dilakukan. Pada dasarnya setiap orang akan lebih senang melakukan sesuatu yang sesuai dengan minatnya (yang disukai) daripada melakukan sesuatu yang kurang disukai.

Alam dunia pendidikan, model diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal* (J.R. David, 1976). Pendekatan pembelajaran adalah perencanaan yang berisi tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.

Pembelajaran kontekstual merupakan salah satu alternatif pembelajaran yang dapat mengurangi verbalisme dan teoritis. Di samping itu, pembelajaran ini dapat memberikan penguatan pemahaman secara komprehensif melalui penghubungan makna atau maksud dari ilmu pengetahuan yang dipelajari siswa dengan

pengalaman langsung dalam kehidupan yang nyata. Kontekstual (*contextual*) berasal dari kata konteks (*contex*). Konteks (*contex*) berarti “bagian suatu uraian atau kalimat yang dapat mendukung atau menambah kejelasan makna; situasi yang ada hubungannya dengan suatu kejadian” (Depdiknas, 2001: 591). Kontekstual (*contextual*) diartikan “sesuatu yang berhubungan dengan konteks (*contex*)” (Depdiknas, 2001 : 591).

Sesuai dengan pengertian konteks maupun kontekstual tersebut, pembelajaran kontekstual (*contextual learning*) merupakan sebuah pembelajaran yang dapat memberikan dukungan dan penguatan pemahaman siswa dalam menyerap sejumlah materi pembelajaran serta mampu memperoleh makna dari apa yang mereka pelajari dan mampu menghubungkannya dengan kenyataan hidup sehari-hari. Secara alamiah proses berpikir dalam menemukan makna sesuatu itu bersifat kontekstual dalam arti ada kaitannya dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah mereka miliki (siswa memiliki (ingatan), pengalaman, respon), oleh karenanya berpikir itu merupakan proses mencari hubungan untuk menemukan makna dan manfaat pengetahuan tersebut “ (Gafur, 2003 : 1).

Dalam pembelajaran kontekstual diharapkan siswa dapat menemukan hubungan yang bermakna antara pemikiran yang abstrak dengan penerapan praktis dalam konteks dunia nyata. Dalam pengalaman belajar yang demikian, fakta, konsep, prinsip, dan prosedur sebagai materi pelajaran yang diinternalisasikan melalui proses penemuan, penguatan, keterkaitan dan keterpaduan (Forgarti, 1991, Mathews dan Cleary, 1993, dalam Gafur, 2003 : 2).

Berdasarkan konsep di atas, pembelajaran kontekstual, akan membekali para siswa agar mereka memperoleh pengetahuan dan pengalaman secara terpadu. Oleh sebab itu, melalui pembelajaran ini diharapkan pengetahuan dan pengalaman siswa tidak hanya bersifat teoritis maupun konseptual, tetapi lebih dari itu mereka mampu memaknainya dan memanfaatkannya dengan cara menghubungkannya dalam kehidupan nyata. Pembelajaran hendaknya ada keterkaitan (relevansi) dengan bekal pengetahuan

(*prerequisite knowledge*) yang telah ada pada diri siswa, relevansi antar internal seperti bekal pengetahuan, keterampilan, bakat, minat, dengan faktor eksternal seperti eksposur media dan pembelajaran oleh guru dan lingkungan luar, dan dengan konteks pengalaman dalam kehidupan dunia nyata seperti manfaat untuk bekal bekerja di kemudian hari dalam kehidupan masyarakat (Gafur,2003:3).

Mengubah informasi menjadi pengetahuan, terjadi melalui kegiatan “interpretasi” yang selanjutnya disebut “*meaningful learning*”. Interpretasi itu sendiri adalah “suatu proses berpikir yang singkat dan cepat yang terjadi dalam otak” (Mulyasa, 2002:238). Interpretasi merupakan proses awal pemerolehan pengetahuan melalui kegiatan berpikir. Dengan demikian, pembelajaran akan lebih berarti atau bermakna bagi siswa. Hal ini sesuai dengan konsep dasar *meaningful learning* yaitu “pembelajaran yang mengajak siswa berpikir dan memahami materi pembelajaran, bukan sekedar mendengar, menerima, melihat, dan mengingat-ingat” (Mulyasa, 2002:240). Teknik yang dapat digunakan di antaranya pemunculan masalah, diskusi, debat, negosiasi (pertukaran pikiran), kolaborasi (penyamaan konsep).

Hakekat pembelajaran kontekstual adalah sebuah sistem yang mendorong pembelajaran untuk membangun keterkaitan, independensi, relasi-relasi penuh makna antara apa yang dipelajari dengan realitas, lingkungan personal, sosial dan kultural yang terjadi sekarang ini (Moh.Imam Farisi,2005). Induktif merupakan prosedur berpikir yang bersifat induksi yaitu “metode pemikiran yang bertolak dari kaidah (hal-hal atau peristiwa) khusus untuk menentukan hukum (kaidah) yang umum; penentuan kaidah umum berdasarkan kaidah khusus” (Depdiknas, 2001:431). Teknik yang dapat dikembangkan dalam metode ini misalnya observasi (pengamatan), analisis (penyelidikan), komparasi (perbandingan), dan sintesis (penyimpulan). Dalam penerapan prinsip *experiencing*, guru dapat mengembangkan metode yang lain yang dapat dibutuhkan dan sesuai dengan model pembelajarannya.

Melalui pembelajaran aplikasi (penerapan), kepercayaan diri siswa akan tumbuh sehingga mereka terdorong untuk memikirkan karir dan profesi yang diminati. Dalam asumsi yang sama prinsip aplikasi (*applying*) yaitu : Kemampuan untuk menerapkan materi yang telah dipelajari untuk diterapkan atau digunakan pada situasi lain yang berbeda merupakan penggunaan (*use*) fakta, konsep, prinsip atau prosedur atau pencapaian tujuan pembelajaran dalam bentuk penggunaan (*use*) (Merrill & Reigeluth dalam Gafur, 2003:3).

Menurut Zahorik (1995:14-22) ada lima elemen yang harus diperhatikan dalam praktek pembelajaran kontekstual. Pengaktifan pengetahuan yang sudah ada (*activating knowledge*). Pemerolehan pengetahuan baru (*acquiring knowledge*) dengan cara mempelajari secara keseluruhan dulu, kemudian memperhatikan detailnya. Pemahaman pengetahuan (*understanding knowledge*), yaitu dengan cara menyusun (1) konsep sementara (hipotesis), (2) melakukan *sharing* kepada orang lain agar mendapat tanggapan (validasi) dan atas dasar tanggapan itu (3) konsep tersebut direvisi dan dikembangkan.

Menurut A Musad, dkk (Saiful Bahri, 2000:60) minat adalah kesadaran seseorang atau sesuatu atau situasi mengandung sangkut paut dirinya. Minat merupakan kecenderungan subyek yang menetap, untuk merasa tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu (W.S Winkel, 2003:188). Beberapa ahli berpendapat bahwa cara yang paling efektif untuk membangkitkan minat pada suatu objek yang baru adalah dengan menggunakan minat-minat siswa yang telah ada. Tanner & Tanner (2005) menyarankan agar para pengajar membentuk minat-minat baru pada siswa, dengan jalan memberikan informasi-informasi pada siswa mengenai hubungan antara suatu bahan pengajaran yang akan diberikan dengan bahan pengajaran yang telah lalu, serta menguraikan kegunaannya bagi siswa di masa datang. (Slameto, 2003:181).

Minat siswa dapat dibangkitkan pula dengan cara menghubungkan bahan pengajaran dengan suatu berita sensasional yang sudah diketahui siswa. (Rooijakkers, (1980), Slameto, 2003:181) Apakah yang dapat dilakukan guru, agar siswa

yang pada awal proses belajar mengajar merasa tidak tertarik, menjadi merasa tertarik ? Upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan membina hubungan yang akrab dengan siswa; menyajikan bahan pengajaran yang sesuai dengan taraf berpikir siswa; menggunakan media pengajaran yang sesuai; bervariasi dalam prosedur mengajar, namun tidak berganti dengan prosedur yang tidak dikenal siswa, dengan tiba-tiba, dan tidak memberikan predikat 'bodoh' jika mereka tidak bisa. (W.S Winkel, 2006:189).

Matematika adalah bahasa simbolis yang berfungsi praktisnya untuk mengekspresikan hubungan-hubungan kuantitatif keruangan sedangkan fungsi teoritisnya adalah untuk memudahkan berpikir.(Myklebust; 1967 dalam Mulyono Abdurrahman, 2007;252) Matematika disamping bahasa simbolis juga merupakan bahasa universal yang memungkinkan manusia memikirkan, mencatat, dan mengkomunikasikan ide mengenai elemen dan kuantitas. (Lerner; 1988 dalam Mulyono Abdurrahman, 2007:252).

Matematika adalah suatu cara untuk menemukan jawaban terhadap masalah yang dihadapi manusia, suatu cara menggunakan informasi, menggunakan pengetahuan tentang bentuk dan ukuran, menggunakan pengetahuan tentang bentuk dan ukuran, menggunakan pengetahuan tentang menghitung. (Paling; 1982, dalam Mulyono Abdurrahman, 2007:252) Matematika merupakan ilmu universal yang mendasari perkembangan teknologi modern, mempunyai peran penting dalam berbagai disiplin dan memajukan daya pikir manusia. Perkembangan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini dilandasi oleh perkembangan matematika di bidang teori bilangan, aljabar, analisis, teori peluang dan matematika diskrit. Untuk menguasai dan mencipta teknologi di masa depan diperlukan penguasaan matematika yang kuat sejak dini. (Depdiknas, Standar Kompetensi ; 2006).

Menurut Hamzah Uno (2007:3) strategi pembelajaran adalah cara-cara yang digunakan oleh pengajar untuk memilih kegiatan belajar yang akan digunakan selama proses pembelajaran. Banyak metode pembelajaran yang

dapat merangsang siswa untuk belajar mandiri, kreatif dan lebih aktif dalam mengikuti pembelajaran sehingga dapat meningkatkan prestasi belajar siswa. Untuk meraih hasil belajar yang baik dibutuhkan metode belajar yang menunjang siswa dalam kegiatan belajar mengajar.

Metode pendekatan pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) merupakan salah satu model pendekatan pengajaran yang digunakan guru untuk mendorong siswa memahami dan menemukan konsep-konsep matematika. Keberhasilan belajar seseorang disamping dipengaruhi oleh metode belajar yang diterapkan juga dipengaruhi oleh sikap anak didik, sikap seseorang menentukan keberhasilan belajar orang tersebut. Sikap atau minat dapat menumbuhkan sikap belajar seseorang. Syaiful Bahri Djamarah (2002 : 132) mengemukakan bahwa : “minat dan sikap adalah suatu rasa lebih suka dan tingkah laku yang baik dalam melakukan suatu aktivitas, tanpa ada yang menyuruh“.

Menurut Hamalik (2003) hasil-hasil belajar adalah pola-pola perbuatan, nilai-nilai, pengertian-pengertian dan sikap-sikap, serta apersepsi dan abilitas. Faktor-faktor yang sangat mempengaruhi perkembangan dan pembentukan sikap anak-anak yang perlu diperhatikan dalam pendidikan ialah kematangan (*marutation*), keadaan fisik anak, pengaruh keluarga, lingkungan sosial, kehidupan sekolah, guru, kurikulum sekolah, dan cara guru mengajar. Sikap mental individu melahirkan tindakan, tindakan yang berulang melahirkan kebiasaan, kebiasaan yang mendarah daging melahirkan tabiat-tabiat yang dimiliki sebagian besar anggota keluarga yang melahirkan budaya keluarga dan tabiat tersebut menjaral ke masyarakat sampai akhirnya menjadi budaya bangsa.

Pasca pengesahan Undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, terjadilah berbagai dinamika dan perubahan besar dalam konteks pengelolaan proses pendidikan di Indonesia baik tingkat dasar, menengah maupun tinggi, dimana dalam undang-undang tersebut tidak lagi dikenal istilah pengajaran akan tetapi menggunakan istilah pembelajaran. UU No.20 tahun 2003 ini memberikan definisi bahwa

pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan fasilitas belajar pada suatu lingkungan belajar. Peningkatan akses masyarakat secara langsung terhadap proses pendidikan adalah merupakan bagian dari upaya menciptakan kerjasama antara masyarakat dan lembaga untuk mencapai pendidikan yang berkualitas seperti yang diharapkan. Hal ini merupakan mandat yang harus dilakukan bangsa Indonesia sesuai dengan tujuan negara Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 yaitu melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Lebih lanjut dalam Batang Tubuh UUD 1945 diamanatkan bahwa pentingnya pendidikan bagi seluruh warga negara adalah merupakan bagian dari proses pengembangan sumberdaya manusia dengan tujuan agar warga negara dapat berusaha secara mandiri maupun kelompok secara bergotong royong dalam mengembangkan diri, berusaha memenuhi kebutuhan hidup serta mempunyai hak untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Hal ini seperti tertuang dalam Pasal 28 B Ayat (1) yaitu bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya serta kesejahteraan umat manusia. Demikian pula Pasal 31 Ayat (1) yang mengamanatkan bahwa setiap warga negara berhak mendapat pendidikan.

Memang tidak mudah mengajak guru-guru untuk dapat melaksanakan pembelajaran kreatif dan inovasi. Perlu adanya dorongan baik dari dalam maupun luar diri guru untuk mencoba melaksanakan sistem pembelajaran sesuai dengan yang diharapkan. Dorongan seperti ini yang dikenal dengan motivasi berprestasi. Karena motivasi berprestasi merupakan kecenderungan seseorang untuk berjuang dalam mencapai sukses atau memilih suatu kegiatan yang berorientasi untuk tujuan sukses atau gagal.

Motivasi berprestasi itu bersumber dari dalam diri individu dan bukan dari diri orang lain sehingga dapat tercapai suatu keberhasilan dalam belajar. Dengan demikian motivasi berprestasi sangat penting peranannya dalam pencapaian suatu keberhasilan karena tercapai suatu keberhasilan seseorang disebabkan adanya motivasi dari diri sendiri sehingga tercapai hasil belajar yang baik.

Dalam konteks pembelajaran matematika, seorang guru dituntut secara profesional baik dari segi sikap, kematangan secara teoritik dari ilmu tentang matematika, gaya mengajar merupakan bagian dari kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang guru selain pengetahuan tentang apa yang diajarkan, karena gaya mengajar, penguasaan materi serta seni dalam menciptakan situasi belajar adalah merupakan bagian terpenting yang dapat membangkitkan minat belajar siswa sekaligus merupakan barometer untuk mengukur profesional tidaknya seorang guru atau pengajar. Berkaitan dengan tingkat kesulitan dalam pembelajaran matematika, maka karakter terpenting dalam pembelajaran matematika adalah penguasaan konsep, algoritma, dan kemampuannya menyelesaikan masalah. Karena belajar matematika berarti belajar konsep, struktur suatu topik, dan mencari hubungan struktur dan konsep tersebut. Mengingat sulit dan pentingnya ilmu tentang matematika, maka dalam proses pembelajaran harus diupayakan situasinya dapat membangkitkan antusiasme siswa. Dengan demikian secara profesional seorang guru harus memahami kemampuan siswa yang berbeda, memiliki kesabaran, ketekunan dan kesungguhan dalam membina dan meningkatkan gaya dan cara penyajian materi matematika.

Dalam era saat ini kita dihadapkan pada masalah yang lebih kompleks dimana sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu menghadapi zaman yang akan datang mampu bertahan. Pada kenyataannya semua bidang keilmuan maupun sektor kehidupan kita, dihadapkan kepada masalah-masalah yang memerlukan matematika sebagai pemecahannya. Hasil belajar dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang meliputi faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang mempengaruhi

yang berasal dari dalam diri siswa yaitu meliputi, bakat, minat, sikap, motivasi, dan keterampilan yang ada pada dirinya.

Minat yang tinggi terhadap suatu mata pelajaran, memungkinkan siswa memberikan perhatian yang tinggi terhadap mata pelajaran itu sehingga memungkinkan pula memperoleh hasil belajar yang tinggi, sebagai akibat dari ketertarikan siswa terhadap suatu mata pelajaran. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri siswa, yang meliputi tiga lingkungan utama siswa yaitu lingkungan rumah, sekolah dan masyarakat. Dalam proses pembelajaran di sekolah berbagai faktor eksternal dapat berpengaruh terhadap pencapaian prestasi belajar siswa. Di antara berbagai faktor tersebut adalah guru. Guru memegang peranan penting dalam pencapaian hasil belajar yang optimal, karena gurulah yang menjadi perencana, pelaksana dan sekaligus yang memberikan evaluasi pencapaian hasil belajar. Maka kinerja guru akan memiliki pengaruh terhadap pencapaian hasil belajar itu. Guru adalah seorang pendidik, pembimbing, pelatih dan pemimpin yang dapat menciptakan iklim belajar menarik, aman, nyaman dan kondusif di kelas, keberadaannya di tengah siswa dapat mencairkan suasana kebakuan, kekakuan dan kejenuhan belajar yang terasa berat diterima siswa.

Guru merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap terciptanya proses dan hasil pendidikan yang berkualitas. Oleh karena itu berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan tidak akan memberikan sumbangan yang signifikan kalau tanpa didukung oleh guru yang profesional dan berkualitas. Dari berbagai uraian di atas peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Pendekatan Pembelajaran dan Minat Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa di SMK Negeri Kabupaten Tangerang."

Pembatasan masalah

Pembatasan masalah merupakan pembatasan penelaahan yang dilakukan oleh peneliti agar penelitian tidak menjadi terlalu luas. Untuk itu peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Model pembelajaran yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL).
2. Minat belajar siswa meliputi perhatian, usaha untuk meraih prestasi dan
3. Kemampuan siswa dalam memahami pelajaran matematika dibatasi pada hasil siswa setelah mengikuti proses pembelajaran dengan pendekatan pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL).
4. Materi pada penelitian ini dibatasi pada pokok bahasan persamaan kuadrat.
5. Pengaruh minat diartikan sebagai perasaan senang atau ketertarikan terhadap suatu objek yang berkaitan dengan dirinya. Dan karena rasa senangnya itu kemudian dia memberikan perhatian yang lebih dari objek lainnya. Minat dalam penelitian ini dibatasi pada minat siswa terhadap mata pelajaran matematika.
6. Hasil belajar matematika adalah perubahan tingkah laku yang berupa : afektif, kognitif, dan psikomotor yang dimiliki siswa sebagai akibat dari interaksi pembelajaran.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi pada sekolah SMK Negeri di Kabupaten Tangerang yaitu : SMKN 7 yang beralamat di Jln. Raya Legok Dasana Indah Kec. Kelapa Dua Kabupaten Tangerang, dan SMKN 1 yang beralamat di Perumahan Mekar Asri Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang. Penelitian dilakukan selama 4 bulan, terhitung dari bulan September 2014 sampai dengan bulan Desember 2014, mulai dari penyusunan proposal, penelitian pendahuluan sampai dengan penyelesaian penulisan laporan tesis.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono,2008:117). Adapun populasi dalam

penelitian ini meliputi seluruh siswa/i SMK Negeri 1 Kabupaten Tangerang dan SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang. Populasi terjangkau dalam penelitian ini adalah siswa kelas 10 SMK Negeri 1 Kabupaten Tangerang dan siswa kelas 10 SMK Negeri 7 Kabupaten Tangerang yang berjumlah sebanyak 4 kelas, tiap kelas berjumlah 40 orang. Menurut Sugiyono (2011:119) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian. Cara pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan simpel *random sampling*. Dimana setiap anggota populasi mendapatkan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan *cluster sampling* dengan tehnik simpel random sampling (sampel acak sederhana), sebab kelas-kelas yang ada yaitu 4 kelas bersifat homogen. Selanjutnya melakukan pengelompokan secara proporsional, dimana setiap individu dalam populasi diberikan kesempatan yang sama menjadi anggota sampel.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini merupakan eksperimen dua faktor yaitu faktor metode pembelajaran (A) dan faktor minat belajar (B), masing-masing faktor terdiri dari sub faktor yang disebut level. Untuk faktor metode pembelajaran terdiri dari dua level yaitu level pertama metode pembelajaran Pendekatan *Contextual Teaching and Learning* (CTL) (A1) dan level kedua adalah Pendekatan Konvensional (A2). Faktor kedua adalah minat belajar Matematika siswa dengan dua level yaitu pertama minat belajar tinggi (B1), kedua minat belajar rendah (B2). Adapun rangkuman data hasil penelitian sesuai dengan rancangan penelitian adalah seperti yang disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel. 4.1. Deskripsi Statistik menurut Rancangan Penelitian

MINAT BELAJAR (B)	MODEL PEMBELAJARAN (A)		TOTAL
	MODEL CTL (A1)	KONVENSIONAL (A2)	
Minat Belajar Tinggi (B1)	n = 15 \bar{x} = 86.33 s = 8.550	n = 15 \bar{x} = 69.00 s = 6.601	n = 30 \bar{x} = 77.67 s = 11.57

Minat Belajar Rendah (B2)	n = 15 x = 63.33 s = 10.293	n = 15 x = 54.67 s = 10.933	n = 30 x = 59.00 s = 11.236
Total	n = 30 x = 74.83 s = 14.941	n = 30 x = 61.83 s = 11.483	n = 60 x = 68.33 s = 14.748

1. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa yang diberikan Pendekatan Pembelajaran Kontekstual *Teaching and Learning* (A1)
Dari 30 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan menggunakan intensitas pendalaman materi tinggi, diperoleh data hasil skor terendah 45, skor tertinggi 100, skor rata-rata 74,83, median sebesar 75,00, modus sebesar 80,00 dan simpangan baku sebesar 14,941.
2. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa yang diajarkan dengan Metode Konvensional (A2)
Dari 30 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan menggunakan metode konvensional, diperoleh data hasil skor terendah 35, skor tertinggi 80, skor rata-rata 61,83, median sebesar 65,00, modus sebesar 70 dan simpangan baku sebesar 11,483. Dari semua data di atas dapat disimpulkan bahwa kelas dengan menggunakan pendekatan kontekstual (kelas *experiment*) mempunyai rata-rata hasil belajar Matematika siswa yaitu 74,83 lebih tinggi dari pada kelas yang diajarkan dengan metode konvensional (kelas kontrol) mempunyai rata-rata hasil belajar Matematika siswa yaitu 61,83. Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil belajar matematika yang menggunakan pendekatan kontekstual akan lebih baik dari pada konvensional.
3. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa dengan Minat Tinggi (B1)
Dari 30 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan menggunakan motivasi tinggi, diperoleh data hasil skor terendah 60, skor tertinggi 100, skor rata-rata 77,67, median sebesar 77,50, modus sebesar 80 dan simpangan baku sebesar 11,577
4. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa

dengan Minat Rendah (B2)

Dari 30 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan menggunakan minat rendah, diperoleh data hasil skor terendah 35, skor tertinggi 80, skor rata-rata 59,00, median sebesar 60, modus sebesar 55 dan simpangan baku sebesar 11,326. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa frekuensi siswa banyak mempunyai nilai 55, untuk nilai tertinggi yaitu 80, untuk nilai terendah yaitu 35. Dari semua data di atas dapat disimpulkan bahwa kelompok dengan minat tinggi mempunyai rata-rata hasil belajar Matematika siswa yaitu 77,67 lebih tinggi dari pada kelompok yang diajarkan dengan minat rendah mempunyai rata-rata hasil belajar Matematika siswa yaitu 59,00. Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil belajar matematika yang minat tinggi akan lebih baik dari pada minat rendah.

5. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa yang diberikan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Tinggi (A1B1)
Dari 15 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan dengan menggunakan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Tinggi, diperoleh data hasil skor terendah 75, skor tertinggi 100, skor rata-rata 86,33, median sebesar 85, modus sebesar 80 dan simpangan baku sebesar 8,550.
6. Kelompok Hasil Belajar Matematika Siswa yang diberikan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Rendah (A1B2)
Dari 15 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan dengan menggunakan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Rendah diperoleh data hasil skor terendah 45, skor tertinggi 80, skor rata-rata 63,33, median sebesar 65, modus sebesar 60 dan simpangan baku sebesar 10,293. Dari semua data di atas dapat disimpulkan bahwa kelas dengan perlakuan yang menggunakan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Tinggi, diperoleh data hasil skor rata-rata 86,33 lebih tinggi dari pada kelompok yang diajarkan dengan perlakuan yang menggunakan pen-

dekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Rendah mempunyai rata-rata hasil belajar Matematika siswa yaitu 63,33. Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa hasil belajar matematika dengan perlakuan yang menggunakan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Tinggi akan lebih baik dari pada kelompok yang diajarkan dengan perlakuan yang menggunakan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Rendah.

7. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional dan Minat Belajar Tinggi (A2B1) Dari 15 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional dan Minat Belajar Tinggi, diperoleh data hasil skor terendah 60, skor tertinggi 80, skor rata-rata 69,00, median sebesar 70, modus sebesar 70 dan simpangan baku sebesar 6,601.
8. Hasil Belajar Matematika Siswa yang diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional dan Minat Belajar Rendah (A2B2) Dari 15 siswa yang dijadikan sampel diberi perlakuan pembelajaran dengan menggunakan metode Konvensional dan Minat Rendah, diperoleh data hasil skor terendah 35, skor tertinggi 65, skor rata-rata 54,67, median sebesar 55, modus sebesar 55 dan simpangan baku sebesar 10,933. Dari semua data diatas dapat disimpulkan bahwa kelas dengan menggunakan pendekatan konvensional dan minat rendah (A2B2) mempunyai rata-rata hasil belajar matematika siswa yaitu 54,67. Dari hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa hasil belajar matematika yang menggunakan pendekatan konvensional dengan minat tinggi lebih besar dari pada pendekatan konvensional dengan minat rendah.
9. Hasil Belajar Matematika Siswa Secara Keseluruhan Dari 60 siswa yang dijadikan sampel dan eksperimen diperoleh data hasil skor terendah 35, skor tertinggi 100, skor rata-rata 68,33, median sebesar 70, modus sebesar 70 dan simpangan baku sebesar 14,748.

Pengujian Persyaratan Analisis

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian persyaratan analisis yang meliputi pengujian normalitas dan homogenitas

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk setiap kelompok data pada variable dependen atau variable kovariate diperlukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui untuk ketepatan pemilihan uji statistik yang akan digunakan. Adapun uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas adalah statistik tes Kolmogorov Smirnov (KS), dengan menguji hipotesis nol (H) dilakukan dengan membandingkan P-value dengan taraf signifikan 5% (0.05) atau membandingkan nilai signifikansi dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) (A1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		CTL	Nilai
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	74.83
	Std. Deviation	.000 ^c	14.941
Most Extreme	Absolute		.104
Differences	Positive		.081
	Negative		-.104
Kolmogorov-Smirnov Z			.572
Asymp. Sig. (2-tailed)			.899
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

- b. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional (A2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Konvensional	Nilai
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.00	61.83
	Std. Deviation	.000 ^c	11.483
Most Extreme	Absolute		.142
Differences	Positive		.105
	Negative		-.142
Kolmogorov-Smirnov Z			.778
Asymp. Sig. (2-tailed)			.581
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

c. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang mempunyai Minat Belajar Tinggi (B1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Minat Tinggi	Nilai
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	77.67
	Std. Deviation	.000 ^c	11.577
Most Extreme	Absolute		.120
Differences	Positive		.120
	Negative		-.100
Kolmogorov-Smirnov Z			.658
Asymp. Sig. (2-tailed)			.780
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

d. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang mempunyai Minat Belajar Rendah (B2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Minat Rendah	Nilai
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.00	59.00
	Std. Deviation	.000 ^c	11.326
Most Extreme	Absolute		.102
Differences	Positive		.071
	Negative		-.102
Kolmogorov-Smirnov Z			.558
Asymp. Sig. (2-tailed)			.915
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

e. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Tinggi (A1B1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		A1B1	Nilai
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	86.33
	Std. Deviation	.000 ^c	8.550
Most Extreme	Absolute		.229
Differences	Positive		.229
	Negative		-.178
Kolmogorov-Smirnov Z			.885
Asymp. Sig. (2-tailed)			.413
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

f. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran CTL dan Minat Belajar Rendah (A1B2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		A1B2	Nilai
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	63.33
	Std. Deviation	.000 ^c	10.293
Most Extreme	Absolute		.141
Differences	Positive		.102
	Negative		-.141
Kolmogorov-Smirnov Z			.548
Asymp. Sig. (2-tailed)			.925
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

g. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional dan Minat Belajar Tinggi (A2B1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		A2B1	Nilai
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	69.00
	Std. Deviation	.000 ^c	6.601
Most Extreme	Absolute		.173
Differences	Positive		.173
	Negative		-.160
Kolmogorov-Smirnov Z			.671
Asymp. Sig. (2-tailed)			.760
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

h. Hasil Belajar Matematika Peserta Didik yang diberikan pendekatan pembelajaran Konvensional dan Minat Belajar Rendah (A2B2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		A2B2	Nilai
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	54.67
	Std. Deviation	.000 ^c	10.933
Most Extreme	Absolute		.179
Differences	Positive		.110
	Negative		-.179
Kolmogorov-Smirnov Z			.693
Asymp. Sig. (2-tailed)			.724
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

i. Hasil Belajar Matematika Keseluruhan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Total	Nilai
N		60	60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.00	68.33
	Std. Deviation	.000 ^c	14.748
Most Extreme	Absolute		.088
Differences	Positive		.088
	Negative		-.078
Kolmogorov-Smirnov Z			.684
Asymp. Sig. (2-tailed)			.737
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji statistik *Kolmogorov Smirnov* untuk hasil belajar matematika secara keseluruhan sama dengan 0,684 dan Sig. = 0,737 > 0,05 yang berarti data hasil belajar berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Selain uji normalitas, salah satu syarat yang diperlukan dalam menganalisis data dengan menggunakan ANOVA adalah uji homogenitas varian. Adapun tujuan uji homogenitas varian adalah untuk mengetahui apakah variansi populasi menurut kelompok yang dirancang, bersifat homogen atau tidak. Pengujian homogenitas pada data hasil belajar Matematika dilakukan dengan uji Levene's pada taraf signifikansi 5%. Untuk pengujian homogenitas, diajukan hipotesis sebagai berikut :

- H_0 : Varian Data Antar Kelompok Homogen
- H_1 : Varian Data Antar Kelompok tidak homogen.

Dengan kriteria:

- Jika nilai sig (Levene's test) > 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- Jika nilai sig (Levene's test) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- a. Uji homogenitas varians hasil belajar matematika (Y) antara kelompok perlakuan pendekatan pembelajaran CTL (A1) dan konvensional (A2)

Hasil analisis dengan SPSS untuk pengujian homogenitas varian hasil belajar matematika antara kelompok perlakuan

pendekatan pembelajaran CTL (A1) dan Konvensional (A2) diperoleh hasil seperti berikut:

Tabel 4.11. Ringkasan Hasil Perhitungan Uji Homogenitas

Levene's Test of Equality of Error Variances ^a			
Dependent Variable: Hasil			
F	df1	df2	Sig.
1.914	1	58	.172
Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups			
a. Design: Intercept + Metode			

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa data hasil belajar mengindikasikan persyaratan yang homogen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_0 = 1,914$ dan sig. = 0,172 > 0,05 dengan demikian hipotesis (H_0) diterima. Ini berarti bahwa sampel berasal dari populasi yang memiliki varians homogen.

- b. Uji homogenitas varians hasil belajar matematika (Y) antara kelompok Minat Belajar Tinggi (B1) dan Minat Belajar Rendah (B2)

Hasil analisis dengan SPSS untuk pengujian homogenitas varian hasil belajar matematika antara kelompok minat belajar tinggi (B1) dan kelompok minat belajar rendah (B2) diperoleh hasil seperti berikut:

Tabel 4.12. Ringkasan Hasil Perhitungan Uji Homogenitas

Levene's Test of Equality of Error Variances ^a			
Dependent Variable: Hasil			
F	df1	df2	Sig.
.014	1	58	.906
Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups			
a. Design: Intercept + Minat			

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa data hasil belajar mengindikasikan persyaratan yang homogen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_0 = 0,014$ dan sig. = 0,906 > 0,05 dengan demikian hipotesis (H_0) diterima. Ini berarti bahwa sampel berasal dari populasi yang memiliki varians homogen. Dari pengujian normalitas dan homogenitas di atas dapat disimpulkan bahwa persyaratan yang harus dipenuhi oleh data penelitian yang akan diolah dengan teknik ANOVA sudah terpenuhi.

- c. Uji homogenitas varians hasil belajar mate-

matika (Y) antara kelompok A1B1, A1B2, A2B1, A2B2

Hasil analisis dengan SPSS untuk pengujian homogenitas varian hasil belajar matematika antara kelompok A1B1, A1B2, A2B1, A2B2 diperoleh hasil seperti berikut:

Tabel 4.13. Ringkasan Hasil Perhitungan Uji Homogenitas Hasil Belajar untuk 4 Kelompok

Levene's Test of Equality of Error Variances ^a			
Dependent Variable: Hasil			
F	df1	df2	Sig.
1.331	3	56	.274
Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups			
a. Design: Intercept + metode + minat + metode * minat			

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa data hasil belajar mengindikasikan persyaratan yang homogen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $F_0 = 1,331$ dan $sig. = 0,274 > 0,05$ dengan demikian hipotesis (H_0) diterima. Ini berarti bahwa sampel berasal dari populasi yang memiliki varians homogen. Dari pengujian normalitas dan homogenitas di atas dapat disimpulkan bahwa persyaratan yang harus dipenuhi oleh data penelitian yang akan diolah dengan teknik ANOVA sudah terpenuhi.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Setelah dilakukan uji normalitas dan homogenitas dan hasilnya menunjukkan bahwa sampel penelitian berasal dari populasi berdistribusi normal dan varians sampel homogen, maka pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan ANOVA. Analisis terhadap data hasil belajar siswa dilakukan dengan menggunakan ANOVA dua arah yang proses perhitungannya dibantu dengan program spss 20.0. Hasil uji ANOVA tersebut kemudian dilanjutkan dengan uji t untuk mengetahui perbedaan diantara masing-masing kelompok secara signifikan (*simple effect*). Dengan kata lain uji t digunakan dengan tujuan untuk melihat kelompok sampel mana yang lebih tinggi hash belajarnya ditinjau dari tingkat minat belajar siswa.

Adapun hasil ringkasan uji analisis data

dengan menggunakan ANOVA dapat diihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 4.14. Ringkasan Hasil ANOVA

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable : hasil					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	8043.333 ^a	3	2681.111	31.345	.000
Intercept	280166.667	1	280166.667	3.275E3	.000
metode	2535.000	1	2535.000	29.637	.000
Minat	5226.667	1	5226.667	61.105	.000
metode * minat	281.667	1	281.667	3.293	.075
Error	4790.000	56	85.536		
Total	293000.000	60			
Corrected Total	12833.333	59			
a. R Squared = ,627 (Adjusted R Squared = ,607)					

Berdasarkan tabel di atas maka hipotesis yang diajukan dapat terjawab. Berikut ini penjelasan mengenai hipotesis tersebut yaitu :

1. Hipotesis pertama: Terdapat Pengaruh Metode Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Siswa

Dari tabel ringkasan basil ANOVA (output spss) menunjukkan bahwa nilai $F_0 = 29,637$ dan $sig.0,000 < 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternarif (H_1) diterima. Hal ini membuktikan bahwa perbedaan rerata (*mean*) hasil belajar siswa yang diajar dengan menggunakan Pendekatan *Contextual Teaching and Learning* (CTL) dengan siswa yang diajar dengan menggunakan metode konvensional adalah berbeda secara signifikan. Siswa yang diajar dengan menggunakan model CTL ($x A1 = 74,83$) memiliki hasil belajar yang lebih tinggi dari pada siswa yang belajar menggunakan metode konvensional ($x A2 = 61,83$).

2. Hipotesis Kedua: Terdapat Pengaruh Minat belajar pada Pelajaran Matematika terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa

Berdasarkan Tabel ANOVA (output spss) menunjukkan bahwa nilai $F_0 = 61,105$ dan $sig. = 0,000 < 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini dapat dibuktikan bahwa perbedaan hasil rerata (*mean*) hasil belajar Matematika siswa yang mempunyai sikap

positif (minat tinggi) dengan siswa yang mempunyai sikap negatif (minat rendah) pada pelajaran Matematika adalah memiliki perbedaan yang signifikan. Dimana siswa yang mempunyai sikap positif pada pelajaran Matematika ($x_{B1} = 77,67$) dan ($x_{B2} = 59,00$). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sikap (minat) siswa pada pelajaran Matematika terhadap hasil belajar Matematika. Dengan kata lain terdapat perbedaan hasil belajar siswa yang memiliki sikap positif (minat tinggi) dengan siswa yang memiliki sikap negatif (minat rendah) pada mata pelajaran Matematika.

3. Hipotesis Ketiga: Terdapat Pengaruh Interaksi Pendekatan Pembelajaran dan Minat Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika

Berdasarkan tabel mengenai ringkasan ANOVA (output spss) terlihat bahwa nilai $F_0 = 3,293$ dan $sig. = 0,075 > 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) di terima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Hal ini membuktikan bahwa interaksi metode pembelajaran dan minat belajar terhadap hasil belajar Matematika tidak signifikan. *Adjusted R. Squared* sebesar 0,607 berarti variabilitas hasil belajar yang dapat dijelaskan oleh variable metode pembelajaran, sikap (minat) pada pelajaran dan interaksi antara metode pembelajaran dan sikap atau minat belajar pada pelajaran Matematika sebesar 7,5%.

Berdasarkan hasil ANOVA, terlihat bahwa interaksi yang terjadi antara metode pembelajaran dan sikap siswa pada pelajaran merupakan interaksi yang tidak signifikan. Karena tidak adanya interaksi, maka tidak dilakukan analisis uji lanjutan untuk melihat *simple effect* di antara sub-sub faktor yang membangun interaksi tersebut.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian dan analisis pengolahan data pada bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan pendekatan pembelajaran terhadap hasil belajar Matematika siswa yang diajarkan dengan pendekatan pembelajaran *Contextual Teaching and Learning* (CTL) lebih tinggi dari siswa yang diajar dengan metode konvensional. Dengan kata lain Hal ini ditunjukkan oleh hasil perolehan rata-rata skor hasil belajar Matematika dengan menggunakan metode pembelajaran CTL = 74,83 lebih tinggi dari hasil belajar Matematika dengan metode konvensional = 61,83 dan juga dapat ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 29,637$ dan $Sig = 0,000$.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara minat terhadap hasil belajar matematika. Pada siswa yang memiliki minat tinggi lebih besar dari pada siswa dengan minat belajar rendah atau dengan kata lain Hal ini telah dibuktikan dengan hasil rata-rata yang diperoleh pada kelompok siswa yang memiliki minat belajar tinggi sebesar 77,67 lebih tinggi dari siswa dengan minat belajar rendah sebesar 59,00 dan juga dapat ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 61,105$ dan $Sig = 0,000$.
3. Tidak terdapat pengaruh interaksi yang signifikan pendekatan pembelajaran dan minat belajar siswa terhadap hasil belajar Matematika. Hal ini telah ditunjukkan dengan adanya nilai F dan signifikan lebih besar dari 0,05 yang diperoleh pada pendekatan pembelajaran dan minat belajar terhadap hasil belajar Matematika siswa, hal ini dapat ditunjukkan dengan $F_{hitung} = 3,293$ dan $Sig = 0,075 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh interaksi yang signifikan pendekatan pembelajaran dan minat belajar terhadap hasil belajar Matematika, Karena tidak ada interaksi maka tidak diperlukan uji lanjut.

Saran

Berdasarkan simpulan dan implikasi di atas, ada beberapa saran yang penulis sampaikan, yaitu:

1. Seorang guru Matematika sudah seharusnya berkompeten dalam menggunakan berbagai metode pembelajaran, diantaranya model

CTL yang dapat diterapkan dalam berbagai mata pelajaran lain.

2. Dibangun komunikasi melalui forum antara sesama guru Matematika untuk mejalin kerjasama, bertukar pengalaman, dan bertukar pendapat, sebagai sarana untuk menambah wawasan.
3. Hendaknya seorang guru berupaya menjadi figur yang kehadirannya selalu dinantikan peserta didiknya, oleh sebab itu dalam melaksanakan proses pembelajaran harus mampu menciptakan iklim belajar yang kondusif, menarik dan menyenangkan bagi siswa, serta dapat memahami setiap karakter siswanya antara lain kecenderungan minat belajarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alek Sobur. 2003. *Psikologi Pendidikan*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Andar Ismail. 2007. *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Grafindo
- Anwar Prabu Mangkunegara. 2000. *Prestasi Kerja*. (<http://id.wikipedia.org>)
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi V. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Dasar-dasar dan Evaluasi Pendidikan*. Edisi Revisi. Jakarta : Bumi Aksara.
- Atkinson dan Hilgrad. *Theories of Learning*. Englewood Cliffl. New
- Cherington. 2004. *Kinerja adalah menunjukkan target*. (<http://wangmuba.com>)
- Cushway. 2002. *Kinerja adalah bagaimana seseorang telah bekerja*. (<http://id.wikipedia.org>)
- Dalyono, M. 1997. *Psikologi Pendidikan*. Semarang. IK1P Semarang Press.
- Dimiyati dan Mudjiono. 2002. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Djaali, Pudji Mulyono. 2008. *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta : Grasindo.
- Djaali, Pudji Mulyono. 2009. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Djamarah, Syaiful Bahri, Aswan Zain. 2002. *Psikologi Belajar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Djamarah, Syaiful Bahri, Aswan Zain. 2006. *Strategi Belajar Mengajar*. Edisi Revisi. Jakarta : Rineka Cipta.
- E. Mulyasa. 2009. *Menjadi Guru Profesional Menciptakan Belajar Kreatif dan Menyenangkan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Erman Suherman. *Model Belajar dan Pembelajaran Berorientasi Kompetensi Siswa*. *Jurnal Pendidikan dan Budaya*, didownload 27 Oktober 2009 dari <http://vwww.educare.e-flcipunla.net>.
- Gipson dan Donely. 2004. *Membiasakan belajar nyaman*, Bandung: Publishing New York/kaiffa,
- H. Nashar. 2004. *Peranan Motivasi dan Kemampuan Awal dan Kegiatan Pembelajaran*. Jakarta. Delia Press.
- H.Bambang Suwarsono. 2007. *Analisis Jalur untuk riset dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Anddi Aoffset
- H.Bambang Suwarsono. 2007. *Rumus Taro Yamane dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Anddi Aoffset
- Hadi pranata. 2006. *Partisipasi seutuhnya*. (<http://wangmuba.com>)
- Hamalik, Oemar .2001. *Proses belajar mengajar*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Hamalik, Oemar. 2009. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta : Bumi Aksara. Muhibbin, Syah. 2002. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hardwinoto dan Setiyabudi. 2006. *Sarana prasarana belajar akan meningkatkan*
- Hendra Surya. 2007. *Menjadi Guru Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya Jersey:PrenticeHall Inc
- John Gay. 2005. *Interaksi dan motivasi dalam mengajar*. Jakarta :Rajawali
- Kunandar. 2007. *Strategi dalam proses belajar mengajar*. Bandung: Remaja Rosda
- Maluyu S.P. Hasibuan .2001. *Strategi belajar mengajar*. Jakarta: Quantum Teaching
- Mink. 2006. *Karakteristk memiliki kinerja yang tinggi*. (<http://id.wikipedia.org>)
- Mulyono Abdurrahman, 2003. *Makna Diri*. Yogyakarta: Pustaka Pajar

- Nasution, Andi Hakim. 1990. *Landasan Matematika*. Jakarta : Bhratara Karya Aksara.
- Ngalim Purwanto. 2004 *Perubahan Tingkah Laku*. Bandung. Remaja Karya
- Ngalim Purwanto. 2006. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Karya
- Nurhadi. 2002. *Contextual Teaching And Learning*. Jakarta : Depdiknas Dirjen Dikdasmen Direktorat Pendidikan Lanjutan Pertama.
- Pasaribu dan Simanjuntak. 2004. *Metodologi penelitian pendidikan, kompetensi dan praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Purwanto, M. Ngalim. 2000. *Psikologi Pendidikan. Cetakan Keenambelas*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rita L Atkinson. 2003. *Pengukuran Kepribadian*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Ruch. 2002. *Penelitian Prestasi Belajar*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Sagala, Syaiful. 2010. *Konsep dan Makna Pembelajaran*. Bandung : Alfabeta.
- Saiful Bahrri. 2000. *Minat dan kecerdasan* .([http:// wangmuba.com](http://wangmuba.com))
- Sanjaya, Wina. 2006. *Pembelajaran Dalam Implementasi Kurikulum Berbasis Kompetensi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sardiman A.M. 2001. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Grafindo Persada.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Soedijanto. 2000. *Menuju Pendidikan yang Relevan dan Bermutu*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sri Habsari. 2007. *Guru dan Anak Didik dalam Interaksi Edukatif*. Jakarta: Rineka
- Sudjana. 2009. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sudrajat, Akhmad. *Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik, dan Model Pembelajaran*, didownload 27 Oktober 2009 dari [http:// www.psb-psma.org](http://www.psb-psma.org)
- Sugandi. 2004. *Teori Pembelajaran*. Semarang: Unnes Press. Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Pengukuran dalam bidang pendidikan*. Jakarta : Grasindo
- Suhartini. 2002. *Prosedur penilaian, suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumardiyono. 2006. *Dasar-dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Biru Aglesindo Yogyakarta : Wanita
- Supdi U.S. 2011 *Aplikasi Statistik dalam Penelitian*. Jakarta Ufuk Press
- Tim Redaksi. 2002 *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. 2005. Jakarta: Depdiknas. 2007. Peningkatan Profesionalitas Guru Berkelanjutan
- Uno, Hamzah B. 2007. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta : Bumi Aksara.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

**ANALISIS KONSEP ETIKA BISNIS TRANSAKSI JUAL BELI
DI PASAR TRADISIONAL SELASA PANAM KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Nurhadi

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Pekanbaru
alhadijurnal@gmail.com; alhadicentre@yahoo.co.id

Soleh Wati

Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Suska Riau
soleh.wati36@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) di Jalan HR. Soebrantas Panam, Tuah Karya, Tampan, Kota Pekanbaru. Yang melatar belakangnya adalah bahwa pedagang harus menerapkan etika bisnis dalam transaksi jual beli, namun di pasar tradisional selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru masih melakukan penyimpangan diantaranya: pengurangan takaran dari timbangan, menyembunyikan cacat barang, dan juga ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati, hal ini dapat dilihat dari raut wajah yang kurang bersahabat. Lalu bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap etika bisnis transaksi jual beli di pasar tersebut?. Subjek penelitian para pedagang, objeknya perilaku bisnis. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis datanya bersifat deskriptif Analisis dimana data yang diperoleh dianalisis dan disajikan dalam bentuk tabel analisis. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang maka ada beberapa poin etika bisnis yang diterapkan, yaitu halal, amanah, keadilan, tidak memaksa dan ikhtikar, maka hal ini sudah sesuai dengan etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut Ekonomi Syariah. Namun pada poin jujur dan riba masih terdapat tindakan kecurangan yang tidak sesuai. Maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Selasa Panam Tampan Pekanbaru yang ditinjau menurut Ekonomi Syariah secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Pedagang masih melakukan penipuan (mengurangi takaran, menyembunyikan cacat barang, dan lainnya), hal ini bertentangan dengan syariat Islam.

Kata Kunci : Analisis, Konsep, Etika Bisnis, Transaksi, Jual Beli

Abstract

This research is a field research in Jalan HR. Soebrantas Panam, Tuah Karya, Tampan, Pekanbaru City. The background is that traders must apply business ethics in buying and selling transactions, but in the traditional market of Selasa Panam Subdistrict Tampan Pekanbaru City still do irregularities including: reducing the dose of the scales, hiding defects in goods, and also there are some traders when serving buyers not being friendly or generous, this can be seen from a less friendly face. Then what about the Sharia Economy review of the business

ethics of buying and selling transactions in the market? The subject of research for traders, the object of business behavior. Data collection techniques with observation, interviews and documentation. Analysis of the data is descriptive analysis where the data obtained is analyzed and presented in the form of an analysis table. Based on the results of observations and questionnaires obtained from traders, there are several points of business ethics that are applied, namely halal, trustworthiness, justice, non-coercion and endorsement, so this is in line with business ethics in buying and selling transactions according to the Sharia Economy. However, at honest and usury points there are still fraudulent actions that are not appropriate. So it can be concluded that business ethics in buying and selling transactions in the traditional markets Tuesday Panam Tampan Pekanbaru which are reviewed according to the Sharia Economy in general have not been well implemented by traders. Traders still commit fraud (reducing doses, hiding defects of goods, and others), this is contrary to Islamic law.

Keywords : *Analysis, Concepts, Business Ethics, Transactions, Buying and Selling.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari nilai-nilai yang melingkupinya. Ekonomi memiliki koneksi dan berdialektika dengan nilai sosial dan budaya masyarakat, bahkan ekonomi mentransmisikan kekuatan potensialnya, mempengaruhi serta membentuk realitas atau lingkungan tempat dimana ekonomi dipraktikkan (Muhammad, 2014: 2). Sedangkan pasar secara sederhana bisa diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (Kasmir, el, 2010: 43).

Ekonomi pasar merupakan suatu sistem ekonomi yang dikontrol, diatur, dan diarahkan oleh pasar itu sendiri. Peraturan dalam produksi dan distribusi barang dipercayakan kepada mekanisme itu sendiri. Ekonomi jenis ini berasal dari suatu harapan bahwa umat manusia akan mengambil sikap sedemikian rupa untuk mendapat untung sebanyak-banyaknya. Sistem ekonomi ini menganggap pasar sebagai tempat penyediaan barang, termasuk jasa, dengan harga tertentu yang berdasarkan harga tadi akan memenuhi permintaan (Damsar, 2012: 84).

Dalam sistem pasar yang demikian, konsumen merupakan faktor yang penting dan menentukan kedudukan pasar tersebut. Konsumen akan menentukan barang dan jasa yang mereka kehendaki, dengan kata lain, terjadi saling ketergantungan antara pedagang dan pembeli (Najatullah, 2016: 81).

Etika adalah disiplin ilmu yang memberikan pengetahuan tentang apa yang benar dan apa yang salah. Etika sebagai ilmu yang dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma moral dalam suatu masyarakat (Harahap, 2011: 69).

Etika mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik sebagai individu, anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Etika berasal dari bahasa Latin *etos* yang berarti 'kebiasaan', sinonimnya adalah moral, juga berasal dari bahasa yang sama '*mores*' yang berarti 'kebiasaan'. Sedangkan bahasa Arabnya akhlak bentuk jama' dari mufradatnya *khuluq* artinya budi pekerti. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat yang menunjukkan kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik (Hasan, 2016: 171-172).

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Secara sederhana bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat (Tantri, 2015: 4).

Etika Islam yang mewarnai sistem ekonomi Islam bermaksud menjelaskan bahwa Islam sebagai *way of life* merupakan bentuk ibadah. Sehingga tak seorangpun boleh menganggap bahwa Islam hanya terfokus pada aspek ritualitas keagamaan, tanpa aspek *social-economy* yang, yang melingkupinya. Ekonomi Islam dengan etikanya bermaksud untuk menggabungkan masalah du-

nia dan akhirat. (Aziz, 2013: 97).

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol urusan duniawi, juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya interval akhirat (diniatkan sebagai ibadah merupakan totalitas kepatuhan kepada tuhan), bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam pengertian bisnis tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan di dunia yang dibisniskan (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. (Aziz, 2013: 97-98).

Pasar selasa Panam berada di Kelurahan Tuah Karya, merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Tampan. Pasar yang ramai pada hari selasa ini ramai didatangi para pedagang dalam dan luar daerah seperti pedagang yang berasal dari Kampar. Adapun masyarakat yang berbelanja di pasar tidak hanya dari Kelurahan tuah Karya, melainkan banyak juga yang berasal dari luar kelurahan bahkan luar Kecamatan Tampan.

Secara umum pasar terdiri dari dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Maka pasar yang peneliti hendak teliti adalah pasar Selasa Simpang Baru kelurahan Tuah Karya kecamatan Tampan kota Pekanbaru adalah kategori Pasar Tradisional.

Dari pengamatan penulis, masih banyak ditemukan pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Beberapa penyimpangan yang ditemukan di pasar tradisional tersebut, Misalnya pengurangan timbangan dan takaran, pengoplosan barang yang berkualitas bagus dengan yang buruk, pedagang yang memberikan pelayanan yang kurang baik serta saling menjatuhkan pedagang lain. (Observasi, 2017).

Kenyataan yang telah terjadi di Pasar terhadap etika perdagangan saat ini adalah telah terjadi pergeseran etika dalam dagang atau bis-

nis. Selama ini para pedagang memahami bisnis adalah bisnis, yang bertujuan memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan. Para pedagang masih kurang memahami etika yang diterapkan oleh Islam, karena kurang pemahaman, para pedagang tidak menyadari pentingnya berdagang dengan etika yang sesuai dalam Islam. (Putra, 2017).

Sebagian pedagang banyak mengalami kendala saat mengetahui kondisi barangnya mengalami cacat. Pedagang kesulitan dalam hal ini, karena apabila dijelaskan kepada pembeli, maka pedang akan mengalami rugi disebabkan tidak laku. Dan sebagian pembeli kadang tidak menanyakan kondisi barang tersebut. (Putri, 2017).

Hal tersebut diperkuat dengan adanya pernyataan pelanggan pasar tradisional selasa yang pernah mendapatkan kecurangan timbangan dalam berbelanja. Salah satunya pengakuan ibu Tia, bahwa ia membeli buah seberat 1 kg, ketika ia hendak membeli buah berbeda di tempat yang berbeda dengan berat yang sama yakni 1 kg, tampak perbedaan pada kedua buah yang ibu Tia beli, kemudian ia timbang kembali buah pertama tersebut dan ternyata kurang satu ons dari takaran yang sebenarnya. (Fatimah, 2017).

Fenomena ini menggambarkan bahwa beberapa pedagang di pasar tradisional Selasa Panam masih kurang melakukan penerapan etika bisnis Islam. Mereka masih berorientasi pada keuntungan duniawi saja dan meninggalkan etika bisnisnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti akan membuat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan, yaitu: bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap etika bisnis pedagang pasar selasa simpang baru kelurahan Tuah Karya kecamatan Tampan kota Pekanbaru pada transaksi jual beli?

METODE

Adapun lokasi penelitian ini adalah pedagang pasar Selasa Simpang Baru kelurahan

Tuah Karya kecamatan Tampan kota Pekanbaru. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan kepada para pedagang yang ada dilokasi tersebut. Lokasi ini dipilih karena penulis ingin meninjau atau ingin mengetahui etika bisnis pedagang dalam transaksi jual beli yang dilakukan di pasar tersebut, menurut kaca mata etika bisnis Islam. Subyek dalam penelitian ini adalah para pedagang pasar Selasa Simpang Baru kelurahan Tuah Karya kecamatan Tampan kota Pekanbaru. Sedangkan Obyek pada penelitian ini adalah etika bisnis menurut ekonomi Islam. Populasi merupakan jumlah keseluruhan unit analisis, yaitu objek yang akan diteliti. Sedangkan Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang akan dianggap dapat menggambarkan populasinya (Soehartono, 2014: 57).

Penelitian ini menggunakan dua data, yaitu data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para pasar Selasa Simpang Baru kelurahan Tuah Karya kecamatan Tampan kota Pekanbaru dan juga merupakan data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa instrumen penelitian seperti kuesioner, wawancara, observasi dan sebagainya (Tanjung, el, 2013: 76). Dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan (Burhan, 2015: 132). Adapun data tersebut berupa buku, majalah, internet yang berkaitan dengan pemasaran.

Metode pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang akan diteliti. Wawancara merupakan interaksi dan komunikasi secara langsung, tujuannya untuk memperoleh data yang valid dan akurat. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa Deskriptif Kualitatif, data kualitatif berasal dari observasi, wawancara dan angket yang dijelaskan dengan cara menghubungkan antara satu fakta dengan fakta yang lainnya kemudian data itu dianalisa untuk diambil kesimpulan.

HASIL dan PEMBAHASAN

Historis Pasar Tradisional Selasa Panam

Pasar tradisional selasa panam awalnya dikenal dengan nama pasar Simpang Baru karena terletak di kelurahan Simpang Baru, namun seiring waktu berjalan pasar ini ramai di kunjungi masyarakat, akan tetapi pasar ini lebih ramai dikunjungi pada hari Selasa dari pada hari-hari biasa lainnya sehingga masyarakat menyebutnya atau lebih dikenal dengan Pasar Selasa Panam. Pada tahun 2000 terjadi pemekaran kelurahan jadi Pasar Selasa Panam Pekanbaru di ambil alih oleh kelurahan Tuah Karya karena Pasar Selasa Panam tersebut terletak di kelurahan Tuah Karya hingga saat ini.

Berdasarkan kepala UPTD Pekanbaru, Bahwasanya masyarakat pedagang Pasar Selasa Panam Pekanbaru menurut tempat berjualannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel I. Jumlah Pedagang Menurut Tempat Usaha Tahun 2017

NO	TEMPAT USAHA	JUMLAH (UNIT)
1	Kios	258
2	Los	91
3	Payung/ Kaki Lima	101
Jumlah		450

Sumber: Ka. UPTD Pasar Selasa Panam Pekanbaru, Tahun 2017

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa pedagang yang paling banyak berjualan di pasar tradisional selasa Panam menggunakan Kios berjumlah 258 pedagang dengan berbagai macam jenis dagangan.

Berdasarkan jenis barang yang dijual oleh pedagang di pasar tradisional selasa Panam serta jumlah pedagangnya dapat dilihat pada tabel.

Tabel II. Jumlah Pedagang Menurut Jenis Barang Dagangan Tahun 2017

NO	JENIS BARANG DAGANGAN	JUMLAH
1	Barang Harian	30
2	Buah-Buahan	20
3	Lauk Pauk dan Sayuran	175
4	Mainan anak-anak	7
5	Makanan dan Minuman	50
6	Obat-obatan	10
7	Konveksi	95
8	Perabotan Rumah Tangga dan Produksi	30
9	Perhiasan dan aksesoris	20
10	Elektronik	10

11	Alat bangunan	3
Jumlah		450
Data: Sumber hasil inventarisasi penulis		

Pasar adalah salah satu tempat bertemunya pedagang dan pembeli, sebagai tempat yang mempertemukan antara pedagang dan pembeli, maka pasar menjadi tempat bertemunya atau berkumpulnya sekelompok orang yang terdiri dari berbagai macam suku bangsa diantaranya yaitu suku Melayu, Jawa, Minang, dan Batak. Akan tetapi bahasa sehari-hari yang mereka gunakan adalah bahasa Minang, ini dikarenakan mayoritas pedagang dan pembeli di Pasar Selasa Panam Pekanbaru bersuku Minang, walau sebenarnya disana terdapat suku bangsa lain namun jumlahnya lebih sedikit bila dibandingkan dengan suku Minang.

Pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang sangat berpengaruh terhadap penentuan kualitas sumber daya manusia, semakin tinggi pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang maka semakin bagus pula kualitas sumber daya seseorang tersebut. Pendidikan formal maupun non formal akan menjadi dasar bagi usaha yang dilakukan seseorang. Berdasarkan kepala UPTD Pekanbaru, Bahwasanya masyarakat pedagang Pasar Selasa Panam Pekanbaru pada umumnya mempunyai pendidikan SMA/ sederajat. Hal ini dapat dilihat ada tabel di bawah ini.

Tabel III. Klasifikasi Pendidikan Pedagang Pasar Selasa Panam Pekanbaru

NO	ALTERNATIF JAWABAN	FREKUENSI
1	Akademi / Perguruan Tinggi	25
2	SLTA / Sederajat	250
3	SLTP / Sederajat	140
4	SD / Sederajat	45
5	Tidak Berpendidikan	0
6	Jumlah	10
Jumlah		450
Sumber: Ka. UPTD Pasar Selasa Panam Pekanbaru, Tahun 2017		

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa seluruh pedagang yang ada di pasar Selasa Panam Pekanbaru berpendidikan, sebagian besar diantara mereka berpendidikan tingkat atas. Hal ini terbukti dengan 25 pedagang yang telah mengikuti perkuliahan, sebanyak 250 pedagang

yang berpendidikan SLTA/Sederajat, dan 140 pedagang yang berpendidikan SLTP/Sederajat dan yang berpendidikan SD/Sederajat terdapat 45 pedagang sedangkan yang tidak berpendidikan 0.

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang memiliki beraneka ragam suku bangsa dan agama. Begitu juga yang ada di kota Pekanbaru terdiri dari berbagai macam suku bangsa dan agama. Islam tidak melarang umatnya untuk melakukan perdagangan atau jual beli selagi tidak bertentangan dengan aturan agama Islam.

Pedagang Pasar Selasa Panam Pekanbaru adalah pedagang yang mayoritasnya muslim, ada juga yang pedagang non muslim namun jumlahnya sangat sedikit dibandingkan dengan yang muslim baik dari kalangan pedagang maupun pembeli.

Pengertian Etika Bisnis

Jika ditelusuri secara historis, etika adalah cabang filsafah yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Persoalan etika adalah persoalan yang berhubungan dengan eksistensi manusia, dalam segala aspeknya, baik individu maupun masyarakat, baik yang berhubungan dengan Tuhan, dengan sesama manusia dan dirinya, maupun dengan alam disekitarnya, baik dalam kaitannya dengan eksistensi manusia dibidang social, ekonomi, politik, budaya maupun agama. (Asy'ari, 2011: 92).

Sementara itu bisnis menurut kamus beras bahasa Indonesia, adalah: a). Usaha dagang, mencari uang dengan cara dagang; b). Usaha komersial didunia perdagangan. Sedangkan *Encyclopedia Internasional* menyebutkan bahwa bisnis adalah kegiatan manusia yang terlibat di dalam pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. (Asy'ari, 2011: 36).

Adapun Etika Bisnis menurut Muslich adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis, norma moralitas yang menjadi acuan bisnis dalam prilakunya. Penilaian keberhasilan bisnis tidak saja ditentukan oleh keberhasilan prestasi

ekonomi dan finansial saja. Namun keberhasilan itu diukur dengan tolak ukur paradigm moralitas dan nilai-nilai etika terutama pada moralitas dan etika yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan agama. Secara konseptual dapat dinyatakan bahwa proses pencapaian tujuan suatu kegiatan bisnis melalui pengelolaan *human* dan *natural resources*, diarahkan pada pengelolaan dan alokasi sumber daya secara optimal bagi semua pihak atau *stakeholders*. (Tantri: 37).

Prinsip Etika Bisnis

Menurut pendapat Micheal Josephson (1998) yang dikutip oleh Zimmerer (1996: 27-28), secara universal, ada 10 prinsip etika yang mengarahkan perilaku, yaitu:

- a) Kejujuran, yaitu penuh kepercayaan, bersifat jujur, sungguh-sungguh, terus terang, tidak curang, tidak mencuri, tidak menggelapkan, tidak berbohong. (Anoraga, 2011: 133).
- b) Integritas, memegang prinsip melakukan kegiatan yang terhormat, tulus hati, berani dan penuh pendirian/keyakinan, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat dan dapat dipercaya. (Anwar, 2014: 97).
- c) Memelihara janji, yaitu selalu menaati janji, patut dipercaya, penuh komitmen, patuh tidak mengintepretasikan persetujuan dalam bentuk teknikal atau legalistic dengan dalih ketidakrelaan. (Anwar, 2014: 97).
- d) Kesetiaan, yaitu hormat dan loyal kepada keluarga, teman, karyawan, dan negara, tidak menggunakan atau memperlihatkan informasi rahasia, begitu juga dalam suatu konteks profesional, menjaga/ melindungi kemampuan untuk membuat keputusan profesional yang bebas dan teliti, dan menghindari hal yang tidak pantas serta konflik kepentingan. (Anoraga: 133).
- e) Kewajaran atau keadilan, yaitu berlaku adil dan berbudi luhur, bersedia mengakui kesalahan, memperlihatkan komitmen keadilan, persamaan perlakuan individual dan toleran terhadap perbedaan, serta tidak bertindak melampaui batas atau mengambil keuntungan profesional yang bebas dan teliti, dan menghindari hal-hal yang tidak pantas

serta konflik kepentingan. (Anwar: 97).

- f) Suka membantu orang lain, yaitu saling membantu, berbaik hati, belas kasihan, tolong menolong, kebersamaan, dan menghindari segala sesuatu yang membahayakan orang lain. (Anwar: 98).
- g) Hormat kepada orang lain, yaitu menghormati martabat orang lain, kebebasan dan hak menentukan nasib sendiri bagi semua orang, bersopan santun, tidak merendahkan dan memperlakukan martabat orang lain. (Anwar: 98-99).
- h) Warga Negara yang bertanggung jawab, yaitu selalu menaati hukum dan aturan, penuh kesadaran social, dan menghormati proses demokrasi dalam mengambil keputusan. (Anwar: 99).
- i) Mengejar keunggulan, yaitu mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal ataupun pertanggungjawaban profesional, tekun, dapat dipercaya/diandalkan, rajin penuh komitmen, melakukan semua tugas dengan kemampuan terbaik, dan mengembangkan serta mempertahankan tingkat kompetensi yang tinggi. (Anwar: 99).
- j) Dapat dipertanggung jawabkan, yaitu memiliki dan menerima tanggung jawab atas keputusan dan konsekuensinya serta selalu memberi contoh. (Anwar: 97-99).

Pengertian Jual Beli dan Ketentuan Lainnya

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-bai'* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti (Rahman, dkk. 2010: 67). Yang dimaksud yaitu:

- a) Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- b) Pemilikan harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan *syara'*.
- c) Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola dengan ijab dan Kabul dengan cara yang sesuai dengan syarat.
- d) Tukar menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).

- e) Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
- f) Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw (Rahman, dkk. 2010: 68). Jual beli adalah merupakan suatu akad, dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat. Indikator tersebut bisa dalam bentuk perkataan (ijab dan kabul) atau dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang, dan penerimaan uang). Dalam fiqh, hal ini terkenal dengan istilah *Bai al-muathah*.

Menurut jumhur ulama, rukun jual beli itu ada empat, yaitu sebagai berikut (Sahrani, el, 2011: 67): 1). Orang yang berakad (penjual dan pembeli); 2). *Sighat* (Lafaz ijab dan kabul); 3). Ada barang yang dibeli; 4). Ada nilai tukar pengganti barang.

Menurut H.A Syafii Jafri dalam bukunya yang berjudul *Fiqih Muamalah*, untuk sahnya jual beli yang dilakukan diperlukan beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi yaitu: 1). Penjual dan Pembeli, yaitu berakal, bagi yang gila, bodoh dan lainnya tidak sah melakukan jual beli. Kehendak sendiri bukan karena dipaksa. Keadaan tidak mubazir (pemborosan), orang pemboros hartanya dibawah wali. 2). Uang dan benda yang diperjual belikan dengan syarat: Suci, najis tidak sah dijadikan uang dan tidak sah dijual. Bermanfaat, tidak boleh menjual benda yang tidak ada manfaatnya. Dapat dikuasai dan dapat diserahkan, tidak menjual burung yang sedang terbang diudara. Benda dan harganya milik penjual dan pembeli atau sebagai wakil. Pembeli dan penjual mengetahui tentang zat, bentuk, kadar (ukuran) dan sifat-sifat benda tersebut. 3). *Sighatul akad*, yaitu cara bagaimana ijab dan Kabul yang merupakan rukun akad itu dinyatakan. *Sighat akad* dapat dilakukan

dengan cara lisan, tulisan atau isyarat yang dapat memberikan pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan Kabul, disamping itu *sighat akad* juga dapat berupa perbuatan yang telah menjadi perbuatan kebiasaan dalam ijab Kabul. (Syafii, 2014: 46-47).

Pengertian Pasar dan Seluk Beluknya

Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka, misalnya alun-alun desa. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut. Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang ini pasar tidak lagi mempunyai batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain. (Mujahidin, 2014: 141).

Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. (<https://www>.

google.com, 2018).

Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan dikawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Analisis Konsep Etika Bisnis Islami di Pasar Selasa Panam Pekanbaru

Etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan ketentuan perusahaan. Dalam membicarakan etika bisnis Islami adalah menyangkut "Business Firm" dan atau "Business Person", yang mempunyai arti yang bervariasi. Berbisnis berarti suatu usaha yang menguntungkan. Jadi etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. (Aziz: 35).

Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga memberikan semangat kesadaran nilai yang menjiwai seluruh aktivitas muamalah manusia. Bahkan dalam hal menyangkut urusan dunia (ekonomi dan bisnis), manusia diberikan otonomi untuk membuat keputusan yang memihak pada kesejahteraan manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi. (Muhammad, 2014: 64).

Terdapat beberapa hal penting terkait dengan dasar etika dalam bisnis syariah, untuk menganalisis apa yang terjadi di Pasar Selasa Panam Pekanbaru yaitu menyangkut:

- 1) Jujur. *Shidiq* (jujur) adalah sifat nabi Muhammad SAW yang artinya berat dan jujur. Seorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli, jujur dalam arti luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak

mengada-ngada, fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Jujur secara umum diakui sebagai keutamaan pertama dan paling penting yang harus dimiliki pelaku bisnis. Dalam menentukan pelaksanaan kejujuran etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, dapat dilihat dari beberapa hal antara lain:

- a) Kecacatan Barang. Cacat barang adalah hal yang wajar dijumpai oleh pedagang, biasanya kecacatan barang ini terjadi saat diperjalanan atau karena penyusutan dan membusuk sebahagian. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di pasar Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru bahwasanya pedagang yang membuka lapak atau dasaran terbuka masih terdapat beberapa pedagang yang melakukan transaksi jual beli terhadap barang yang cacat. Seperti pada pedagang sayuran dan buah-buahan yang masih memperdagangkan barang dagangannya yang sudah tidak bagus lagi atau mengalami kecacatan barang. Pedagang ini biasanya mencampur barang dagangan yang kualitas buruk dengan kualitas bagus, seperti cabe yang bagus dicampur dengan cabe yang sudah mengalami pembusukan. Dalam hal buah-buahan, pedagang biasanya menyembunyikan barang yang mengalami cacat seperti busuk atau memar di bawah buah yang kualitasnya bagus sehingga pembeli tidak menyadari adanya kecacatan barang pada buah tersebut. Pendapat ini diperkuat dengan pernyataan pembeli bu Vivi dan bu Jelita pembeli asal Garuda Sakti yang merasa kecewa dan berpikir lagi untuk membeli buah ditempat sembarangan. Bu Jelita menuturkan "saya pernah membeli buah mangga di pasar, si pedagang membukakan buah mangga yang bagus, segar dan tampak manis kepada saya dan menawarkan buah mangga tersebut

dengan dalih akan menyesal jika saya tidak membeli. Namun saat saya buka buah mangga yang saya beli tersebut berbeda dari contoh yang diberi oleh pedagang, banyak terdapat mangga yang busuk dan rasa yang masam. (Jelita, 2018).” Pedagang dengan lapak kios dengan jenis dagangan konveksi, aksesoris, dan pedagang bahan harian seperti sembako, masih memperjual belikan barang dagangannya dalam kondisi yang tidak utuh seperti mi instan yang sudah hancur dan tepung yang sudah berketu. Hal tersebut juga terjadi pada pedagang konveksi yakni menjual barang dagangan yang mengalami kecacatan barang seperti hasil jahitan yang tidak sempurna. Hal ini di perkuat dengan hasil wawancara penulis dengan salah seorang pembeli pada pedagang konveksi ibu Fatiah mengatakan pernah kecewa membeli barang di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, ia membeli sebuah baju, kala itu pedagangnya sedang mengadakan diskon dan ibu Fatiah tertarik membeli sebuah baju potongan dengan harga yang murah, pedagang memberikan barang yang baru kepada ibu Fatiah dan langsung dibungkus oleh pedagang. Ternyata sesampai dirumah bagian ketiak baju jahitannya rusak lumayan besar. Ucapan ibu Fatiah. (Fatiah Putri, 2018). Namun pada jenis dagangan aksesoris, pedagang jenis dagangan aksesoris tidak melakukan kecurangan seperti menyembunyikan kecacatan barang. Karena pedagang emas (aksesoris) melakukan penjualan dengan sistem terbuka yakni memperlihatkan secara langsung proses menimbang beserta ukurannya tanpa ada yang disembunyikan. Pedagang lapak los seperti pedagang yang menjual santan, ikan, ayam, daging dan sejenisnya. Menurut pengamatan penulis pedagang jenis dagangan ini

tidak menyembunyikan kecacatan barang. Pedagang santan menjual santan kelapa kepada pembeli dengan jujur dan tidak menyembunyikan kecacatan barang. Pedagang ikan dan jenis siput telah menjual barang dagangan dengan tidak menyembunyikan barang dagangannya, yakni pedagang berlaku jujur ketika ada pembeli yang bertanya. Adapun mengenai ikan tersebut sudah tidak segar lagi dijelaskan kepada pembeli dan pembeli memaklumi hal tersebut dikarenakan jenis ikan laut akan sangat susah mencari yang segar. Adapun pedagang jenis dagangan daging telah menjual sesuai dengan etika bisnis Islam. Pedagang tidak menyembunyikan kecacatan daging, dan menjual daging berdasarkan pesanan pembeli, yakni apabila pembeli ingin diperbanyak lemak agar murah maka penjual mengikuti kehendak pembeli tersebut. Islam sangat mengutamakan bersikap jujur dalam berbisnis dan mengharamkan tindakan curang dalam berbisnis, salah satu kecurangan tersebut yakni menyembunyikan kecacatan barang. Dalam surah Al-baqarah ayat 284 telah menjelaskan tentang menyembunyikan kecacatan barang, yang artinya: *“Kepunyaan Allah-lah segala apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Dan jika kamu melahirkan apa yang ada di dalam hatimu atau kamu menyembunyikan, niscaya Allah akan membuat perhitungan dengan kamu tentang perbuatanmu itu. Maka Allah mengampuni siapa yang dikehendakinya dan menyiksa siapa yang dikehendakinya; dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”*. (Depag, 2015: 49). Ayat diatas memberikan peringatan bahwa Allah akan membuat perhitungan bagi orang-orang yang menyembunyikan sesuatu. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional

Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai kejujuran dalam Kecacatan barang belum sesuai dengan ekonomi syariah.

- b) *Gharar*. *Gharar* dalam jual beli ialah menjual sesuatu yang tidak jelas, belum tampak nyata baiknya. Seperti menjual buah yang belum matang, menjual barang yang belum jelas kondisinya dan menjual sesuatu yang belum tampak wujudnya. Setelah observasi yang penulis lakukan di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Pedagang pasar tradisional Selasa panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai kelayakan barang dagangan, seperti pedagang makanan, sayuran, buah-buahan, daging, ikan, pakaian, tahu, dan tempe, barang harian, dan kosmetik sudah sesuai dengan ekonomi syariah. Hal ini terbukti karena pedagang menjual barang yang baik dan dalam keadaan baik, pedagang tidak pernah menjual barang yang basi atau tidak layak. Dalam hal ketidak jelasan barang dari segi kondisi barang dagangan yang terjadi di pasar tradisional Selasa Panam kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dari pengamatan penulis bahwasanya telah sesuai dengan ekonomi syariah. Pedagang tidak menjual barang yang tidak jelas wujudnya, seperti menjual ikan yang belum berada ditangan, menjual barang harian yang masih berada diperjalanan, dan menjual buah yang masih berada di pohon dalam kondisi yang belum matang. Tindakan diatas tidak penulis jumpai di pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, hal ini dikarenakan pedagang menyadari menjual sesuatu yang belum jelas sangat merugikan pedagang, dimana pada saat pedagang menjanjikan sesuatu yang belum ada akan membuat orang yang dijanjikan berharap. Namun pada saat kondisi barang tidak bagus pembeli

tidak ingin menerimanya karena tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Inilah yang membuat pedagang tidak bisa melakukan transaksi jual beli pada saat barang belum jelas. (Kadir Rinto, 2018). Uraian diatas diperkuat dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 276 mengenai gharar yang artinya: *"Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa"*. (Depag, 2015: 47).

- c) Manipulasi barang. Manipulasi barang adalah perbuatan tercela yang harus dihilangkan, ini hanya terjadi bagi pedagang yang menjual demi meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan segala cara. Praktek yang terjadi di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai manipulasi barang adalah sebagai berikut. Pedagang buah masih melakukan tindakan kecurangan yakni manipulasi dagangannya dengan menyuguhkan buah yang masih segar, pada posisi di atas yang mudah dilihat konsumen dan mencampur jenis buah yang berkualitas dengan yang kurang berkualitas. Disamping itu, cara lain dengan mengemas buah kedalam sebuah tempat dengan kualitas campuran. Pedagang juga meyakinkan calon pembeli bahwa buah dagangannya itu manis, segar, tahan lama, buah lokal, bahkan kadang-kadang disertai dengan sumpah. Kadangkala penjual buah durian mencampurkan antara durian yang berasal dari Sumatera Barat dengan durian yang berasal dari daerah Kampar. Karena ketidaktahuannya, sekalipun diberi kebebasan memilih sendiri pembeli masih terjebak oleh praktek yang kurang etis itu. Hal ini dilakukan pedagang untuk meminimalkan kerugian diakibatkan penyusutan yang terjadi pada dagangannya dengan

melakukan trik-trik untuk menarik konsumen sekalipun cara itu kadangkala tidak benar. ada kasus pedagang jenis barang dagangan harian, bahwasanya pak Anto selaku pembeli dipasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengatakan pernah tertipu dalam membeli beras. Beliau membeli beras di pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tepatnya disebuah gerai mobil yang mengadakan diskon besar, karena ada diskon pak Anto tertarik untuk membelinya karena akan mengirit biaya bulanan. Merek Anak Daro, harganya 120.000, namun sesampainya dirumah dan dimasak ternyata beras tersebut bukanlah beras Anak Daro, seperti besar bulok, berpasir, dan lengket tidak bertabur, niat saya ingin hemat malah jadi rugi ujar pak anto dalam sebuah wawancara singkat. (Sugianto, 2018). Dan dari pengalaman pribadi penulis, penulis pernah mengalami kejadian seperti ini dimana membeli beras di salah satu *stand* atau lapak di pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, namun setiba dirumah dan melihat kondisi beras tersebut, ternyata beras tersebut bercampur dengan pasir dan pasir tersebut lumayan banyak dan membuat tidak nyaman saat memakannya. Pada pedagang jenis dagangan konveksi, obat-obatan, alat bangunan dan aksesoris melalui pengamatan penulis tidak terdapat tindakan yang menyalahi etika bisnis terkait manipulasi barang. Pedagang jenis barang dagangan diatas telah menjual barang dagangannya dengan jujur tanpa menyembunyikan sesuatu. Segala bentuk penipuan, baik dalam masalah jual-beli, maupun dalam seluruh *mu'amalah* diharamkan dalam Islam. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam segala urusannya, sebab keikhlasan dalam

beragama nilainya lebih tinggi dari pada seluruh usaha duniawi. (Ahmad Mujahidin, 2015: 108). Jika pedagang menyembunyikan kualitas barang dan bermain curang dalam timbangan maka dapat dikategorikan sebagai penipu, sedangkan penipuan itu diharamkan. Hal ini dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 29, yang artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"*. (Depag, 2015: 83). Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa masih adanya kecurangan yang terjadi di pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Dan hal ini belum sesuai dengan ekonomi syariah.

- d) Mengurangi timbangan. Mengurangi takaran dari suatu barang dan menipu pembeli adalah suatu perbuatan tercela dan menyalahi etika bisnis berdagang. Sebagai salah satu sumber konflik dan penipuan, ketetapan timbangan merupakan cermin kualitas moral seorang pelaku bisnis. Karena terlalu berorientasi pada profit, seorang pedagang berani meninggalkan nilai-nilai kemanusiaan sehingga disadari atau tidak ia memanipulasi hak orang lain, pada hal kita harus berbuat ihsan pada sesama. Dalam prakteknya yang terjadi di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai pengurangan takaran timbangan masih ada sebahagian pedagang yang mempraktekannya. Sebagian pedagang menipu pembeli dengan mengurangi takarannya. Ini dilakukan dengan cara mengakali timbangan dan mengaturnya agar pembeli tidak menyadari. Pengurangan timbangan

oleh pedagang dimotivasi adanya penutupan kerugian, biasanya para pedagang mengurangi kerugian akibat harga yang diberikan sangat murah dan tidak menutupi modal pedagang. Dalam kasus mengurangi timbangan ini hanya terjadi pada jenis dagangan lauk pauk, buah-buahan, dan barang harian yang ditimbang. Di pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, masih ada yang berlaku curang dengan bermain pada timbangan. Ini terbukti dengan sebuah wawancara oleh ibu Fatimah mengatakan, beliau membeli buah di pasar Selasa, karena kebutuhan dan tuntutan kesehatan, ibu Fatimah membeli beberapa jenis buah di tempat yang berbeda. Namun, pada saat tiba dirumah, ia merasa curiga dengan berat buah tersebut sehingga menimbang buah tersebut karena mengalami sedikit keganjalan. Saat ditimbang, buah anggur yang seharusnya 1 kg hanya 900 gr dan tidak sampai satu kilo. Saya kaget, namun karena sudah sampai rumah tidak mungkin mengembalikan buah tersebut ujar ibu Fatimah. (Hamdan Fatimah, 2018). Pedagang beralasan bahwa strategi untuk menarik pelanggan dengan cara bermain curang pada timbangan dan menurunkan harga dibawah rata-rata. Inilah yang sebagian pedagang terapkan dalam menarik pedagang. Karena sebagian pembeli tidak mengetahuinya dan ada yang mengetahuinya namun mereka tetap membeli barang tersebut karena tergiur harga yang murah, inilah yang membuat pedagang terus melakukan tindakan-tindakan yang menyalahi etika bisnis dalam transaksi jual beli. Islam sangat mengutamakan kebaikan dalam berbisnis dan mengharamkan tindakan curang dalam bisnis, salah satu kecurangan tersebut yakni mengurangi timbangan. Mengurangi timbangan apapun tujuan atau bdrapun

jumlahnya sangat dilarang dalam Islam. Hal ini dijelaskan dalam QS.al-Mutaffifin (83) ayat 1-6, yang artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam”. (Depag, 2015: 587-588). Ayat ini memberikan peringatan keras pada para pedagang yang curang. Mereka dinamakan *mutaffifin*. Dalam bahasa Arab *mutaffifin* berasal dari kata *tatfif* atau *tafafah*, yang berarti pinggir atau bibir sesuatu. Pedagang yang curang atau yang dinamai *mutaffif*, karena ia menimbang atau menakar sesuatu hanya sampai bibir timbangan, tidak sampai penuh hingga penuh ke permukaan. Dalam ayat diatas, perilaku curang dianggap sebagai pelanggaran moral yang sangat berat. Pelaku diancam hukuman berat, yaitu masuk neraka *wail*. (Ahmad Mujahidin, 2016: 161). Kata *wail* memiliki arti azab, kehancuran atau sebuah lembah dineraka Jahannam. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang (pebisnis) yang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang akan mendapat azab sehingga ditempatkan di lembah neraka Jahanam. Oleh karena itu pedagang sebaiknya berhati-hati dalam melakukan penakaran dan penimbangan agar ia terhindar dari azab. (Ahmad Mujahidin, 2016: 160). Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai kejujuran dalam menakar timbangan belum sesuai dengan Ekonomi Syariah.

2) Halal. Al-qur'an dengan tegas telah meletak-

kan konsep dasar halal dan haram yang berhubungan transaksi dalam perdagangan. Menurut Mustaq Ahmad sebagaimana dikutip oleh Muhammad Djakfar (2016: 98), semua hal yang berhubungan dengan harta benda hendaknya dilihat dan dihukumi dengan kedua kriteria halal dan haram ini. Orang-orang Mekah yang hidup di zaman Rasulullah SAW sama sekali tidak membedakan antara bisnis dan riba. Bagi mereka keduanya adalah sama. Akhirnya al-Qur'an membangun konsep halal dan haram dengan penegasan bahwasanya jual beli adalah dihalalkan, sedangkan riba diharamkan. Pengharaman riba apapun bentuk dan namanya karena merupakan kezaliman terhadap orang lain sehingga menciderai rasa keadilan. Sebab semua bentuk transaksi yang dilakukan dengan praktik jahat dilarang oleh Islam. Semua larangan itu berdasarkan pada suatu prinsip "jangan ada ketidakadilan dan jangan ada penipuan dalam segala aktivitas jual beli yang dilakukan oleh siapapun, esensi dari bisnis yang tidak dihalalkan adalah suatu bisnis yang didalamnya mengandung cara konsumsi yang tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. (Ahmad, 2013: 125). Praktek yang terjadi di pasar Tradisional selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru melalui hasil Observasi penulis mengenai kehalalan barang dagangan yakni tidak ditemukan pedagang yang menjual barang yang haram untuk diperjualbelikan. Dalam perdagangan barang walaupun sedikit haram atau subhat tidak apa-apa dijual yang penting menguntungkan dan dapat memenuhi kebutuhan keluarga, hal seperti ini tidak pernah dilakukan oleh pedagang seperti mencampurkan ayam yang mati sebelum dipotong (sembelih) dengan ayam yang sudah dipotong dalam penjualannya atau ikan yang dicampur dengan formalin (pengawet) agar awet dan tahan lama. Penulis tidak menemukan suatu hal yang haram untuk dijual, pedagang pasar tradisional Selasa Panam kecamatan Tampan Kota Pekanbaru seperti pedagang

ayam tidak pernah menjual ayam yang sudah mati sebelum di sembelih kepada pembeli dikarenakan pedagang ayam akan menyembelih ayam tersebut ketika ada pembeli yang membeli, adapun ayam yang sudah disembelih terlebih dahulu adalah untuk pedagang yang membeli potongan ayam dalam jumlah kecil dan ayam tersebut di sembelih hari itu juga dan dalam jumlah yang kecil. Argumen ini di perkuat dengan pernyataan pembeli bu Dewi dan bu Fatiah selaku pembeli tetap pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota pekanbaru. Kedua ibu ini merasa nyaman dalam berbelanja dan tidak khawatir tentang kehalalan barang yang akan mereka beli dikarenakan mereka melihat secara langsung proses pemotongan ayam tersebut. Menurut pengakuan ibu Fatiah, "saya tidak akan khawatir jika berbelanja ayam di pasar Selasa ini karena saya yakin ayam yang saya beli halal, saya sudah sering berbelanja disini dan mengetahui proses pemotongannya". (Fatiah, 2018).

- 3) Amanah. Amanah dalam bahasa Indonesia adalah dapat dipercaya. Kepercayaan adalah aset yang sangat berharga didunia bisnis (Sunyoto, 2015: 45). Amanah memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban moral yang dibebankan kepada setiap orang, baik dalam melaksanakan tugas penghambaan kepada Tuhan maupun tugas kemanusiaan antara sesamanya. (M.Nur, 2010: 27). Dalam prinsip manajemen, amanah menjadi kata kunci yang sangat penting, sampai dimana sebuah proses usaha ditangani dengan jujur, transparan, dan akuntabel. (Djunaidi, dkk, 2013: 56). Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai amanah, masih terdapat pedagang yang tidak amanah kepada pembeli. Di mana pedagang menawarkan barang dagangannya dengan disertai sumpah. Namun disaat pembeli mengeluh, sebagian pedagang tidak menerima keluhan setelah barang

dibeli. Pedagang mengelak untuk menukar barangnya dikarenakan akan mengalami kerugian jika pedagang menukar barang tersebut, karena barang yang ditukar tersebut tidak dapat dijual kembali. Seperti dalam sebuah wawancara dengan pedagang pasar, bu Rida mengatakan hal ini memang sudah umum diketahui oleh masyarakat. Dimana pedagang sering berjanji akan mengganti apabila barangnya rusak, namun saat barangnya rusak pedagang berdalih barangnya sudah sampai rumah, sudah beberapa hari dan lain sebagainya. (Efrida, 2018).

- 4) Keadilan. Dalam kitab *Ihya Ulumuddin* Imam Al-Ghazali sebagaimana dikuti oleh Yusuf Bin Ismail An-Nabhani dalam bukunya "*Awat di Pasar ada Setan*", sesungguhnya Allah telah memerintahkan sikap adil dan ihsan. Karena sikap adil merupakan jalan keselamatan yang dalam perniagaan berfungsi sebagai modal. Sementara sikap toleransi merupakan jalan untuk mencapai kemenangan dan keuntungan. Tentu dibidang termasuk orang-orang berakal siapa saja yang sudah merasa puas hanya dengan kembalinya modal dalam berbagai transaksi dunianya. Dan begitu pula dengan berbagai transaksi akhirat. (Yusuf, 2015: 47). Dari hasil observasi penulis, bahwasanya keadilan di pasar Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sudah sesuai dengan Ekonomi Syariah. Pedagang di pasar Selasa panam tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Pedagang tidak memilah milih pembeli dan melayani pembeli dengan sama rata. Adapun pada pedagang jenis dagangan konveksi, pedagang melakukan proses negosiasi mengenai harga barang. Hal ini yang membuat perbedaan dikarenakan negosiasi setiap orang berbeda-beda. Jenis dagangan konveksi dalam hal menarik pembeli ialah melakukan proses tawar menawar, sehingga hasil dari setiap pembeli bisa jadi berbeda. Namun hal ini bukanlah termasuk tidak adil, dikarenakan kebutuhan dan kualitas setiap orang berbeda sehingga hasil tawar menawar pun akan berbeda.
- 5) Tidak Memaksa. Banyak orang yang susah untuk berperilaku ramah antar sesama. Seringkali bermuka masam ketika bertemu dengan orang yang tidak disukainya atau memilih untuk berperilaku tidak ramah. Padahal, ramah merupakan sifat terpuji yang dianjurkan oleh agama Islam untuk siapa saja dan kepada siapa saja. Dengan ramah, maka banyak orang yang suka, dengan ramah banyak pula orang yang senang. Karena sifat ramah merupakan bentuk aplikasi dari kerendahan hati seseorang. Murah hati, tidak merasa sombong, mau menghormati dan menyayangi merupakan inti dari sifat ramah. Oleh karena itu, bersikap ramahlah dalam transaksi jual beli karena dapat membuat konsumen senang sehingga betah atau bahkan merasa tentram jika dalam bertransaksi. Hasilnya pedagang pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tidak melakukan pemaksaan kepada pembeli dan ini sudah sesuai dengan ekonomi Syariah.
- 6) Ihtikar. Jangan menimbun barang dagangan pada saat masyarakat sedang membutuhkannya dengan tujuan memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Penimbunan barang adalah halangan terbesar dalam pengaturan persaingan pasar Islam, hal tersebut dikarenakan pengaruhnya terhadap jumlah barang yang ditimbun, dimana pedagang memilih untuk menahan barang dagangannya dan tidak menjualnya karena menunggu naiknya harga. (Hakim, 2012: 168). Melalui hasil observasi yang penulis lakukan di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mengenai praktek menimbun barang, bahwasanya pedagang pasar tradisional Selasa Panam tidak melakukan praktek ihtikar. Menimbun disini yaitu sengaja menumpuk barang untuk mengambil keuntungan yang besar. Hasilnya bahwa pedagang pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tidak melakukan penimbunan barang, ini sudah sesuai dengan ekonomi Syariah.

7) Riba. Rasulullah mengajarkan agar para pedagang senantiasa bersikap adil, baik, kerja sama, amanah, tawakal, *qana'ah*, sabar, dan tabah. Sebaliknya beliau juga menasehati agar pedagang meninggalkan sifat kotor perdagangan yang hanya memberikan keuntungan sesaat, tetapi merugikan diri sendiri duniawi dan ukhrawi. Akibatnya kredibilitas hilang, pelanggan lari, dan kesempatan berikutnya sempit. (Mujahidin: 169). Hasilnya bahwa praktek riba masih dan terjadi di Pasar Selasa Panam, dimana memberikan pinjaman kepada pedagang yang sedang membutuhkannya dengan memberikan keringanan dalam membayarnya yakni dengan mencicilnya, kemudian mengambil keuntungan yang banyak dari harta pokok yang di pinjam tersebut dengan alasan berbagai macam.

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian etika bisnis dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru ditinjau Menurut Ekonomi Syariah sebagai berikut:

1. Bahwasanya pada Poin Halal, Amanah, Keadilan, Tidak Memaksa dan Ikhtikar telah sesuai dengan Etika Bisnis dalam transaksi Jual Beli menurut Ekonomi Syariah. Namun pada poin Jujur dan Riba masih terdapat tindakan kecurangan yang tidak sesuai dengan Etika Bisns dalam Transaksi Jual Beli menurut Ekonomi Syariah.
2. Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh dari para pedagang di pasar tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang ditinjau menurut Ekonomi Syariah secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Hal ini dapat terlihat pada hasil observasi dan didukung oleh wawancara yang penulis lakukan, yakni para pedagang masih belum menerapkan sikap

jujur dalam berjual beli, pedagang masih tidak menjelaskan keadaan barang (kecacatan barang), dan para pedagang masih bermain curang dalam takaran, yakni mengakali takaran timbangan demi meraih untung yang lebih besar. Memaksa pembeli untuk membeli dan masih melakukan praktik riba. Dalam pandangan Islam aspek Kecurangan di atas tidak sesuai dengan ekonomi Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 2011, "*Wirausaha Berbasis Syariah*", Banjarmasin: Antasari Pers.
- Agama, Departemen RI, 2015, "*Al-Qur'an dan Terjemahannya*", Bandung: Syaamil Cipta Midya.
- Ali, Kamal, 2017, "*Berbisnis dengan Cara Rasul*", Bandung: Jember.
- Alma, Buchori dan Donni Juni Priansa, 2014, "*Manajemen Bisnis Syaria*", Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchori, 2014, "*Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*", Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, Bukhori, 2013, "*Manajemen Bisnis Syariah*", Bandung: Alfabeta
- An-Nawawi, Imam, 2013, "*Syarah Syahih Muslim*", Jakarta: Darus Sunnah Press.
- Anoraga, Pandji, 2011, "*Pengantar Bisnis*", Jakarta:PT Rineka Cipta.
- At-Tarmizi, 1426 H, "*Sunan At-Tarmizi*", Juz 3, Nomor hadis 1209, CD Roo, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-'Ilm An-Nafi', Seri 4, Al-Ishdar Al-Awwal.
- Aziz, Abdul, 2013, "*Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*", Bandung: Alfabeta
- Azwar, Adiwarmar, Karim, 2018, "*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*" Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal, 2016, "*Etika Bisnis dalam Islam*", Jakarta: Kencana.
- Basri, Helmi, 2010, "*Fiqih Ibadah*", Pekanbaru: Suska Press.
- Binbaz, 2018, <http://www.binbaz.org.sa/mat/19167>. Diakses pada tanggal 17 April 2018, 10.00 WIB.

- Burhan, M. Bungin, 2015, *“Metodologi Penelitian Kuantitatif”*, Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Burhanuddin, 2015, *“Etika Individu Pola Dasar Filsafat Moral”*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Damsar, 2012, *“Sosiologi Ekonomi”*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Efrida, (Pedagang), 2018, *“Wawancara Pasar selasa Panam”*, (5 Januari)
- Fatihah, (Pembeli), 2018, *“Wawancara, Pasar Selasa Panam”*, (17 Januari)
- Fatimah, Hamdan, (Pembeli), 2017, *“Wawancara, Pasar Selasa Panam”*, (Panam, 12 Desember)
- Google, 2018, <https://www.google.com/amp/s/niias8.wordpress.com/pengertian-pasar-tradisional-dan-modern/amp/>. Diakses pada tanggal 1 januari 2018, 19.00 WIB.
- Hakim, Lukman, 2012, *“Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam”*, Surakarta: Erlangga.
- Harahap, Sofyan S, 2011, *“Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam”*, Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, 2014, *“Statistik Untuk Penelitian”*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hasan, Ali, 2012, *“Manajemen Bisnis Syariah Kaya Dunia Terhormat di Akhirat”*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- SuratMelita, 2016, <http://suratmelita.blogspot.co.id/2016/09/makalah-pasar-tradisional-dan-pasar-modern-pendidikan-ips-sosialekonomi-download-elitasuratmipengertian-manfaat-sebab-akibat-indonesia-keuangan.html?m=1>. Diakses pada tanggal 1 januari 2018 19.20 WIB.
- Jakfar, 2013, *“Studi Kelayakan Bisnis”*, Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Jusmaliani, 2012, *“Bisnis Berbasis Syari’ah”*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Kadir, 2010, *“Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur’an”*, Jakarta: Amzah.
- Kasmir, dan Jakfar, 2010, *“Study Kelayakan Bisnis”*, Jakarta: Kencana.
- Majah, Ibnu, 1426 H, *“Sunan Ibnu Majah, Juz 2, Nomor hadis 2139, CD Room”*, Maktabah Kutub Al-Mutun, Silsilah Al-‘Ilm An-Nafi’, Seri 4, Al-Ishdar Al-Awwal.
- Malik, Imam, bin Annas, 2016, *“Al-Muaththa’ Imam Malik”*, Penerjemah Muhammad Iqbal Qadir, Jakarta: Pustaka Azzam.
- Mardani, 2013, *“Hukum Ekonomi Syariah”*, Jakarta: PT Fajar.
- Mhd. Nuruddin, Ali, 2016, *“Zakat sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal”*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Miftahul, H. Huda, 2017, *“Aspek Ekonomi dalam Syariat Islam”*, Mataram Konsultasi dan Bantuan Hukum.
- Muhammad, Syekh, Yusuf Qardhawi, 2017, *“Halal dan Haram dalam Islam”*, Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Mujahidin, Akhmad, 2014, *“Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)”*, Jakarta: PT raja Grafindo Persada.
- Mursida, Umi, 2012, *“Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi kasus pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”*, Jurnal Ekonomi Syariah.
- Natadipurba, Chandra, 2016, *“Ekonomi Islam 101”*, Bandung: PT Mobidelta Indonesia.
- Nejatullah, Muhammad, Siddiqi, 2013, *“Kegiatan Ekonomi dalam Islam, diterjemahkan oleh Anas Sidik”*, Jakarta: Bumi Aksara
- Observasi, 2017, *“Pasar Selasa Panam”*, (12 desember)
- Putra, Doni, (Juru Tagih), 2017, *“Wawancara, Pasar Selasa Panam”*, (19 Desember)
- Putri, Yuliza, 2017, (Pedagang Pasar), *“Wawancara, Pasar Selasa Panam”*, (Panam, 12 Desember)
- Qardhawi, Yusuf, 2011, *“Norma dan Etika Ekonomi Islam”*, diterjemahkan oleh Zainal Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Pers.
- Rahman, Abdul, Ghazaly, dkk, 2010, *“Fiqih Muamalah”*, Jakarta: Kencana.
- Rahman, Afzahul, 2011, *“Doktrin Ekonomi Islam”*, Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf.
- Riva’I, Veithzal, 2012, *“Islamic Marketing (Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah)”*, Jakarta: PT. Gramedia Persada Utama.
- Rumaysho, 2018, *“Penipuan dan pengelabuan dalam jual beli”*, <https://rumaysho.com/7154->

- penipuan-dan-pengelabuan-dalam-jual-beli.html. Diakses pada tanggal 17 April 2018, 10.00 WIB.
- Sahrani, Sohari dan Ru'fah Abdullah, 2011, "*Fiqih Muamalah untuk Mahasiswa UIN/IAIN/STAIN/PTAIS dan Umum*", Bogor, Ghalia Indonesia.
- Soehartono, Irwan, 2013, "*Metode Penelitian Sosial*", Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiono, 2013, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*", Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendri, 2015, "*Fiqih Muamalah (Membahas Ekonomi Islam, Kedudukan Harta, Hak Milik, Jual Beli, Bunga Bank dan Riba, Musyarakah, Ijarah, Etika Bisnis dll)*", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suwiknyo, Dwi, 2010, "*Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*", Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syafei, Rachmat, 2010, "*Fiqih Muamalah*", Bandung: Pustaka Setia.
- Syafi'i, Imam, Abu Abdullah Muhammad bin Idris, 2016, "*Ringkasan Kitab al-Ulum*", diterjemahkan oleh Amiruddin, Jakarta: Pustaka Azzam.
- Syafii, H.A. Jafri, 2015, "*Fiqih Muamalah*", Pekanbaru: Suska Pres.
- Tanjung, Hendri & Abrista Devi, 2013, "*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*", Jakarta: Gramata Publishing.
- Tantri, Francis, 2005, "*Pengantar Bisnis*", Jakarta: Rajagrafindo
- Tantri, Francis, 2014, "*Pengantar Bisnis*", Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein, 2015, "*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*", Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wardi, Ahmad, Muslich, 2010, "*Fiqih Muamalat*", Jakarta: Amzah
- Wati, Soleh, 2018, "*Etika Bisnis dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*", Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 1439 H.
- Yunia, Ika, Fauzia, 2013, "*Etika Bisnis dalam Islam*", Jakarta: Kencana.
- Yusuf, Bin Ismail An-Nabhani, 2015, "*Awas di pasar ada Setan*", terjMuhammad Al-Mighwar, Jakarta: GriyaIlmu.
- Zaitun, 2016, "*Hukum Islam Jurnal For Islamic Law*", Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588
J. Mandiri., Vol. 3, No. 1, Juni 2019 (116 - 131)
©2018 Lembaga Kajian Demokrasi
dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

ANALISIS DAN PENGUJIAN KERENTANAN SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN

Achmad Nur Sholeh

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
dosen01531@unpam.ac.id

Muhammad Subagja Sastra Wardaya

Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
muh.subagja@live.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah Melakukan pengujian kerentanan pada website tulis.uinjkt.ac.id dengan menggunakan penetration testing tools, Melakukan analisis terhadap kerentanan yang ada dalam website tulis.uinjkt.ac.id, Memberikan rekomendasi untuk memperbaiki keamanan yang ada dalam website tulis.uinjkt.ac.id berdasarkan hasil laporan pengujian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara yaitu observasi, wawancara dan literature yang berkaitan dengan perpustakaan website Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. Adapun metodologi yang digunakan dalam penelitian dan analisis pada penelitian ini ialah Zero Entry Hacking (ZEH). Setelah melakukan pengujian kerentanan atas aplikasi TULIS yang merupakan Sistem Informasi Perpustakaan pada Pusat Perpustakaan ialah Berdasarkan hasil pemindaian kerentanan, TULIS memiliki kerentanan mulai dari level sedang (XSS Reflected, Security, Apache Jserv protocol service, Login page password guessing attack dan HTML form without CSRF protection) sampai dengan berat (Sensitive Data Exposure bagian web server robots.txt information disclosure), Setelah dilakukan eksploitasi kerentanan yang mengacu pada hasil pemindaian sebelumnya, ada kerentanan level berat yang tidak benar-benar ada atau salah pendeteksian (false positive) yaitu buffer overflow dan SQL injection.

Kata Kunci : Kerentanan, Sistem dan Informasi

Abstract

The purpose of this study is to conduct vulnerability testing on the write.uinjkt.ac.id website using penetration testing tools, analyze the vulnerabilities found on the website write.uinjkt.ac.id, provide recommendations to improve security on the written website. uinjkt.ac.id based on the results of the test report. The method of data collection is done by means of observation, interviews and literature related to the library website of Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. The methodology used in research and analysis in this study is Zero Entry Hacking (ZEH). After testing the vulnerability of the TULIS application which is the Library Information System at the Library Center, based on the results of vulnerability scanning, TULIS has a vulnerability starting from the medium level (XSS Reflected, Security, Apache Jserv protocol service, Login page password guessing attacks and HTML form without CSRF protection) up to weight (robots.txt information disclosure Sensitive Data

Exposure section, After exploiting vulnerabilities that refer to the results of previous scanning, there are heavy level vulnerabilities that do not really exist or false positives, namely buffer overflow and SQL injection.

Keywords : *Vulnerability, Systems and Information*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Peranan sistem informasi dalam suatu organisasi tidak diragukan lagi karena dukungannya dapat membuat sebuah organisasi memiliki keunggulan yang kompetitif, yang berarti suatu organisasi dapat bersaing menggunakan sistem informasi (Kadir, 2014). Salah satu organisasi yang banyak menerapkan sistem informasi sebagai penunjang aktivitasnya yaitu lembaga pendidikan, mulai dari jenjang Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi.

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai Perguruan Tinggi telah menerapkan sistem informasi yang mana adalah sistem informasi perpustakaan dapat membantu kegiatan perpustakaan yang dikelola oleh Pusat Perpustakaan dan perpustakaan yang tersebar di tiap fakultas. Pusat Perpustakaan yang sebagai sentral dari perpustakaan tiap fakultas telah menerapkan sistem informasi yang beragam, misalnya otomatisasi sistem untuk mempercepat transaksi peminjaman dan pengembalian, penerapan sistem keamanan koleksi buku dengan *sensormatic* sehingga perangkat tersebut akan berbunyi ketika ada pencurian, *Close Circuit Television* (CCTV) sebagai pengawasan tambahan serta katalog *online* menggunakan TULIS (*Technology of UIN Library and Information System*) yang memberikan akses OPAC (*Online Public Access Catalogue*). OPAC sendiri merupakan sistem katalog yang dapat membantu pengguna mengakses basis data karya ilmiah. Basis data yang disediakan dalam OPAC ini meliputi basis data buku, skripsi, tesis, dan disertasi, majalah, dan laporan penelitian. (Anonim, 2015, Layanan Penelusuran OPAC, <http://uinjkt.ac.id/katalog>, diakses tanggal 22 Desember 2016). Selain pemberian akses karya ilmiah, TULIS juga memberikan pelayanan dalam kegiatan perpustakaan seperti keanggotaan perpustakaan, pencatatan kunjungan,

pengkategorian buku, penginputan, transaksi peminjaman dan pengembalian dan lain-lain. Bahkan dalam penelitian salah satu mahasiswa dijelaskan bahwa keberadaan sistem sangat membantu pekerjaan atau studi mahasiswa/i serta tingkat kepuasan pengguna sistem berdasarkan persepsi pengguna saat ini berada pada tingkat yang cukup baik. (Yunita, 2016).

Dengan berbagai manfaat yang diberikan oleh TULIS, perlu maka TULIS perlu dijaga keamanannya agar terus dapat diakses dan dapat memberikan informasi yang akurat, namun keamanan seringkali menjadi prioritas kesekian dalam sebuah institusi. (Anjar, 2006) sehingga aplikasi-aplikasi berbasis web menjadi rentan untuk mengalami peretasan. Dalam wawancara dengan salah satu staf otomasi Pusat Perpustakaan, dijelaskan bahwa belum pernah dilaksanakannya pengujian keamanan pada TULIS, sehingga TULIS pernah mengalami keretakan, berikut detail dalam tabel 1.1

Tabel 1.1 Serangan yang Terjadi Pada Pusat Perpustakaan

Waktu Terjadi	Insiden	Dampak	Frekuensi	Penyelesaian
2012	Serangan virus komputer	Kinerja komputer melambat, penyebaran virus ke instansi lainnya	Frekuensi penyebarannya cukup tinggi	Menginstall anti virus
2013				
2014	Akun admin server Perpustakaan bertambah dengan sendirinya.	Belum terjadi hal yang merugikan namun sangat berisiko.	Selang beberapa bulan sekali setelah <i>maintenance</i> .	Pada penyelesaian awal hanya dilakukan penghapusan akun admin, karena terjadi berulang dilakukan penggantian sistem operasi dari Windows Server menjadi Ubuntu.
2015				
2016				

Sumber: (Soleh, 2017)

Padahal banyak hal yang dapat dilakukan oleh peretas apabila mereka berhasil meretas suatu sistem misalnya menduplikasi, memanipulasi, ataupun menghapus *file-file* penting. Seperti halnya kasus yang terjadi di Perpustakaan

Universitas Gajah Mada (UGM). Dari insiden tersebut peretas hanya meninggalkan pesan peringatan pada *administrator Web portal* tersebut untuk meningkatkan keamanannya. (Chandratuna, 2010, *Perpustakaan Online UGM Dibobol Hacker*, <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/166308-perpustakaan-online-ugm-dibobol-peretas>, diakses pada tanggal 20 Februari 2017) dan kasus peretasan lainnya terjadi di Universitas Sumatera Utara, dalam kasus peretasan, terlihat ada dua foto remaja laki-laki di halaman utama situs tersebut. Satu remaja mengenakan topi dan memegang semacam laptop sembari mengacungkan jari tengah. Satu remaja lainnya hanya tampak wajahnya mengenakan kaos merah. (Muamar, 2016, *Portal USU Diretas, Muncul Foto Tak Senonoh di Halaman Muka*, <http://medan.tribunnews.com/2016/07/30/portal-usu-diretas-muncul-foto-tak-senonoh-di-halaman-muka>, diakses 20 Februari 2017). Peristiwa-peristiwa tersebut memperkuat argumen penulis untuk mengambil topik penelitian tentang keamanan sistem informasi dengan judul penelitian "Analisis dan Pengujian Kerentanan Sistem Informasi pada Perpustakaan Pusat *Website* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta" diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi Pusat Perpustakaan, mulai dari pengujian keamanan dan mengetahui sejauh mana ketangguhan sistem, menganalisis kerentanan yang ada, serta pemberian solusi untuk menutupi kerentanan tersebut sehingga ke depannya TULIS dapat terhindar dari serangan *cyber*.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Belum pernah dilakukannya pengujian kerentanan pada *website* tulis.uinjkt.ac.id.
2. Pernah terjadi peretasan pada *website* tulis.uinjkt.ac.id.
3. Melakukan *maintenance* hanya saat terjadi kerentanan.
4. Belum adanya rencana untuk melakukan pengujian kerentanan sistem meliputi *penetration testing* terhadap aplikasi TULIS, dan

pendokumentasian laporan hasil *penetration testing*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka bisa dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana kondisi kerentanan yang ada pada *website* TULIS setelah dilakukan pemindaian kerentanan?
2. Bagaimana hasil eksploitasi pengujian kerentanan TULIS yang didapat dari hasil pemindaian kerentanan?
3. Apa saja kerentanan yang perlu diperbaiki dengan segera?

Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka batasan masalah dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada *website* tulis.uinjkt.ac.id
2. Pengujian kewanaman hanya pada *web application*.
3. Penelitian ini menggunakan dua Sistem Operasi, yaitu Linux dan Windows. Untuk Linux menggunakan distro Kali 2016.2 yang memiliki nama lain Kali Rolling dengan *penetration testing tools* adalah : NMAP v7.25, Uniscan v6.2, w3af v1.6.5.4, OWASP ZAP v2.5.0, Nessus 6.10.7 dan untuk Windows dengan sistem operasi Windows 10 Single Language menggunakan *tool* Accunetix v11.
4. Penelitian ini melakukan pengujian berdasarkan kerangka kerja *Vulnerability Assesment and Penetration Testing*.
5. Penerapan dari rekomendasi yang diberikan akan diserahkan sepenuhnya pada kewenangan instansi terkait, yaitu Pusat Perpustakaan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengujian kerentanan pada *website* tulis.uinjkt.ac.id dengan menggunakan *penetration testing tools*.

2. Melakukan analisis terhadap kerentanan yang ada dalam *website* tulis.uinjkt.ac.id
3. Memberikan rekomendasi untuk memperbaiki keamanan yang ada dalam *website* tulis.uinjkt.ac.id berdasarkan hasil laporan pengujian.

Kajian Teori

Menurut O'Brien dan Marakas (2010) Sistem didefinisikan sebagai seperangkat komponen yang saling terkait, dengan batas yang jelas, bekerja sama untuk mencapai seperangkat tujuan dengan menerima *input* dan menghasilkan *output* dalam proses transformasi yang terorganisir.

Menurut Sutabri (2012) suatu sistem memiliki beberapa karakteristik atau ciri-ciri tertentu, yaitu :

a. Komponen Sistem (*Component*)

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang sering disebut dengan subsistem yang saling berinteraksi, yang artinya saling bekerjasama membentuk satu kesatuan. Komponen-komponen sistem dapat berupa subsistem atau bagian-bagian dari sistem. Contoh dalam Pusat Perpustakaan yaitu terdapat subdivisi seperti sirkulasi, pengadaan, pencatatan pengunjung dan lainnya.

b. Batas Sistem (*Boundary*)

Batas sistem merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya. Batas sistem memungkinkan suatu sistem dipandang sebagai satu kesatuan. Batas suatu sistem menunjukkan ruang lingkup (*scope*) sistem itu sendiri. Contoh dalam Pusat Perpustakaan misalnya, Pusat Perpustakaan hanya memberikan pelayanan hanya pada seputar kepustakaan dan tidak melayani akademik.

c. Lingkungan Luar Sistem (*Environments*)

Lingkungan luar dari suatu sistem adalah apapun di luar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem. Lingkungan luar sistem dapat bersifat menguntungkan dan dapat juga bersifat merugikan bagi sistem tersebut. Contoh yang menguntungkan dan pada Pusat Perpustakaan adalah ketika

pengunjung dari luar meminjam buku, Pusat Perpustakaan dapat mendapat data seperti karangan siapa yang sering dipinjam dan menjadi referensi untuk pengadaan buku selanjutnya. Contoh yang merugikan pada Pusat Perpustakaan seperti pengunjung melakukan peminjaman buku lalu buku yang dipinjam hilang.

d. Antar Muka Sistem (*Interface*)

Antar muka yang dimaksud adalah media yang dapat menghubungkan antara subsistem dengan subsistem lainnya. Melalui penghubung ini memungkinkan sumber-sumber daya mengalir dari satu sistem ke subsistem yang lain. Contoh pada Pusat Perpustakaan yaitu TULIS menjadi antar muka sistem bagi divisi pencatatan pengunjung, sirkulasi dan Pengadaan.

e. Masukan Sistem (*Input*)

Masukan yaitu energi yang dimasukkan ke dalam sistem, dimana dapat berupa masukan perawatan dan masukan sinyal. Masukan perawatan adalah energi yang di-*input*-kan supaya sistem tersebut dapat beroperasi, sedang masukan sinyal adalah energi yang diproses untuk mendapatkan keluaran. Contoh masukan di sini bisa berupa data harian peminjaman buku pada Perpustakaan Pusat.

f. Pengolah Sistem (*Processing System*)

Hasil energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna. Keluaran ini menjadi masukan untuk subsistem lain. Contoh pengolah sistem di sini bisa berupa data transaksi peminjaman dan pengembalian harian perpustakaan diolah menjadi laporan yang dibutuhkan manajemen.

g. Keluaran Sistem (*Output*)

Keluaran yaitu hasil dari energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan. Contoh keluaran sistem di sini bisa berupa sebuah informasi frekuensi peminjaman buku terbanyak berguna untuk mengambil keputusan pada divisi pengadaan untuk menjadi masukan pembelian buku selanjutnya.

h. Sasaran Sistem (*Objective*)

Suatu sistem pasti mempunyai tujuan (*goal*)

atau sasaran (*objective*). Jika suatu sistem tidak memiliki sasaran maka operasi sistem tidak ada gunanya.

Menurut Mulyanto (2009) Informasi merupakan data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.

Menurut Gollman (1999) Keamanan komputer yaitu berhubungan dengan pencegahan diri/proteksi dan deteksi terhadap tindakan pengganggu yang tidak dikenali dalam sistem komputer.

Konsep keamanan sistem informasi menurut Cole *et al.* (2005) dijelaskan bahwa keamanan berputar di sekitar tiga kunci utama yaitu dari *Confidentiality* (Kerahasiaan), *Integrity* (Keutuhan), dan *Availability* (Ketersediaan) yang dikenal sebagai (C-I-A) yaitu :

1. Kerahasiaan (*Confidentiality*)

Istilah *Confidentiality* secara umum berartikan tentang kerahasiaan. Menurut Cole *et al.* (2005) dijelaskan bahwa *Confidentiality* berkaitan dengan pencegahan agar hanya yang memiliki otorisasi yang dapat mengakses informasi. Misalnya suatu halaman *web*, hanya dapat diakses oleh *member*, namun bisa diakses meskipun dia bukan *member*. Jadi *Confidentiality* memastikan suatu informasi tidak bocor karena hanya dapat diakses oleh pemilik hak otorisasi.

2. Keutuhan (*Integrity*)

Istilah *Integrity* secara umum dapat diartikan sebagai keutuhan. Menurut Cole *et al.* (2005) dijelaskan bahwa *Integrity* memiliki 3 sasaran yaitu :

1. Pencegahan terjadinya modifikasi informasi oleh yang bukan pemilik otorisasi.
2. Pencegahan agar yang bukan pemilik otorisasi atau ketidak sengaja modifikasi oleh pemilik otorisasi.
3. Pemeliharaan ketetapan internal dan eksternal.

3. Ketersediaan (*Availability*)

Istilah *Availability* dapat diartikan seba-

gai ketersediaan. Menurut Cole *et al.* (2005) *Availability* meyakinkan otorisasi pengguna sistemnya dapat tepat waktu dan akses tidak terinterupsi menuju informasi dari sistem dalam suatu jaringan. Misalkan ketika kita ingin mengakses suatu *web*, *web* tersebut menjadi tidak bisa diakses karena adanya interupsi. Jadi yang dimaksud *Availability* di sini merupakan suatu kondisi di mana informasi dapat tersedia, tepat waktu dan tidak adanya interupsi dari pihak lain dalam suatu jaringan.

Menurut Yunita (2016) Perpustakaan adalah tempat penyimpanan dan pengelolaan bahan pustaka baik yang tertulis maupun yang terekam yang disusun berdasarkan aturan tertentu secara sistematis sehingga mudah ditemukan oleh pembacanya.

TULIS atau yang biasa disebut dengan *Technology UIN Library Information System* merupakan sebuah aplikasi berbasis *web* yang digunakan oleh Pusat Perpustakaan untuk memberikan akses OPAC (*Online Public Access Catalogue*) yang dapat diakses melalui <http://tulis.uinjkt.ac.id>.

Menurut Yunita (2016) OPAC adalah katalog yang dapat digunakan oleh penggunanya secara *online* untuk mencari informasi sebuah buku, baik di perpustakaan, toko buku, maupun unit informasi lainnya.

Secara umum, diketahui bahwa jaringan komputer bisa berarti penghubung antara satu komputer dengan komputer lainnya. Jaringan komputer merupakan model lama satu komputer yang melayani semua kebutuhan komputasi organisasi telah digantikan oleh satu komputer yang terpisah namun saling berhubungan melakukan pekerjaan itu (Tanenbaum dan Wetherall, 2011).

Komputer-komputer yang terhubung dalam jaringan dapat diklasifikasikan lagi menurut skala jangkauannya menurut Tanenbaum dan Wetherall (2011) sebagai berikut :

1. PAN (*Personal Area Networks*)
PAN (*Personal Area Networks*) membiarkan perangkat berkomunikasi melalui jangkauan seseorang.
2. LAN (*Local Area Network*)
LAN (*Local Area Network*) adalah jaringan

milik pribadi yang beroperasi di dalam dan di dekat suatu gedung seperti rumah, kantor atau pabrik.

3. MAN (*Metropolitan Area Network*)
MAN (*Metropolitan Area Network*) mencakup sebuah kota. Contoh MAN yang paling terkenal adalah jaringan televisi kabel yang tersedia di banyak kota.
4. WAN (*Wide Area Network*)
WAN (*Wide Area Network*) mencakup wilayah geografis yang luas, seringkali merupakan negara atau benua.
5. *Internetworks*
Banyak jaringan ada di dunia, seringkali dengan perangkat keras dan perangkat lunak yang berbeda. Orang yang terhubung ke satu jaringan sering ingin berkomunikasi dengan orang-orang yang terhubung dengan orang lain.

Internet

Internet merupakan sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan yang lainnya, di mana jaringan menyediakan sambungan menuju global informasi (Oetomo *et al.*, 2011). Komputer yang tersambung ke internet merupakan bagian dari jaringan. Komputer dapat tersambung dengan *Internet Service Provider* (ISP), lalu ISP tersambung dengan jaringan yang lebih besar.

Tiga peran teknis dalam dimiliki oleh internet Strauss dan Frost (2012) dalam Putri (2015) sebagai berikut :

1. Penyedia konten yang menciptakan informasi, hiburan dan sebagainya yang berada di komputer dengan akses jaringan.
2. Pengguna (juga dikenal sebagai komputer klien) yang mengakses konten dan mengirim email dan data lainnya melalui jaringan.
3. Infrastruktur teknologi untuk memindahkan, menciptakan, dan melihat atau mendengar konten (perangkat lunak dan perangkat keras).

Konsep Web

World Wide Web (WWW), lebih dikenal dengan *web* yang merupakan salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang

terhubung ke internet dengan fasilitas *hypertext* untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi dan data multimedia lainnya (Kustiyahningsih, 2011).

Web dapat dikategorikan menjadi dua yaitu “*web statis*” dan “*web dinamis*”. *Web statis* adalah *web* yang menampilkan informasi-informasi yang sifatnya statis. Disebut statis karena pengguna tidak bisa berinteraksi dengan *web* tersebut. Selain *web statis* ada juga yang disebut *web dinamis*. *Web dinamis* adalah *web* yang menampilkan informasi serta dapat berinteraksi dengan pengguna. *Web* yang dinamis memungkinkan pengguna untuk berinteraksi menggunakan form sehingga dapat mengolah informasi yang ditampilkan. *Web* dinamis bersifat interaktif, tidak kaku dan terlihat lebih indah.

Teknik Pengujian Software

Umumnya terdapat dua macam pendekatan yang digunakan dalam pengujian sistem, yaitu *black-box testing* dan *white-box testing*. Kedua pendekatan tersebut pengujian dilakukan sesuai dengan kebutuhan.

1. *Black-box testing*

Dijelaskan dalam Cole *et al.* (2005) *Black-box testing* merupakan suatu rangkaian pengujian yang dilakukan pada antarmuka *software* dan dilakukan pengujian beberapa aspek fundamental dari sebuah sistem dengan sedikit hal untuk struktur logika internal dari suatu *software*. Contohnya ketika pengujian aplikasi baru apakah sudah berjalan sesuai fungsinya. Jadi dalam *Black-box testing* merupakan pendekatan yang dilakukan untuk menguji suatu sistem secara parsial dan mengutamakan antarmuka dan fungsi dan penulis menjadikan ini sebagai pendekatan dalam pengujian sistem. Dalam penelitian ini digunakan *Black-box testing* dikarenakan peneliti tidak menguji *source* kode secara langsung tetapi peneliti memberikan *input* yang sifatnya spesial ke dalam aplikasi.

2. *White-box testing*

Dijelaskan oleh Cole *et al.* (2005) *White-box testing* merupakan suatu rangkaian pengujian yang sifatnya mendasarkan da-

ri pengujian secara ketat dari tahapan-tahapan yang mendetil. Pada pendekatan ini dilakukan pengujian jalan logika melalui *software* dan kolaborasi diantara komponen-komponen diuji oleh kasus menyediakan tes yang menguji secara spesifik kumpulan-kumpulan *conditions* dan *loops*. Contohnya ketika memiliki *software* baru dilihat secara mendetil hingga *codes*. Jadi dalam *white-box testing* dilakukan pengujian secara mendalam dan menyeluruh sehingga dapat menyajikan sistem dapat berjalan dengan sempurna.

3. *Grey-box testing*

Dijelaskan oleh *Grey-box testing* merupakan pengujian mempunyai sebagian pengetahuan tentang pengujian jaringan. Pengujian tidak memiliki pengetahuan lengkap mengenai arsitektur jaringan, tapi memiliki pengetahuan tentang informasi dasar dari arsitektur jaringan dan konfigurasi sistem. *Grey-box testing* juga merupakan kombinasi dari *white-box testing* dan *black-box testing* (Goel dan Mehtre, 2005).

4. *Basis Path Testing*

Metode Basis Path memungkinkan pengujian mengukur kompleksitas logika dari desain procedural dan menggunakan ukuran ini sebagai panduan untuk menggambarkan dasar eksekusi alur aplikasi (Pressman, 2005).

Vulnerability Assesment

(Penilaian Celah Kerentanan)

Menurut Engebretson (2013) *Vulnerability Assesment* atau Penilaian Celah Kerentanan merupakan suatu rangkaian proses yang dilakukan untuk meninjau *services* dan *system* yang memiliki potensi celah kerentanan. Sedangkan menurut Baloch (2015) *Vulnerability Assesment* yaitu mencari tahu semua kerentanan dalam aset dan dokumentasikan sesuai dengan itu.

Pemindai Celah Kerentanan

(*Vulnerability Scanner*)

Dalam melakukan *Vulnerability Assesment* dapat dipermudah salah satunya dengan menggunakan *tools* yang tersedia untuk melakukan pengujian kerentanan. Menurut Baloch (2015)

Pemindai kerentanan memindai komputer, jaringan, atau aplikasi yang mencari potensi kelemahan yang bisa digunakan oleh penyerang untuk kompromi target.

Penetration Testing (Uji Penetrasi)

Menurut Engebretson (2013) *Penetration Testing* atau Uji Penetrasi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mengeksploitasi kelemahan sistem komputer dengan tujuan membuat sistem komputer lebih aman dengan secara legal dan berwenang. Menurut Weidman (2014) *Penetration Testing* meliputi simulasi serangan nyata untuk menilai risiko yang terkait dengan penerobosan keamanan yang sifatnya potensial.

Vulnerability Assesment (Mencari Celah Kerentanan v.s *Penetration Testing* (Uji Penetrasi)

Seringkali sebagian orang menyalah artikan istilah *vulnerability assessment* dan *penetration testing* sebagai suatu arti yang sama dalam pengujian keamanan. Jika dilihat dari definisi-definisi yang dijelaskan sebelumnya, dapat ditelaah bahwa pada *vulnerability assessment* berfokus pada pencarian celah kerentanan saja, sementara itu *penetration testing* pengujian tidak hanya menemukan kerentanan itu bisa digunakan oleh penyerang tapi juga memanfaatkan kerentanan, jika mungkin, untuk menilai apa penyerang mungkin mendapatkan setelah sukses melakukan eksploitasi.

Pengujian dan Analisis

Zero Entry Hacking (ZEH)

Metodologi yang digunakan dalam pengujian dan analisis pada penelitian ini ialah *Zero Entry Hacking (ZEH)*. ZEH merupakan salah satu metodologi yang digunakan untuk melakukan *Penetration Testing*. ZEH merupakan salah satu metodologi yang cocok digunakan untuk pemula dalam melakukan *Penetration Testing* karena menggunakan 4 tahapan sederhana saja (Engebretson, 2013).

Tahapan ZEH

Terdapat 4 tahapan dalam ZEH yang digunakan dalam pengujian sistem. Adapun em-

pat tahapannya menurut Engebretson (2013) yaitu Pengintaian Sistem (*Reconnaissance*), Pemindaian (*Scanning*), Eksploitasi Celah Keamanan (*Exploitation*), dan Pasca Eksploitasi (*Post Exploitation*). Berikut ini adalah gambar dari tahapan-tahapan ZEH

METODE

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data dan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa metode untuk mendapatkan hasil yang sesuai. Adapun metode yang digunakan sebagai berikut :

Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati langsung keamanan pada sistem informasi perpustakaan yaitu TULIS (*Technology of UIN Library and Information System*) yang merupakan aplikasi berbasis web pada Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Adapun keamanan terkait dengan ada tidaknya celah kerentanan yang berpotensi merugikan berbagai pihak khususnya Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah. Adapun secara spesifik kegiatan observasi ini dijelaskan sebagai berikut:

Bertempat pada Pusat perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat Tangerang Selatan Banten *website*: <http://tulis.uinjkt.ac.id>

Wawancara

Untuk memperjelas proses observasi, peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu staf Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta bagian TI dan Otomasi yaitu bapak Achmad Nur Soleh. Pertanyaan yang diajukan pada wawancara ini merupakan pertanyaan yang bersifat teknis khususnya membahas mengenai keamanan pada TULIS. Untuk lebih detail tentang wawancara dapat dilihat pada bagian lampiran. Wawancara dilakukan di kantor TI dan Otomasi Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah wawancara dilakukan pada tanggal 14 Maret 2017.

Melalui wawancara ini diperoleh informasi berupa opini tentang masalah yang terjadi pada

proses keamanan TULIS, diantaranya seperti belum pernah dan belum ada rencana untuk melakukan penelitian kerentanan pada *website* tulis.uinjkt.ac.id, pernah terjadi peretasan pada *website* tulis.uinjkt.ac.id serta melakukan *maintenance* hanya saat terjadi kerentanan.

Studi Literatur

Data-data dan informasi yang digunakan sebagai studi literatur yang dilakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan materi-materi yang berkaitan dengan perpustakaan dan keamanan sistem informasi pada Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Peneliti melakukan pengumpulan data dan membandingkan dengan studi literatur sejenis yang sudah ada sebagai referensi.

Penelitian dan Analisis

Zero Entry Hacking (ZEH)

Metodologi yang digunakan dalam penelitian dan analisis pada penelitian ini ialah *Zero Entry Hacking* (ZEH).

Pengintaian Sistem (*Reconnaissance*)

Tahapan ini merupakan tahapan pertama dalam penelitian. Tahapan ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai aplikasi TULIS.

Pemindaian (*Scanning*)

Dalam tahapan setelah pengintaian, dilanjutkan dengan pemindaian. Dalam tahapan ini, dibagi lagi menjadi empat tahapan

1. Menentukan apakah TULIS dapat di *ping*. Maksudnya di sini apakah target terhubung jaringan atau tidak, apakah hanya dapat diakses dari jaringan lokal saja atau bisa diakses dari luar, bagus atau tidaknya kualitas koneksi target, berapa durasi yang dibutuhkan target untuk membalas *ping*, *bytes* yang dikirimkan ada hilang atau dapat diterima dengan baik, dan apakah target dapat melakukan ping pada dirinya sendiri menggunakan *Terminal* pada Kali Linux.
2. *Port scanning* sistem menggunakan NMAP terhadap TULIS. Maksud *port scanning* dengan NMAP di sini ialah penggunaan

aplikasi NMAP untuk memonitoring dan sebagai *penetration testing tool* pada *website* TULIS.

3. Memanfaatkan NMAP *Scripting Engine* (NSE) untuk menginterogasi TULIS lebih dalam. NSE di sini untuk memeriksa *services* apa saja yang berjalan, mengetahui sistem operasi target.
4. Pemindaian TULIS menggunakan *vulnerability scanner*. Pemindaian sistem di maksudnya adalah mengecek *vulnerability* yang ada pada TULIS dengan bantuan aplikasi. Adapun *vulnerability scanner* yang digunakan adalah W3AF v.1.0, OWASP ZAP v.2.5.0, Uniscan v.6.3, Nessus v.6.10.7, Acunetix v.11

HASIL dan PEMBAHASAN

Pengintaian (*Reconnaissance*)

Dalam tahapan peningintaian ini, Penulis berusaha menggali informasi sebanyak mungkin mengenai TULIS yang tersedia dalam internet.

Dengan melalui *Who is* dapat diketahui mengenai pendaftaran *domain* <http://uinjkt.ac.id> yaitu sebagai berikut :

1. *Domain* <http://uinjkt.ac.id> dibuat pada tanggal 19 Februari 2002 dan akan habis masa berlakunya pada tanggal 01 Oktober 2017, sebagaimana jika admin lupa untuk memperpanjang maka *domain* <http://uinjkt.ac.id> dan sub *domain*nya terancam *availability*-nya atau ketersediannya.
2. *Domain* <http://uinjkt.ac.id> dikelola oleh dua admin, dalam gambar yang 4.1 dan 4.2 dijelaskan mengenai alamat rumah, alamat kantor, alamat e-mail, organisasi tempat bekerja dan sebagainya yang tentunya dapat menjadikan kedua admin tersebut sebagai target untuk penyerangan terhadap *domain* <http://uinjkt.ac.id> beserta subdomainnya.
3. Nama *Hosting* yang digunakan yaitu INDOREG dijelaskan juga negara asal, kota berada, kode pos, dan no telpon kantor INDOREG yang tentunya apabila ingin menyerang melalui serangan fisik terhadap *server* yang digunakan oleh <http://uinjkt.ac.id> penyerang bisa melakukannya berdasarkan

informasi yang ada pada

4. Jumlah *server* yang digunakan untuk *domain* <http://uinjkt.ac.id> yakni sebanyak 3 *server* sehingga jika ingin melakukan serangan perlu melakukan penyerang terhadap 3 *server* tersebut.

Guess Stritch

Dari *Guess Stritch* dapat diketahui bahwa aplikasi TULIS menggunakan *webservice* Apache 2.4.7 sebanyak 50%, *Framework* yang digunakan dalam pembuatan TULIS mungkin menggunakan Java, dan bahasa pemrograman yang digunakan yaitu Java sebanyak 70% dari informasi tersebut dapat Penulis gunakan selanjutnya untuk *dorking* kerentanan Java di mesin pencarian Google.

Pemindaian (*Scanning*)

Dalam melakukan pemindaian, Penulis membagi tahapan pemindaian ke dalam beberapa aktivitas. Adapun aktivitas-aktivitas tersebut antara lain :

Ping TULIS

Dalam melakukan pemindaian, perlu dilakukan pengujian apakah TULIS dapat diakses atau tidak, Penulis melakukan ping dengan mengetik perintah *ping* tulisan.uinjkt.ac.id melalui *terminal* yang ada dalam kali linux

Port scanning TULIS

Dalam melakukan *Port Scanning*, penulis menggunakan ZENMAP v7.25 pemindaian, menggunakan objek <http://tulisan.uinjkt.ac.id>, dengan perintah-perintah sebagai berikut :

1. -sS dengan fungsi TCP Syn Scan
2. -sU dengan fungsi UDP Scan
3. -T4 dengan fungsi Speed up NMAP
4. -A dengan fungsi Operating System dan Version Detection
5. -v dengan fungsi Verbosity

Pemindaian tingkat lanjut dengan NMAP *Scripting Engine* (NSE)

Berdasarkan pemindaian tingkat lanjut, didapatkan informasi-informasi yang telah diringkas sebagai berikut :

1. IP Address Server

Adapun alamat IP yang digunakan oleh server TULIS yaitu 172.27.15.147.

2. Sistem Operasi yang digunakan
Adapun sistem operasi yang digunakan yaitu Linux dengan distro Ubuntu.
3. Services yang berjalan
 - 22/tcp open ssh OpenSSH 6.6.1p1 Ubuntu
 - 2ubuntu2.3 (Ubuntu Linux; protocol 2.0)
 - | ssh-hostkey:| 1024 93:2c:4e:c4:17:32:93:d9:54:06:7b:8a:61:a1:4a:c0 (DSA)
 - | 2048 41:7a:5e:b2:32:09:96:f4:87:ee:4f:00:e1:cf:e4:84 (RSA)
 - | _256 6a:b4:cf:d2:ef:73:d8:cc:48:9b:dc:89:19:25:c7:0c (ECDSA)
 - 80/tcp open http Apache httpd 2.4.7 ((Ubuntu))
 - | _http-favicon: Unknown favicon MD5: 3A7BEB367DCD6544664E799A-B1A0FE97
 - | http-methods:
 - | _ Supported Methods: GET HEAD POST OPTIONS
 - | http-robots.txt: 3 disallowed entries
 - | _/ /bo /uibo
 - | _http-server-header: Apache/2.4.7 (Ubuntu)
 - | _http-title: OPAC - Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
 - 2000/tcp open tcpwrapped
 - 5060/tcp open tcpwrapped
 - 8000/tcp open http Apache httpd 2.4.7 ((Ubuntu))
 - | _http-favicon: Unknown favicon MD5: D037EF2F629A22DDADCF438E-6BE7A325
 - | http-methods:
 - | _ Supported Methods: GET HEAD POST OPTIONS
 - | http-open-proxy: Potentially OPEN proxy.
 - | _Methods supported:CONNECTION
 - | _http-server-header: Apache/2.4.7 (Ubuntu)
 - | _http-title: phpMyAdmin
 - 8009/tcp open ajp13 Apache Jserv (Protocol v1.3)
 - | _ajp-methods: Failed to get a valid re-

sponse for the OPTION request

8080/tcp open http Apache Tomcat/ Coyote JSP engine 1.1

- | _http-favicon: Unknown favicon MD5: E3D3E9360C-F65A1167B20B3936BC0616
- | http-methods:
 - | _ Supported Methods: GET HEAD POST OPTIONS
 - | http-robots.txt: 3 disallowed entries
 - | _/ /bo /uibo
 - | _http-server-header: Apache-Coyote/1.1
 - | _http-title: OPAC - Pusat Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- 5353/udp open mdns DNS-based service discovery
- dns-service-discovery:
 - | 9/tcp workstation
 - | _ Address = 172.27.15.147 fe80:0:0:0:9a90:96ff:fed0:b838

Pemindaian TULIS

Menggunakan *Vulnerability Scanner*

Dalam tahapan ini, dilakukan kegiatan pemindaian celah keamanan (*vulnerability scanning*) menggunakan pemindai celah keamanan (*vulnerability scanner*) yang melakukan pemindaian aplikasi secara otomatis mencari celah keamanan yang mungkin bisa dimanfaatkan untuk kepentingan yang tidak baik.

Dalam kesempatan ini, dilakukan pemindaian celah keamanan tidak langsung kepada TULIS yang memiliki alamat <http://tulis.uinjkt.ac.id> melainkan menggunakan server cadangan

Eksplorasi Celah Kerentanan (*Exploitation*)

[1] Eksplorasi *Social Engineering*

Pada aktivitas ini, akan dilakukan bersamaan dengan pengujian kerentanan A8 – CSRF bagian *HTML without CSRF Protection*.

[2] Eksplorasi Berbasis *Web*

Setelah mendapatkan celah kerentanan yang ada pada TULIS melalui *vulnerability scanner*, dalam tahapan selanjutnya ialah mengeksploitasi kerentanan yang ada, untuk menguji apakah kerentanan tersebut benar-benar ada atau hanyalah *false alarm*. Adapun

kerentanan-kerentanan yang diuji sebagai berikut :

1. A1 – Injection

a. SQL Injection

SQL Injection memungkinkan kendali atas database oleh penyerang. Adapun keterangan mengenai eksploitasinya sebagai berikut :

a. Tools

- a. Google Chrome Version 59.0.3071.115

b. Hasil

Adapun hasil setelah diberikan perintah dalam seperti yang diberikan OWASP ZAP

c. Cookie Injection

Adapun keterangan mengenai eksploitasinya sebagai berikut :

a. Tools

Adapun Tools yang digunakan untuk mengujinya adalah sebagai berikut:

1. Google Chrome Version 59.0.3071.115 sebagai korban.
2. Akses ke dalam TULIS.
3. Firefox ESR versi 45.3.0 sebagai penyerang.
4. Cookie Manager +v14.3 terinstall dalam Firefox.

b. Eksploitasi

1. Penulis menggunakan Chrome sebagai korban dan melakukan *log in* ke dalam sistem TULIS sebagai mahasiswa. Akses didapat melalui aktivasi member dalam Pusat Perpustakaan dan menampilkan *cookie* yang ada.
2. Penulis menggunakan Firefox sebagai penyerang memiliki *cookie* yang berbeda sehingga belum bisa masuk ke dalam sistem.
3. Penulis mencocokkan *cookie value* yang ada dalam korban dengan *cookie value* penyerang.
4. Penulis melakukan *refresh*

browser penyerang setelah melakukan edit *value* dan berhasil masuk dalam sistem tanpa melakukan *log in*.

5. Penulis melakukan *session hijack* dengan melakukan *log out* pada akun penyerang dan yang akun korban ikut *log out* dari sistem.

d. Generic Script Injection

Kerentanan ini mengakibatkan skrip dapat dieksekusi. Untuk kerentanan ini.

1. Tools

- a. Google Chrome 59.0.3071.115
- b. Firefox ESR 45.3.0

2. Eksploitasi

Ketika Penulis mengeksekusi skrip `<script>alert("a")</script>` ke dua *browser* hasil yang didapatkan ialah

a. Chrome

Menggunakan Chrome tidak berhasil

b. Firefox

Skrip alert berjalan

2. A3 – XSS Reflected

XSS menyebabkan perintah yang berasal dari sumber tidak terpercaya dapat tereksekusi. Adapun keterangan mengenai eksploitasinya sebagai berikut :

a. Tools

- i. Firefox ESR 45.3.0
- b. Eksploitasi

Penulis menggunakan `<marquee>test</marquee>` kedalam kolom pencarian

1. A5 – Security Misconfiguration

a. Buffer Overflow

Kerentanan ini merupakan ketidakmampuan *server* dalam menangani perintah yang banyak sehingga penyerang dapat melakukan *overwrite* data. Adapun mengenai Tools, eksploitasi dan rekomendasi sebagai berikut:

1. Tools

- a. Google Chrome Version 59.0.3071.115

2. Eksploitasi

Menurut pemindai kerentanan OWASP ZAP, dengan memberikan masukan

- yang banyak dapat mengakibatkan *Buffer Overflow*, namun Penulis tidak berhasil karena hanya mendapatkan *error* dan masukan yang diberikan ter-filter dengan baik.
- b. *Web Browser XSS Protection Not Enabled*
Kerentanan ini menyebabkan skrip bisa dieksekusi melalui *browser* karena anti XSS tidak digunakan. Adapun eksploitasinya telah dilakukan bersamaan dengan A3 – XSS bagian *XSS Reflected*.
 - c. *Apache JServ protocol service*
Kerentanan ini mengakibatkan halaman konfigurasi Tomcat dapat diakses oleh siapa saja. Adapun mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi sebagai berikut:
 1. *Tools*
 - a. Google Chrome Version 59.0.3071.115
 2. Eksploitasi
Dengan terbukanya port 8009 dalam *reconnaissance* memungkinkan akses AJP melalui <http://tulis.uinjkt.ac.id/> manager
 - d. *Cookie(s) without HttpOnly flag set*
Kerentanan ini merupakan kondisi di mana penyerang dapat mengambil *cookie* melalui CSRF ataupun penyadapan yang kemudian bisa dimanfaatkan untuk *Cookie Injection* karena tidak ada nya *HttpOnly* pada *header*. Untuk keterangan mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi akan dibahas pada A8 – CSRF.
 - e. *Login page password-guessing attack*
Kerentanan ini menyebabkan penyerang dapat mencoba kombinasi *username* dan *password* berkali-kali tanpa pencegahan atau biasa dikenal dengan *brute force attack*.
 1. *Tools*
 - a. Google Chrome Version 59.0.3071.115
 2. Eksploitasi
 - a. Penulis mencoba memasukan *username* dan *password* dengan admin : admin melalui halaman admin yang didapatkan saat *reconnaissance* dengan robots.txt.
 - b. Penulis tidak berhasil masuk dan kembali diarahkan menuju halaman admin tanpa ada pencegahan.
 - c. Ketika diisi kembali dengan acak berkali-kali dengan berbagai kombinasi, TULIS tidak melakukan pencegahan sehingga rawan untuk diserang menggunakan metode *brute force attack*.
 - f. *Broken links*
Tidak dilakukan pengujian untuk kerentanan ini, karena menurut Acunetix sebagai *vulnerability scanner*, kerentanan ini tidak memiliki resiko.
 - g. *Allowed Method*
Kerentanan ini akan menjadi riskan apabila memiliki *methods* diluar RFC 216 seperti HEAD, GET, POST, PUT, DELETE, TRACE, OPTIONS dan CONNECT. (OWASP, 2015, Test HTTP Methods (OTG-CONFIG-006), [https://www.owasp.org/index.php/Test_HTTP_Methods_\(OTG-CONFIG-006\)](https://www.owasp.org/index.php/Test_HTTP_Methods_(OTG-CONFIG-006)), diakses pada tanggal 1 Agustus 2017). Dalam tahapan *reconnaissance* bagian NMAP, TULIS didapati hanya menggunakan *GET HEAD POST OPTIONS* sehingga dinyatakan tidak memiliki resiko atas kerentanan.
 - h. DAV
Kerentanan DAV memungkinkan penyerang untuk melakukan *deface* dengan menaruh *file* langsung ke dalam direktori. Adapun mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi sebagai berikut :
 1. *Tool*
 - a. Davtest
 - 2) Eksploitasi :
Dengan menginput `davtest -url http://tulis.uinjkt.ac.id -sendbd auto` ternyata tidak berhasil.
 - i. *Web Application Cookies Not Marked Secure*
Kerentanan ini merupakan kondisi di mana penyerang dapat mengambil *cookie* melalui CSRF ataupun penyadapan yang kemudian bisa dimanfaatkan untuk *Cookie Injection* karena *secure* belum diimplementasikan pada *header*. Untuk keterangan mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi akan di-

- bahas pada A8 – CSRF.
3. **A6 – Sensitive Data Exposure**
- a. Apache Tomcat Examples Directory Vulnerability
 Kerentanan ini menyebabkan penyerang dapat mengakses *folder/examples* yang di mana *folder* tersebut berisikan *file* Tomcat secara *default*.
 1. Tools
 - a. Google Chrome Version 59.0.3071.115
 2. Eksploitasi
 - a. Membuka halaman <http://tulis.uinjkt.ac.id/examples>
 - b. *Application Error Message*
 Untuk kerentanan ini mengakibatkan tereksposnya informasi yang tidak seharusnya terlihat. Penulis telah membahasnya bersamaan dengan A1 – *Injection* bagian *SQL Injection*.
 - c. *Snoop Servlet information disclosure*
 Kerentanan ini ada ketika menggunakan IBM *Websphere* di bawah versi 7.0.0.23, namun untuk mengakses halaman IBM *Websphere* sendiri tidak berhasil dengan <http://tulis.uinjkt.ac.id:9060/ibm/console> sehingga tidak diuji lebih lanjut. Jika Acunetix menginformasikan IBM *Websphere* versi tersebut rentan maka perlu diperbarui.
 - d. *Password type input with auto-complete enabled*
 Kerentanan ini menyebabkan *username* dan *password* menjadi tersimpan dalam *browser* klien sehingga sangat rentan apabila komputer tertinggal atau disalahgunakan orang yang tidak bertanggung jawab. Adapun eksploitasinya :
 - [1] Tools
 - a. Web browser seperti Google Chrome Version 59.0.3071.115
 - [2] Eksploitasi
 - Penulis hanya memberikan masukan *username* dan *password* lalu *web browser* langsung menawarkan penyimpanan *username password*.
 - e. *Possible username or password disclosure*
 Untuk kerentanan ini, tidak ditemukan informasi berharga mengenai *username* maupun *password* melalui *browsing*.
 - f. *Web Application Sitemap*
 Kerentanan ini berpotensi bocornya seluruh direktori yang ada pada TULIS. Dengan mengakses <http://tulis.uinjkt.ac.id/sitemaps.xml> pada umumnya akan mengeluarkan *sitemaps*, namun TULIS tidak memilikinya.
 - g. *Web Server Transmits Cleartext Credentials*
 Kerentanan ini mengakibatkan tereksposnya *username* dan *password* saat *sniffing*. Adapun pengujianya sebagai berikut :
 - 1) Tool
 - a. Cain and Abel v4.956
 - 2) Eksploitasi
 Server TULIS telah dilengkapi dengan Anti ARP sehingga baik *username* dan *password* tidak terekspos saat *sniffing*, sehingga Penulis mendapatkan *username* dan *password repository* namun TULIS tidak.
 - h. *Web Server Uses Basic Authentication Without HTTPS*
 Untuk kerentanan ini tidak dilakukan pengujian karena TULIS belum menggunakan HTTPS.
 - i. *Web Server robots.txt Information Disclosure*
 Kerentanan ini telah diuji dalam tahapan *Reconnaissance* dengan mengakses <http://tulis.uinjkt.ac.id/robots.txt>. Adapun rekomendasi untuk menutup kerentanan ini

- ialah dengan menghapus *file robots.txt* dan menggantinya dengan konfigurasi pada *htaccess*.
- j. *Nessus TCP scanner*
Kerentanan ini tidak diuji karena *TCP Scan* telah dilakukan pada tahapan *reconnaissance* bagian NMAP.
 - k. *Web Mirroring*
Web Mirroring memungkinkan terjadinya perubahan terhadap salah satu *web* yang mengakibatkan perubahan pada seluruh *web* yang ada. Saat *reconnaissance*, NMAP mendapatkan hasil mirror <http://tulis.uinjkt.ac.id> dengan <http://172.27.15.147:8080> yang memang diperlukan oleh Pusat Perpustakaan untuk mengurangi *traffic*.
 - l. *Web Server Directory Enumeration*
Kerentanan mengakibatkan direktori menjadi bocor.
 1. *Tool*
 - a. URL Fuzzer
 2. Eksploitasi
 - m. *Web Server Office File*
Kerentanan ini tidak diuji karena TULIS memang menyimpan *file* PDF dalam *repository* sebagai *file digital*.
 - n. *CGI Generic Tests Timeout*
Kerentanan ini tidak diuji karena menurut Nessus, karena kerentanan ini berupa *time out* saat Nessus melakukan pemindaian. Nessus pun memberikan pernyataan dalam laporan pemindaian bahwa kerentanan ini tidak memiliki resiko.
 - o. *Protected Web Page Detection*
Kerentanan ini tidak diuji karena, TULIS memiliki halaman untuk manajemen aplikasi yang menjadi halaman admin yang memerlukan autentikasi yang ditemukan saat *reconnaissance* dengan *robots.txt*.
 - p. *External URL(s)*
Dalam halaman utama TULIS, TULIS meletakkan gambar Lontar di bagian bawah halaman dengan referensi ke halaman <http://dl2.cs.ui.ac.id/> yang merupakan *developer* TULIS.
 - q. *Web Server Harvested Email Addresses*
Kerentanan ini tidak diuji karena baik dosen maupun staff UIN Jakarta memiliki domain email yang sama yaitu @uinjkt.ac.id sehingga jika ditemukan belum tentu berhasil.
 - r. *Private IP Disclosure*
Kerentanan ini mengakibatkan IP yang dimiliki server terkepos sehingga memudahkan penyerang untuk menyerang. Namun kerentanan yang didapatkan ini merupakan suatu *false positive*, karena saat pengujian sistem, menggunakan IP <http://172.27.15.156> yang merupakan IP untuk melakukan scan.
4. **A7 – Missing Function Level Access Control**
 - a. *Clickjacking: X-Frame-Options header missing*
Kerentanan ini dapat membuat TULIS bisa ditampilkan dalam frame sehingga dapat mengecoh pengguna. Adapun eksploitasi mengenai kerentanan ini :
 1. *Tools*
 - a. Google Chrome Version 59.0.3071.115
 - b. Perintah `<frame></frame>`
 - b. Eksploitasi
Jika dieksekusi dengan perintah *frame*, maka TULIS dapat ditampilkan dalam web lain padahal web tersebut mungkin telah dimodifikasi sehingga rawan terjadi hal merugikan yang dapat mengecoh pengguna awam.
 - b. *Missing or Permissive Content-Security-Policy HTTP Response Header*

Kerentanan ini mengakibatkan TULIS tidak terproteksi dari serangan XSS karena *Content-type-header* tidak diatur dengan benar. Adapun exploitnya sebagai berikut :

1. *Tools*
Telah dibahas dalam pengujian XSS.
2. Eksploitasi
Telah dibahas dalam pengujian XSS.

5. A8 – Cross Site Request Forgery

- a. *HTML form without CSRF protection*
CSRF mengakibatkan penyerang mendapatkan akses melalui ketidak pahaman ataupun kecerobohan *user* yang telah terautentikasi dengan mengklik sesuatu seperti gambar ataupun *link* sehingga penyerang mendapatkan akses.

1. *Tools*
Adapun *Tools* yang digunakan untuk mengujinya adalah sebagai berikut :

- a. Firefox ESR versi 45.3.0 (browser tanpa xss filter).
- b. Akun *hosting* yang mendukung bahasa pemrograman php.
- c. Skrip PHP untuk mencuri *cookie*.
- d. Wadah berupa *file txt* untuk menyimpan *cookie* yang tercuri.

2. Eksploitasi
 - a. Penulis masuk ke dalam sistem sebagai mahasiswa. Penulis membuat *review* buku dan menyelipkan skrip file *source cookiestealer.php* supaya jalan saat diklik dan meletakkan *cookie.log.txt* pada *hosting*.
 2. Penulis melakukan interaksi dengan staf untuk mengecek *review* yang telah Penulis buat.
 3. Informasi pun tersimpan, namun *cookie* kosong, sehingga Penulis menyimpulkan bahwa TULIS telah menetapkan HTTP Only dan HTTP Secure karena *cookie* nya.

6. A9 – Using Components With Known Vulnerabilities

- a. *Vulnerable Javascript library*
Tidak dilakukan pengujian karena tidak diberitahukan mendetail dari Acunetix.
- b. HTTP Server Type and Version
Kerentanan ini ditemukan bersamaan dengan tahapan *reconnaissance* yang dimana mendapatkan informasi mengenai versi apache yang digunakan, yaitu 2.4.7. Adapun keterangan mengenai exploitnya sebagai berikut :

1. *Tools*
 - a. NMAP v7.25
2. Eksploitasi
Kerentanan ini ditemukan saat tahapan *reconnaissance* dengan NMAP.

- c. *HyperText Transfer Protocol (HTTP) Information*
Kerentanan ini ditemukan di tahapan *reconnaissance* pada bagian NMAP. Untuk keterangan mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi kerentanan ini telah dipaparkan di A9 – *Using Components With Known Vulnerabilities* HTTP Server Type and Version.

7. A10 – Unvalidated Redirect and Forwards

- a. Global Redirect
Kerentanan ini diuji bersamaan dengan A8 – CSRF dan dapat diketahui bahwa TULIS tidak memiliki halaman konfirmasi ketika ke halaman luar. Untuk keterangan mengenai *Tools*, eksploitasi dan rekomendasi kerentanan ini telah dipaparkan di A8–CSRF.

Setelah Eksploitasi dan Mempertahankan Akses (Post Exploitation dan Maintaining Access)

Mempertahankan Akses

- a. Penulis telah menanamkan *backdoor* yang berupa *skrip* dalam *review* buku yang berfungsi untuk mencuri *cookie*, namun TULIS telah menerapkan HTTPOnly yang mengakibatkan Penulis tidak dapat melakukan serangan *Cookie Injection*.
- b. Penulis juga menanamkan *payload* berupa *javascript* yang memungkinkan penulis dapat

merekam jejak aktivitas *keyboard* atau biasa disebut *keylogger*. *Skrip* kemudian diinjeksikan kedalam TULIS ke dalam kolom *review* buku dan berjalan dengan baik.

SIMPULAN

Kesimpulan

Setelah melakukan pengujian kerentanan atas aplikasi TULIS yang merupakan Sistem Informasi Perpustakaan pada Pusat Perpustakaan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pemindaian kerentanan, TULIS memiliki kerentanan mulai dari level sedang (*XSS Reflected, Security, Apache Jserv protocol service, Login page password guessing attack, dan HTML form without CSRF protection*) sampai dengan berat (*Sensitive Data Exposure bagian web server robots.txt information disclosure*).
2. Setelah dilakukan eksploitasi kerentanan yang mengacu pada hasil pemindaian sebelumnya, ada kerentanan level berat yang tidak benar-benar ada atau salah pendeteksian (*false positive*) yaitu *buffer overflow* dan *SQL injection*.

Saran

Adapun saran yang penulis dapat berikan kepada tim pengembang aplikasi TULIS :

1. Memperbaiki celah kerentanan yang telah ditemukan berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dijelaskan sebelumnya.
2. Melakukan pengujian sistem sebelum diserahkan ke *customer* sehingga aplikasi yang diserahkan bebas dari kerentanan.

Sedangkan saran yang dapat diberikan untuk Pusat Perpustakaan :

1. Membuat *Standard Operating Procedure* (SOP) sebagai pencegahan jika terjadi serangan *cyber*.
2. Memperkuat pertahanan terutama dari sisi jaringan komputer.

DAFTAR PUSTAKA

Baloch, Rafay. (2015). *Ethical Hacking and Penetration Testing Guide*.

Boca Raton: *Taylor and Francis Group*. Cole, Eric et al. (2005). *Network Security Bible*. Indiana :Wiley Publishing.

Dharma Oetomo, Budi Sutedjo et. al. (2007). *Pengantar. Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Engelbreton, Patrick. (2013). *The Basic of Hacking and Penetration Testing*. Waltham: Elsevier Hadnagy,

Christopher. (2011). *Social Engineering: The Art of Human Hacking*. Indiana:JohnWiley & Sons.

Jogiyanto. (2008). *Dalam Metodologi Penelitian Sistem Informasi: Pedoman dan Contoh Melakukan Penelitian di bidang Sistem Informasi Teknologi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta.

Kozierok, M. Charles. (2005). *TCP/IP Guide*. San Fransisco: No Starch Press,Inc.

Mulyanto, Agus. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Nazir, Moh. (2009). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

O'Brien dan Marakas, 2010. *Management System Information*. McGraw Hill,

New York Pressman, R. S. (2010). *Software Engineering A Practitioner's Approach 7th*. New York : McGraw-Hill. Stallings,

William. (2007). *Komunikasi & Jaringan Nirkabel, Jilid 1, Edisi kedua*. Jakarta: Erlangga

Simarmata, Janner. (2006). *Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi*. Yogyakarta : Andi Offset.

Sofana, Iwan. (2008). *Membangun Jaringan Komputer. Bandung :Informatika*. Sutabri, Tata. (2012). *Analisis Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta

Sutarman. (2009). *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Bumi Aksara Tanenbaum, AS &

Wetherall, DJ. (2011) *Computer Networks, 5th Edition*, Prentice Hall.

Warsita, Bambang. (2008) *Teknologi Pembelajaran: Landasan & Aplikasinya*, Jakarta:

Rineka. Weidman, Georgia. (2014). *Penetration Testing: A Hands-on Introduction to Hacking*. San Fransisco: No Starch Press, Inc.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP MODEL BISNIS PLATFORM OJEK ONLINE

Nefo Indra Nizar

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
nefoindra@gmail.com

Abstrak

Model bisnis platform saat ini sedang menjadi perhatian, karena dengan cepat menjadi alat baru di dalam strategi bisnis sebagai tempat untuk membentuk ekosistem, sehingga lebih mudah untuk memenuhi dari dua sisi, yaitu permintaan dan pasokan. Di Indonesia model bisnis platform berbasis transportasi online sudah berjalan, bahkan salah satu perusahaan ojek online sudah memiliki aset di atas 1 miliar dolar dan dijuluki perusahaan unicorn. Dari sisi permintaan ojek online dituntut dapat memberikan alternatif solusi terhadap sistem transportasi yang ada, yang pada gilirannya adalah memberikan tingkat kepuasan kepada pelanggan ojek online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Diidentifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yaitu: keamanan dan kenyamanan (X_1); pelayanan (X_2); ketepatan waktu (X_3); kemudahan pemesanan (X_4) dan kesesuaian harga (X_5). Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi berganda untuk mengetahui faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan uji statistik, secara parsial (uji t) di dapat hasil bahwa faktor kesesuaian harga (X_5) berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y). Sementara secara bersama-sama (uji F), faktor keamanan dan kenyamanan, pelayanan, ketepatan waktu, kemudahan pemesanan, dan kesesuaian harga berpengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan model bisnis platform ojek online.

Kata Kunci : *Tingkat Kepuasan, Model Bisnis, Platform, Ojek Online*

Abstract

The platform business model is currently becoming a concern, because it is quickly becoming a new tool in business strategy as a place to form ecosystems, making it easier to meet both sides, namely demand and supply. In Indonesia the online transportation-based platform business model is already underway, even one of the online motorcycle taxi companies already has assets in excess of 1 billion dollars and is known as a Unicorn company. In terms of demand for ojek online, it is required to provide alternative solutions to existing transportation systems, which in turn will provide satisfaction to online motorcycle taxi customers. The purpose of this study is to find out what factors influence the level of customer satisfaction. There were identified five factors that influence the level of customer satisfaction, namely: security and convenience (X_1); service (X_2); timeliness (X_3); ease of ordering (X_4) and price suitability (X_5). The research method uses quantitative methods with multiple regression analysis approach to find out these factors to customer satisfaction (Y). Based on

statistical tests, partially (*t test*) can be obtained that the price suitability factor (X_3) has a significant effect on the level of customer satisfaction (Y). While together (*F test*), safety factors and comfort, service, timeliness, ease of ordering, and price suitability have a significant effect on the level of satisfaction of the online motorcycle taxi platform business model.

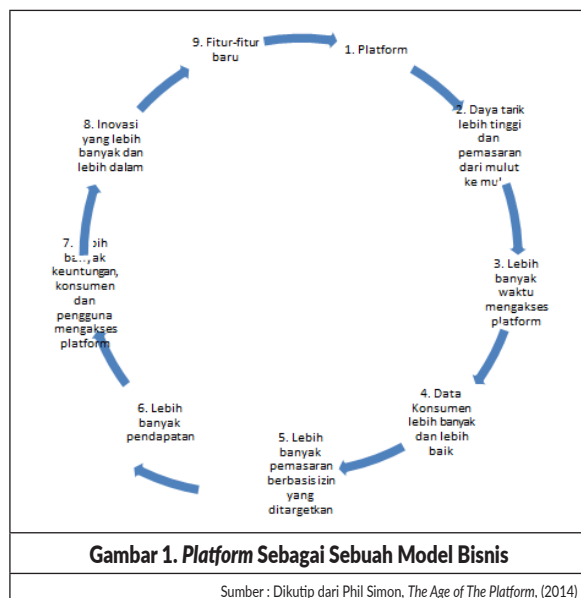
Keywords : Satisfaction Level, Business Model, Platform, Online Motorcycle Taxi

PENDAHULUAN

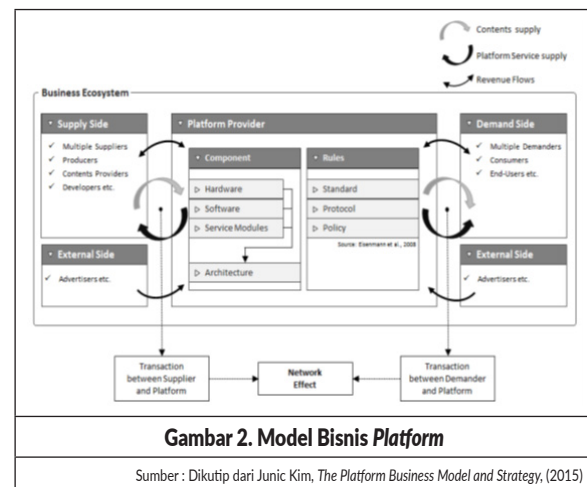
Latar Belakang

Simon (2014), mendefinisikan *platform* sebagai sebuah ekosistem yang sangat berharga dan berpengaruh yang dapat dengan cepat dan mudah mengukur, mengubah, dan menggabungkan fitur-fitur baru, pengguna, konsumen, vendor dan rekanan. Saat ini *platform* terkuat ditanamkan dalam teknologi yang sama kuatnya, serta penggunaannya yang cerdas. Dengan kata lain *platform-platform* ini tidak didasarkan pada aset fisik, lahan, dan sumber daya alam.

Profesor Andrei Hagiu (2016) memberikan pengertian Model Bisnis *Platform*, atau sering juga disebut dengan istilah *platform* multi-sisi (*multi sided platform*) adalah teknologi, produk atau layanan yang menciptakan nilai terutama dengan memungkinkan interaksi langsung antara dua atau lebih kelompok pelanggan atau peserta. Selanjutnya Simon (2014), menjabarkan bagaimana *platform* sebagai sebuah model bisnis, yaitu *platform* yang dapat menghasilkan pendapatan dan keuntungan yang digambarkan secara visual pada gambar 1 di bawah.



Kim (2015) di dalam penelitiannya menyebutkan teori-teori akademik menyangkut strategi *platform* yang meliputi: pasar dua sisi, efek jaringan, dan ekosistem bisnis. Singkatnya, model bisnis *platform* cenderung melibatkan transaksi yang terjadi dalam pasar dua sisi yang meliputi adanya komponen, aturan, dan dua sisi. Efek jaringan muncul dari transaksi ini karena transaksi di pasar dua sisi menciptakan nilai dengan memfasilitasi interaksi antara pihak yang berbeda. Terlebih lagi, efek jaringan ini menciptakan ekosistem bisnis, dan inovasi muncul dari ekosistem bisnis. Oleh karena itu, definisi model bisnis selaras dengan terjadinya transaksi, efek jaringan, ekosistem bisnis, dan inovasi secara berurutan (lihat Gambar 2).



Platform dan model bisnis *platform* saat ini sedang dalam sorotan karena mereka dengan cepat menjadi alat baru strategi bisnis sebagai tempat untuk membentuk ekosistem, sehingga lebih mudah untuk memenuhi permintaan dan pasokan. Ini muncul sebagai elemen penting dari daya saing ekosistem perusahaan. *Platform* adalah kumpulan solusi oleh saluran akses atau antarmuka yang terkait dengan masalah entitas yang dimiliki ekosistem. Sebuah *platform* di-

pahami sebagai sesuatu yang memungkinkan peserta lain dalam suatu ekosistem untuk membangun barang, layanan, atau teknologi yang saling melengkapi berdasarkan pada fondasi terintegrasi barang, layanan, dan teknologi (Kim, 2015).

Di Indonesia, bentuk perusahaan dengan model bisnis *platform* berbasis transportasi yang pertama dan dikenal adalah Gojek *Online*, kemudian disusul dengan kemunculan Grab dan Uber. Munculnya Gojek *Online* di Indonesia yang sudah dimulai dirintis tahun 2011 merupakan salah satu alternatif untuk memenuhi kebutuhan masalah transportasi murah di Indonesia.

Pada awal tahun 2015, Nadiem Makarim, lulusan S2 Harvard Business School, kemudian membuat aplikasi Gojek, aplikasi berbasis android yang dipergunakan untuk memudahkan pengojek dan penumpang terhubung dengan aplikasi *smartphone* Gojek.

Saat ini Gojek sudah menjamur, bahkan bertambah dengan beberapa provider seperti Grab dan Uber. Keberadaannya sangat dirasakan manfaatnya bagi pengguna transportasi, karena selain murah, penggunaan transportasi ini juga sangat mudah, hanya dengan melakukan pemesanan order melalui *smartphone*, pengguna dapat menggunakan transportasi gojek.

Disisi lain, dari sisi informal, dengan adanya Gojek mampu menyerap tenaga kerja yang tidak sedikit. Pada gilirannya mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan Lembaga Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Gojek berkontribusi Rp8,2 triliun per tahun ke dalam perekonomian Indonesia (<http://ekonomi.metrotvnews.com/analisa-ekonomi/ob3VJ1mN-mengukur-tarif-ojek-online>, di akses tgl 26/09/2018).

Dengan kehadiran transportasi *online*, telah memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Tetapi di sisi lain, perusahaan transportasi berbasis *online*, saat ini sebagian besar saham dimiliki oleh investor asing. Gojek saat ini merupakan salah satu *Unicorn* Indonesia, yaitu perusahaan *start up* yang bernilai di atas USD 1 Miliar, setelah menerima dana dari delapan investor yang dipimpin oleh Sequoia

Capital dan Warburg pada tahun 2016, sehingga memiliki total aset USD 1,75 Miliar (<http://www.tribunnews.com>, di akses tgl 04 Maret 2019).

Sementara, transportasi ojek *online* merupakan salah satu alternatif solusi penyediaan sarana transportasi yang cukup diminati oleh masyarakat, mengingat kondisi sistem transportasi yang ada sekarang belum secara optimal memenuhi kebutuhan masyarakat yang memerlukan transportasi umum.

Penggunaan ojek *online* oleh masyarakat selain karena kondisi fasilitas transportasi massal yang buruk, kondisi jalan yang macet, sementara tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi, serta keperluan untuk dapat bergerak dari satu tempat ke tempat lain dengan cepat, tepat dan fleksibel merupakan beberapa faktor yang menyebabkan masyarakat memilih transportasi ojek *online* dibandingkan dengan alat transportasi yang lain.

Dari sisi model bisnis, *platform* ojek *online* perlu memperhatikan 2 sisi, yaitu sisi penawaran dan sisi permintaan. Berdasarkan teori ekonomi mikro, tingkat permintaan suatu komoditas, produk atau jasa dipengaruhi oleh tingkat harga. Apabila harga naik, maka permintaan akan barang dan jasa menurun, sebaliknya apabila harga turun maka permintaan akan barang dan jasa akan meningkat. Teori permintaan ini pada dasarnya diturunkan dari nilai guna, atau preferensi tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa yang digunakan.

Berbeda dengan penggunaan ojek *online*. Tingkat harga sudah ditentukan oleh provider atau perusahaan penyediaan jasa ojek *online*, seperti perusahaan Gojek, Grab atau Uber. Pengguna jasa transportasi ojek *online*, cukup memesan ojek *online* melalui *smartphone*, mencantumkan asal dan tujuan perjalanan yang ingin dikunjungi, maka tarif transportasi yang harus dibayar sudah langsung muncul di *smartphone*.

Permintaan terhadap penggunaan ojek *online* tidak dipengaruhi oleh faktor tarif atau harga dari ojek *online*, tetapi lebih dipengaruhi oleh faktor non-harga. Demikian juga dengan tingkat kepuasan konsumen juga tidak dipengaruhi oleh tingkat harga, tetapi lebih dipengaruhi oleh persepsi harga. Harga atau tarif ojek *online*

merupakan hal yang *given*-sudah ditentukan.

Menurut Rangkuti (2013), tingkat kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respons pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk/jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau merasakan produk dan jasa.

1. Model Bisnis Platform

Menurut Kim (2015) dari sudut pandang ekonomi, model bisnis *platform* terdiri dari tiga konsep teoretis: pasar dua sisi, efek jaringan, dan ekosistem bisnis. Konsep model bisnis *platform* lebih jelas dipaparkan oleh Uenlue (2017) yang menjelaskan bahwa di dalam bisnis model *platform* dapat dibedakan berdasarkan sisi penawaran yang merupakan pemasok layanan *platform* untuk kebutuhan *platform* dan sisi permintaan sebagai pengguna *platform*. Selanjutnya Uenlue (2017) mencoba mengelompokkan bisnis *platform* seperti gambar 3 di bawah. Salah satu model bisnis *platform* adalah UBER yang merupakan model bisnis *platform* berbasis transportasi *online*.

Selanjutnya Uenloe (2017) membagi efek jaringan menjadi dua, yaitu efek jaringan langsung dan efek jaringan tidak langsung. Efek jaringan langsung adalah meningkatnya nilai jaringan karena meningkatnya jumlah pengguna. Pada efek jaringan langsung ini biasanya terjadi pada *platform* media sosial. Efek jaringan tidak langsung adalah efek dari satu jenis peserta pada jenis peserta lainnya. Contohnya adalah pada *platform* Uber. Pengemudi dan penumpang berada di sisi *platform* yang berbeda. Uber akan menciptakan nilai yang sangat kecil untuk seorang penumpang jika hampir tidak ada pengemudi. Waktu menunggu akan sangat panjang. Sama halnya, untuk pengemudi, *platform* akan memiliki nilai kecil tanpa jumlah pengendara yang memadai. Waktu *idle* untuk *driver* akan membuat *render platform* bernilai kecil. Nilai jaringan meningkat dengan jumlah peserta lintas-sisi (partisipasi).

Model bisnis *platform* menghubungkan

banyak sisi (kelompok peserta yang independen) satu sama lain. Ini menciptakan efek jaringan langsung dan tidak langsung. Mereka sangat penting untuk pertumbuhan dan penciptaan nilai *platform* untuk para pesertanya

James F. Moore dalam Kim (2015) menyebutkan bahwa ekosistem bisnis adalah 'komunitas ekonomi yang didukung oleh fondasi organisasi dan individu yang saling berinteraksi, organisme dari dunia bisnis.' Dengan kata lain, Moore memberikan definisi tentang 'ekosistem persaingan'; logika utama ekosistem bisnis adalah studi tentang hubungan timbal balik antara perusahaan dan lingkungan bisnis di sekitarnya, seperti dalam lingkungan biologis, "bisnis ekologi adalah hubungan antara bisnis dan lingkungannya". Tujuan penting dari ekologi bisnis adalah konsistensi antara sinkronisasi ekologi dan kombinasi bisnis di bawah situs yang digunakan dan mempengaruhi. Dalam ekosistem bisnis, perusahaan menempati posisi yang benar, seperti halnya spesies ekologis dalam ekosistem alami, dan berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem berevolusi dan menyejajarkan diri dengan pemangku kepentingan lain di *platform*.

Uenloe (2018) secara baik menjelaskan model bisnis *platform* transportasi *online*, dengan mengambil contoh model bisnis Uber. Berdasarkan analisis model bisnis kanvas, model bisnis dibagi menjadi sembilan komponen, seperti yang disarikan pada tabel di bawah:

Tabel 1. Model Bisnis Canvas Transportasi Online (Uber)

<p>1. MITRA UTAMA a. Pengemudi b. Teknologi c. Investor</p>	<p>2. KEGIATAN UTAMA a. Meningkatkan efek jaringan (mencapai keunggulan kompetitif) b. Mengurangi waktu <i>idle</i> pengemudi dan waktu tunggu pelanggan c. Mengajak lebih banyak lagi peserta untuk bergabung d. Meningkatkan proposisi nilai e. Mempermudah pembiayaan kendaraan f. Memperluas operasional transportasi g. Keunggulan teknologi dan analisis data</p>	<p>3. SUMBER DAYA UTAMA a. Efek jaringannya, efek jaringan antara peserta (pengemudi), Data, algoritma b. Kemampuan menganalisis dan mendapatkan wawasan c. Ketrampilan rekayasa d. Arsitektur <i>platform</i> e. Modal ventura untuk menjaga pertumbuhan bisnis, f. Nama merek dan aset g. Pengendara dan aplikasi pengemudi h. dan produk lainnya</p>
---	---	--

<p>4. PROPOSISI NILAI</p> <p>a. Bagi penumpang nilainya adalah bahwa ini merupakan cara terbaik untuk melakukan perjalanan dan melacak kedatangan-pengemudi.</p> <p>b. Bagi pengemudi, ini merupakan peluang untuk menghasilkan, kebebasan memilih jam kerja dan kemudahan memulai.</p> <p>c. Semua proposisi masuk ke dalam apa yang disebut oleh para ekonomi sebagai pengurangan biaya pencarian dan biaya transaksi yang merupakan fitur utama platform dua sisi.</p>	<p>5. SEGMENTASI PELANGGAN</p> <p>a. Demografis, yaitu usia, status sosial ekonomi, status keluarga, kebangsaan; Geografis, yaitu menurut kota, pinggiran kota;</p> <p>b. Geo-demografis; Perilaku, yaitu berdasarkan jam dan pola kerja yang disukai.</p> <p>c. Segmentasi: Mikro-Geografi, yaitu rumah, kantor, lokasi tipikal;</p> <p>d. Pola penggunaan, apakah teratur, jarang;</p> <p>e. Perilaku, seperti kebiasaan belanja</p>	<p>6. HUBUNGAN KONSUMEN</p> <p>a. Pertama adalah hubungan dengan penumpang.</p> <p>b. Kedua dengan pengemudi.</p> <p>c. Ketiga dengan Publik yang lebih luas.</p> <p>d. Keempat dengan Regulator.</p>
<p>7. SALURAN</p> <p>a. Saluran untuk kesadaran awal dan akuisisi pelanggan dapat berupa: kampanye, misal memberikan voucher gratis ke kota-kota baru;</p> <p>b. Adanya liputan media gratis berdasarkan faktor kebaruan; promosi dari mulut ke mulut;</p> <p>c. Kampanye di media sosial dan iklan digital;</p> <p>d. Mengoptimalkan semua channel yang terdapat pada platform yang terhubung dengan situs-situs yang memiliki peringkat tinggi.</p>	<p>8. STRUKTUR BIAYA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya perolehan pelanggan. 2. Biaya modal rata-rata, 3. Biaya untuk pengembangan fitur baru, 4. Biaya untuk kasus hukum 5. Biaya penyelesaian, kepatuhan terhadap peraturan, 6. Biaya transaksi, 7. Biaya gaji, 8. Biaya perluasan ke banyak kota dan negara, 9. Biaya infrastruktur, bandwid 10. Biaya penelitian dan pengembangan. 	<p>9. MODEL PENDAPATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasukkan iklan. Semakin banyak jumlah aplikasi yang digunakan, akan semakin besar pendapatan yang diterima melalui iklan. 2. Revenue sharing dengan pihak perusahaan telekomunikasi. 3. Pendapatan dari database.

Sumber : Dikutip dan disarikan dari Uenloe (2018)

2. Transportasi Ojek Online

Transportasi ojek *online* merupakan transportasi yang berbasis suatu aplikasi tertentu, dimana konsumen memesan suatu sarana transportasi melalui sistem aplikasi di dalam *smartphone*. Saat konsumen melakukan pemesanan dengan menggunakan aplikasi, detail pemesanan seperti jarak tempuh, harga, identitas pengemudi, lama waktu pengemudi tiba ke lokasi konsumen, serta data perusahaan pengelolanya sudah langsung tersaji pada layar *smartphone* konsumen. Seluruh identitas pengemudi sudah diketahui secara pasti karena perusahaan pengelola telah melakukan proses verifikasi terlebih dahulu sebelum melakukan kerja sama kemitraan dengan

pengemudi. Dengan adanya transportasi *online*, para penumpang kini tak perlu lagi menghampiri pangkalan ojek ataupun tak perlu lagi menunggu di pinggir jalan untuk mendapatkan taksi. Selain itu, para penumpang juga tidak harus terlibat dalam proses tawar-menawar karena tarif yang sudah ditentukan berdasarkan jarak tempuh. Ketika terjebak kemacetan di jalan, penumpang tidak perlu khawatir mengenai tarif yang membengkak seperti pada saat menaiki transportasi berargometer, karena tarif yang sudah ditentukan di awal perjalanan dengan berdasarkan jarak tempuh.

3. Teori Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2013), kepuasan pelanggan adalah evaluasi paska pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan pengertian ini, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Beberapa pengertian dari kepuasan pelanggan menurut beberapa ahli, yang dikutip dari Rangkuti (2013) adalah sebagai berikut :

1. Respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri keistimewaan produk/jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Zeithaml dan Bitner (2000:75).
2. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk/jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk/jasa lebih tinggi dari harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira (Kotler dan Armstrong (2001: 9)
3. Keadaan emosional, reaksi paska pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan. Kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan (*lovelock*). Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkan (Pasuraman).
4. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan

seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya (Schiffman)

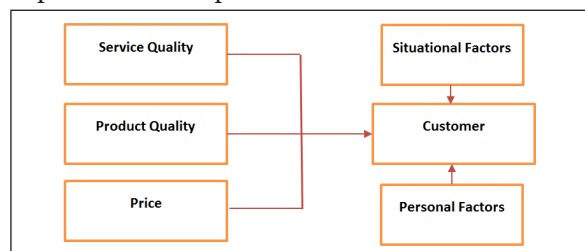
5. Kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain (Ziethaml).

Dapat disimpulkan melalui berbagai pengertian di atas bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu: *Service quality*, *Product quality*, *Price*, *Situational factor*, dan *Personal factor*.

Service Quality merupakan kualitas jasa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Tidak ada gunanya produk berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang luar biasa. Pelanggan akan merasa kecewa karena tidak dilayani dengan baik. Sebaliknya, pelayanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas serta harga yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Selain itu strategi peningkatan kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yang ada di dalam diri pelanggan itu sendiri, seperti faktor situasional dan personal. Seringkali kita hanya berjalan-jalan untuk melihat-lihat pusat perbelanjaan, namun apabila pengaruh situasional, misalnya ada kegiatan promosi, diskon, menjelang lebaran, tahun baru, serta berbagai kegiatan dapat meningkatkan *impulse buying*, maka faktor situasional dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan di dalam melakukan pembelian yang tidak kita rencanakan sebelumnya.

Begitu juga faktor personal, orang yang memiliki karakter suka berbelanja, banyak mempengaruhi gaya hidup dan proses pengambilan keputusan untuk pembelian.



Gambar 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan

Sumber : Dikutip dari Rangkuti (2013)

Di dalam penelitian ini diidentifikasi dan diduga faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Y) adalah: keamanan dan kenyamanan (X1); pelayanan (X2); ketepatan waktu (X3); kemudahan pemesanan (X4); dan kesesuaian harga (X5)

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan di atas, maka pertanyaan penelitian yang ingin dijawab di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap model bisnis *platform* Ojek Online?
- b. Bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap model bisnis *platform* Ojek Online?

Batasan Masalah

Di dalam penelitian ini diberikan pembatasan pokok masalah, yaitu sebagai berikut :

- a. Penelitian transportasi *online* adalah alat transportasi *online* roda dua, atau dikenal dengan nama Ojek Online.
- b. Responden yang dipilih untuk melihat tingkat kepuasan adalah konsumen pengguna yang biasa menggunakan Ojek Online sebagai alat transportasi.
- c. Pemilihan responden dibatasi untuk kota Jakarta dan Bogor saja.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap model bisnis *platform* Ojek Online.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap tingkat kepuasan pengguna model bisnis *platform* Ojek Online.

METODE

1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini telah dilaksanakan pada

20 sampai 27 November 2018 di Bogor. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi Bogor dapat mewakili responden pengguna jasa ojek *online*.

2. **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran (Sujarweni, 2014:39). Dalam penelitian ini menggunakan model penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi (Sekaran, 2014:158).

3. **Penentuan Responden**

Penentuan responden dilakukan secara *purposive sampling*, dimana peneliti mengambil responden adalah orang-orang yang terpilih menurut kriteria spesifik sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria spesifik penelitian adalah responden yang dianggap menggunakan jasa alat transportasi ojek *online*.

4. **Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung diambil dari responden melalui kuesioner. Data primer tersebut meliputi : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, penggunaan dan jenis layanan gojek yang digunakan, cara pembayaran, keamanan dan nyaman, pelayanan, waktu dan kemudahan pemesanan gojek, kemudahan pembayaran dan harga, serta tingkat kepuasan penggunaan gojek.

Data sekunder diperoleh dari buku, majalah, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya.

5. **Definisi Operasional dan Pengukuran**

Variabel

Pada penelitian ini menggunakan 5 variabel yang terdiri dari 1 variabel tidak bebas (Y) dan 5 variabel bebas (X1, X2, X3, X4, X5), dengan penjelasan sebagai berikut:

- Y = Tingkat Kepuasan Pelanggan
- X1 = Keamanan dan Kenyamanan
- X2 = Tingkat Pelayanan
- X3 = Ketepatan Waktu
- X4 = Kemudahan Pemesanan
- X5 = Kesesuaian Harga

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL	DIMENSI DATA	SKALA
Y - Tingkat Kepuasan Pengguna Gojek Online	1. Saya sangat senang menggunakan layanan ojek <i>online</i> . 2. Pelayanan yang dirasakan lebih baik dari ekspektasi saya. 3. Secara keseluruhan, saya sangat puas dengan pelayanan ini.	Likert
X1 - Keamanan dan Kenyamanan	1. Anda merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan ojek <i>online</i> . 2. Apakah <i>driver</i> menaati peraturan lalu lintas. 3. <i>Driver</i> menggunakan seragam dan berpenampilan rapih.	Likert
X2 - Pelayanan	1. <i>Driver</i> bersikap responsif. 2. <i>Driver</i> bersikap sopan. 3. Anda dapat memberikan umpan balik.	Likert
X3 - Ketepatan Waktu	1. Waktu tunggu untuk pemesanan singkat (kurang dari 10 menit). 2. <i>Driver</i> mengantar Anda dalam waktu singkat. 3. <i>Driver</i> mengantar Anda ke tujuan dengan rute tepat.	Likert
X4 - Kemudahan Pemesanan	1. Anda dapat mengetahui posisi <i>driver</i> (<i>order tracking</i>). 2. Ada personalisasi aplikasi yang memudahkan pelanggan (misalnya <i>history</i> pemesanan).	Likert
X5 - Kesesuaian Harga	1. Pembayaran dilakukan dengan mudah. 2. Harga ojek <i>online</i> murah. 3. Harga ojek sesuai dengan jarak.	Likert

6. **Rentang Skala Likert**

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial. Dengan penggunaan skala *Likert* maka variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan (Sugiyono, 2010:132). Pada penggunaan skala *Likert* menggunakan lima alternatif

tingkatan jawaban, dimana masing-masing jawaban memiliki bobot nilai yang nantinya digunakan untuk pengukuran.

Tabel 3. Tingkatan Jawaban Skala Likert

KODE	JAWABAN	BOBOT
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N/R	Netral / Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2010:133)

7. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dengan menggunakan survei dilakukan dengan membagikan kuesioner secara *online* kepada responden yaitu pelanggan yang menggunakan transportasi Ojek *Online*. Data survei kemudian dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden, pekerjaan, pendapatan per bulan, frekwensi menggunakan Ojek *Online*, jenis pembayaran yang sering digunakan, pemberian *tips*, dan alasan utama memilih transportasi Ojek *Online*. Selanjutnya data survei tersebut akan diolah dan diinterpretasikan hasilnya.

8. Uji Validitas

Sebuah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat diketahui valid atau tidaknya instrumen tersebut. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2010:455). Untuk menguji validitas dari suatu instrumen/alat ukur, maka terlebih dahulu harus dilakukan penghitungan koefisien korelasi dengan menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

- rxy = koefisien korelasi
- Σxi = jumlah skor item
- Σyi = jumlah skor total
- Σxiyi = total perkalian skor item
- n = jumlah responden

Σxi² = jumlah kuadrat skor item

Σyi² = jumlah kuadrat skor total

Sebuah instrumen penelitian dapat dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi (rxy) lebih besar dari nilai r yang terdapat dalam tabel r *product moment*.

9. Uji Realibilitas

Menurut Imam Ghazali (2011: 47) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah sejalan atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{(K - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r11 = reliabilitas instrumen
- Σσb² = jumlah varians butir
- K = banyaknya butir indikator
- σt² = varians total

Salah satu cara atau metode untuk menentukan reabilitas instrumen yaitu dengan metode uji statistik Alpha (α). Yaitu metode yang ditemukan oleh tuan Cronbach, maka disebutkan juga sebagai uji Cronbach Alpha. Dimana suatu variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 (Umar, 2008:174).

10. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran sebuah kelompok data atau variabel apakah memiliki sebaran normal. Sudarmanto (2005), menyebutkan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu/residual memiliki distribusi normal. Sementara Ghozali (2006), mengatakan bahwa pengujian normalitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik normal *Probability Plot* (P-Plot) hasil pengolahan dengan SPSS. Jika variabel berdistribusi normal, maka

penyebaran *plot* akan berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal. Jika distribusi datanya normal, maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

11. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah pengujian dimana *error* dari setiap variabel bebas semuanya mempunyai variasi yang tidak sama, atau adanya perbedaan *variance residual*. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah di dalam sebuah model regresi ada hubungan antara variabel pengganggu dengan variabel bebasnya, atau digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, yang merupakan hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *Studentized Delete Residual* nilai tersebut (Nugroho, 2005).

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara Uji Park, Uji Glejser, Uji Breunsch-Pagan, Uji Goldfield-Quandt, White Test (Juanda, 2009: 130). Pendeteksian dapat pula dengan menggunakan metode grafik, dengan melakukan pengamatan menggunakan grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan *residualnya* (SRESEID). Apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

12. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah adanya korelasi yang tinggi antar variabel yang dikenal dengan multikolinieritas. Untuk mengetahui apakah antar variabel terjadi multikolinieritas dapat digunakan nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan rumus sebagai berikut.

- ▶ $Tolerance < 0,10$ mengindikasikan tidak

ada korelasi yang signifikan antar variabel prediktor, $Tolerance > 0,10$ mengindikasikan bahwa ada korelasi antar variabel prediktor, maka terjadi multikolinieritas.

- ▶ $VIF < 10$ mengindikasikan tidak ada korelasi yang signifikan antar variabel prediktor, jika $VIF > 10$ mengindikasikan bahwa ada korelasi antar variabel prediktor, maka terjadi multikolinieritas.

13. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel tidak bebas yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi (Priyatno, 2016:92). Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas yang diteliti pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas. Selanjutnya, berikut adalah bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan ada penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

- Y = Tingkat kepuasan pelanggan
- X_1 = Keamanan dan Kenyamanan
- X_2 = Pelayanan
- X_3 = Ketepatan Waktu
- X_4 = Kemudahan Pemesanan
- X_5 = Kesesuaian Harga

14. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen secara bersama-sama atau simultan, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi, dalam hal ini digunakan nilai R_2 (R square) karena nilai variabel bebas yang diukur terdiri dari nilai rasio absolut dan nilai perbandingan.

- ▶ Nilai R_2 terletak antara 0 dan 1.
- ▶ Makin besar nilai R_2 berarti semakin tidak tepat garis regresi tersebut mewakili data dari hasil observasi.
- ▶ Jika nilai $R_2 = 1$, pendekatan tersebut terdapat kecocokan sempurna.

- ▶ Jika nilai $R_2 = 0$, tidak ada kecocokan pendekatan.

Dimana koefisien determinasi merupakan nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan dari variabel terikat bisa dijelaskan oleh perubahan dari variabel bebasnya. Rumus dari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_2 \times 100\%$$

Dimana:

- ▶ $KD =$ Koefisien Determinasi
- ▶ $R_2 =$ R Square

Koefisien ini juga digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap naik turunnya nilai variabel terikat.

15. Uji t (Parsial)

Uji t atau dapat disebut pengujian hipotesis parsial biasanya digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel terikat (Priyatno, 2008:83).

Pengujian hipotesis Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh dari setiap variabel bebas, yaitu keamanan dan kenyamanan (X_1), pelayanan (X_2), ketepatan waktu (X_3), kemudahan pemesanan (X_4), kesesuaian harga (X_5) berpengaruh secara parsial terhadap variabel tidak bebas, yaitu tingkat kepuasan pelanggan (Y). Hipotesis untuk pengujian t, dengan $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian berdasarkan probabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut.

- ▶ Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau t signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1
- ▶ Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau t signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan menolak H_1

16. Uji-F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel tidak bebas (Priyatno, 2008:81). Pengujian hipotesis Uji F dalam penelitian ini secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu, keamanan

dan kenyamanan (X_1), pelayanan (X_2), ketepatan waktu (X_3), kemudahan pemesanan (X_4), kesesuaian harga (X_5) secara simultan terhadap variabel tidak bebas yaitu kepuasan pelanggan (Y). Z). Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- ▶ Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau F_{hitung} signifikan $< 0,005$, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 , ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.
- ▶ Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau F_{hitung} signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima, dan menerima H_1 , tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

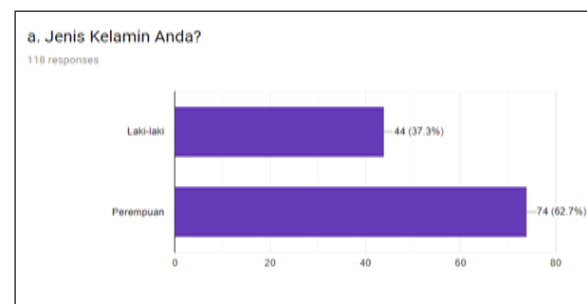
HASIL dan PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diteliti sebanyak 118 responden, dengan karakteristik responden yang dianalisis di dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendapatan per bulan, pelayanan ojek *online* dalam seminggu, jenis layanan ojek yang digunakan, jenis pembayaran yang sering digunakan, pemberian tips, dan alasan utama memilih ojek *Online*.

Jenis Kelamin

Hasil frekwensi jawaban responden ojek online berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada gambar berikut :



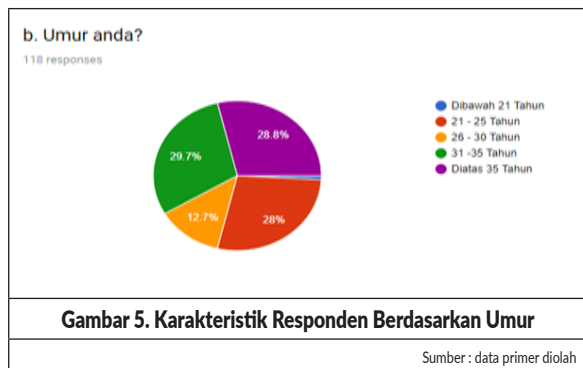
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan gambar di atas, data responden yang diteliti paling banyak adalah perempuan sebesar 62,7 persen, sementara data responden laki-laki sebanyak 37,3 persen.

Usia

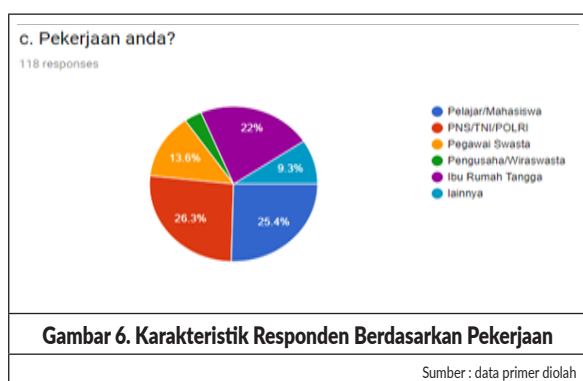
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada gambar di bawah.



Berdasarkan jawaban responden yang menjawab kuesioner, responden dengan range umur 31-35 memberikan jawaban yang paling banyak terhadap pertanyaan kuesioner yang diberikan, kemudian diikuti dengan umur di atas 35 tahun masing-masing sebesar 29,7 persen dan 28, 8 persen. Sementara responden dengan umur di bawah 21 tahun adalah responden yang paling sedikit memberikan jawaban kuesioner, yaitu hanya sebesar 0,8 persen saja.

Pekerjaan

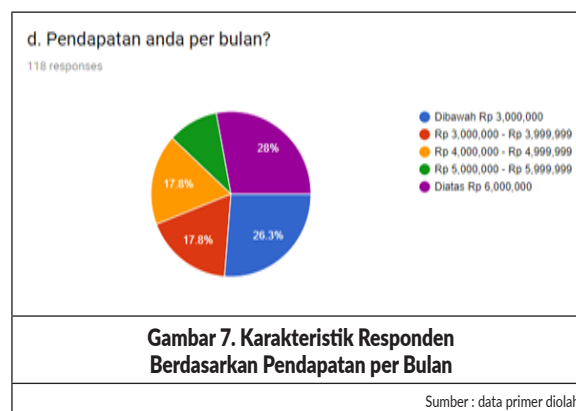
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar di bawah berikut.



Dari gambar di atas terdapat 26,3 persen responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI, 25,4 persen adalah Pelajar/Mahasiswa, sebanyak 22 persen adalah ibu rumah tangga, 13,6 persen Pegawai Swasta, Lainnya sebanyak 9,3 persen, dan responden sisanya adalah Pengusaha/Wiraswasta sebesar 3,4 persen.

Pendapatan per Bulan

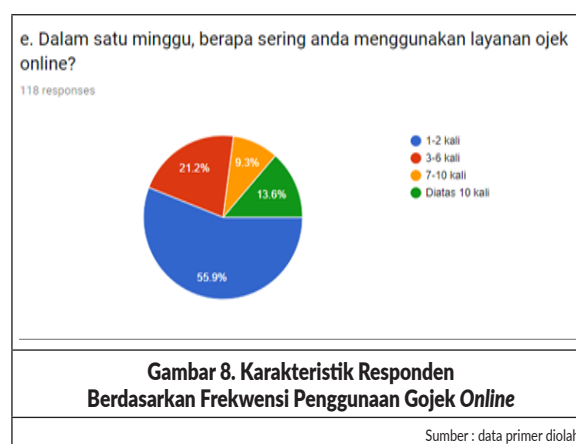
Deskripsi karakteristik responden berdasarkan Pendapatan per Bulan dapat dilihat pada gambar berikut di bawah.



Berdasarkan hasil jawaban terhadap kuesioner yang diberikan dari gambar di atas, responden dengan karakteristik pendapatan per bulan di atas Rp6.000.000,- memberikan jawaban yang paling banyak, yaitu sebesar 28 persen, kemudian diikuti dengan responden dengan karakteristik pendapatan per bulan di bawah 3 juta sebanyak 26,3 persen. Sisanya adalah responden dengan karakteristik pendapatan per bulan antara Rp3.000.000,- sampai dengan Rp6.000.000,-

Frekwensi Penggunaan Gojek Online

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan frekwensi penggunaan gojek online dapat dilihat pada gambar berikut di bawah.



Dari jawaban responden, dapat dilihat dari gambar di atas, responden dengan karakteristik frekwensi penggunaan gojek online dalam seminggu paling besar adalah responden yang menggunakan gojek online dengan frekwensi

sebanyak 1-2 kali, yaitu sebesar 55,9 persen. Sementara responden dengan karakteristik frekwensi penggunaan gojek *online* dalam seminggu paling kecil adalah responden yang menggunakan gojek *online* dengan frekwensi sebanyak 7-10 kali, yaitu sebesar 9,3 persen.

Jenis Layanan Ojek Online yang digunakan

Berdasarkan karakteristik jenis layanan ojek *online* yang digunakan dapat dilihat pada gambar berikut di bawah.



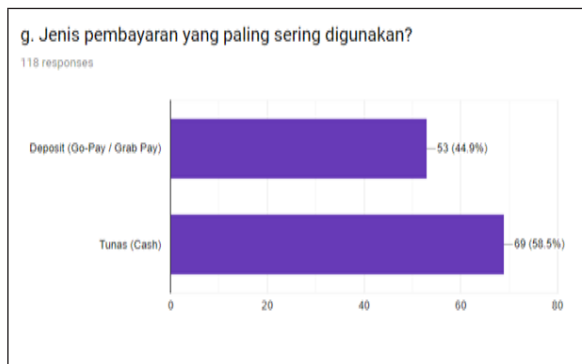
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Gojek Online yang Digunakan

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan jawaban responden pada gambar di atas, dapat diketahui bahwa jasa layanan ojek *online* yang digunakan paling besar menggunakan Gojek, yaitu sebesar 52,5 persen. Sementara jenis layanan ojek *online* yang menggunakan Grab Bike sebesar 47,5 persen.

Jenis Pembayaran yang Digunakan

Berdasarkan karakteristik jenis pembayaran yang digunakan dapat dilihat pada gambar berikut dibawah.



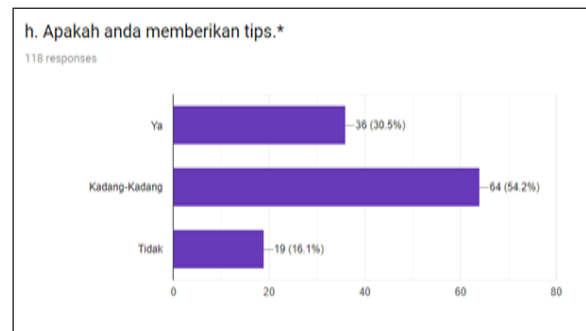
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pembayaran

Sumber : data primer diolah

Dari data jawaban di atas, dapat diketahui bahwa jenis pembayaran yang paling sering digunakan adalah dengan menggunakan Tunai (Cash), yaitu sebanyak 69 responden (58,5 persen), sementara jenis pembayaran dengan menggunakan Deposit (Go-Pay/Grab pay) sebanyak 53 responden (44,9 persen).

Tips

Apakah responden memberikan tips setelah menggunakan jasa layanan transportasi ojek *online* dapat dilihat pada gambar berikut di bawah.



Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemberian Tips

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memberikan tips setelah menggunakan jasa layanan transportasi ojek online.

2. Analisis Data Penelitian

Uji Validitas

Untuk menguji apakah setiap pertanyaan pada pada masing variabel valid atau tidak, dilakukan Uji Validitas dengan SPSS 25, dengan kriteria, setiap kuesioner dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ (5%), tingkat kepercayaan pengujian adalah 95%. Sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner pada setiap variabel dinyatakan tidak valid. Uji validitas juga dapat dilihat apabila Nilai signifikansi $< 0,05$, maka setiap kuesioner dinyatakan valid.

Berdasarkan Uji Validitas dengan menggunakan SPSS 25, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Keamanan dan Kenyamanan (X_1)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Anda merasakan keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan ojek <i>online</i>	0,708	0,000	0,1509	Valid
2	Apakah driver menaati peraturan lalu lintas?	0,843	0,000	0,1509	Valid
3	Driver menggunakan seragam dan berpenampilan rapih	0,822	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel X_1 , nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel X_1 adalah valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Pelayanan (X_2)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Driver bersikap responsif	0,859	0,000	0,1509	Valid
2	Driver bersikap sopan	0,901	0,000	0,1509	Valid
3	Anda dapat memberikan umpan balik (<i>feedback</i>) dan komentar terkait kinerja pelayanan	0,818	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel X_2 , nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel X_2 adalah valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Waktu (X_3)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Waktu tunggu untuk pemesanan singkat (kurang dari 10 menit)	0,815	0,000	0,1509	Valid
2	Driver mengantar Anda dalam waktu singkat	0,862	0,000	0,1509	Valid
3	Driver mengantar Anda ke tujuan dengan rute tepat	0,842	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel X_3 , nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel X_3 adalah valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Pemesanan (X_4)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Anda dapat mengetahui posisi driver (<i>order tracking</i>)	0,906	0,000	0,1509	Valid
2	Ada personalisasi aplikasi yang memudahkan pelanggan (misalnya <i>history peme</i>)	0,910	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel X_4 , nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel X_4 adalah valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Harga (X_5)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Pembayaran dilakukan dengan mudah	0,768	0,000	0,1509	Valid
2	Harga ojek <i>online</i> murah	0,865	0,000	0,1509	Valid
3	Harga ojek sesuai dengan jarak	0,899	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel X_5 , nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel X_5 adalah valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Tingkat Kepuasan (Y)

No	Item Kuisiomer	Nilai R_{hitung}	Nilai Sig	Nilai R_{tabel}	Keputusan
1	Pembayaran dilakukan dengan mudah	0,899	0,000	0,1509	Valid
2	Harga ojek <i>online</i> murah	0,870	0,000	0,1509	Valid
3	Harga ojek sesuai dengan jarak	0,897	0,000	0,1509	Valid

Data SPSS diolah

Berdasarkan data tabel di atas, dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan pada variabel Y nilai $r_{hitung} > 0,159$, atau nilai signifikansi $< 0,05$, yang berarti bahwa semua item pernyataan pada variabel Y adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk menguji seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan berkali-kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas untuk penelitian ini menggunakan SPSS 25, untuk

melihat koefisien angka *Alpha Cronbach* apakah data reliabel, handal atau tidak.

Untuk melihat apakah pengukuran reliabel atau tidak dapat dilakukan dengan melihat koefisien angka *alpha Cronbach*. Apabila angka koefisien *alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner dianggap reliabel.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

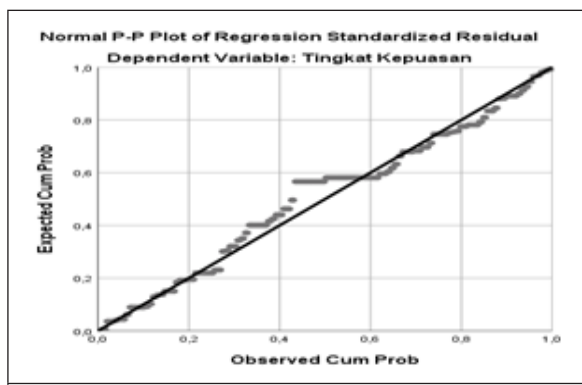
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,938	17

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 25, pada tabel di atas, di dapat nilai *Alpha* sebesar 0,938 lebih besar dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan alat pengukuran melalui kuesioner dapat dikatakan sangat reliabel.

Uji Normalitas

Untuk melihat apakah variabel bebas dan variabel tidak bebas pada model regresi berdistribusi normal, atau berdistribusi tidak normal, maka dilakukan uji Normalitas dengan pendekatan diagram visual menggunakan SPSS 25.



Gambar 12. Hasil Uji Plot Normalitas

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan Uji Glejser dimana hasil uji ini dapat dilihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain. Adapun ketentuannya terjadi dan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika variabel bebas signifikan secara statistik atau memiliki nilai signifikansi (Sig.) < 0,05,

maka terjadi gangguan heteroskedastisitas.

- b. Jika variabel bebas tidak signifikan secara statistik atau memiliki nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Tabel 11. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-.011	,197		-.054	,957
Keamanan	,055	,061	,119	,894	,373
Pelayanan	-.016	,064	-.036	-.243	,809
Waktu	-.053	,059	-.121	-.899	,370
Pemesanan	,091	,050	,234	1,817	,072
Harga	,016	,054	,037	,287	,774

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode Uji Glejser dengan menggunakan SPSS 25 dapat dilihat bahwa semua nilai signifikansi variabel bebas > 0,05. Ini berarti model regresi tidak ada gangguan heterokedastisitas, sehingga model regresi dapat digunakan sebagai data penelitian.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk meyakini bahwa antar variabel bebas tidak memiliki multikolonieritas atau tidak memiliki korelasi Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Adapun sebagai prasyarat adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan nilai *tolerance value* > 1 maka terjadi gejala multikolonieritas
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance value* < 1 maka tidak terjadi gejala multikolonieritas.

Berikut adalah hasil pengujian multikolonieritas dilakukan dengan menggunakan SPSS 25, pada tabel 10 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Keamanan	,470	2,127
Pelayanan	,388	2,575
Waktu	,459	2,176
Pemesanan	,502	1,991
Harga	,499	2,003

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Berdasarkan tabel Uji Multikolinieritas pada tabel 4.2. di atas diperoleh nilai tolerance masing-masing variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 dengan hasil kurang dari 1, sementara nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 mendapatkan hasil kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikolinearitas.

3. Korelasi, Koefisien Determinasi, dan Regresi Berganda

Korelasi

Untuk melihat kuat lemahnya hubungan dua variabel dapat ditunjukkan oleh nilai *Pearson Correlation* (R) dimana nilai secara umum dibagi menjadi sbb:

- 0 – 0.25 → korelasi sangat lemah
- 0.25 – 0.50 → korelasi moderat
- 0.50 – 0.75 → korelasi kuat
- 0.75 – 1.00 → korelasi sangat kuat

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada korelasi yang nyata antara X_1 dan Y

H_1 : Ada korelasi yang nyata antara X_1 dan Y

Dasar Pengambilan Keputusan

- ▶ Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 maka H_0 tidak ditolak
- ▶ Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson dengan menggunakan SPSS di dapat hasil pada tabel di bawah berikut :

Tabel 13. Hasil Uji Korelasi

		Correlations					
		Tingkat Kepuasan	Keamanan	Pelayanan	Waktu	Pemesanan	Harga
Tingkat Kepuasan	Pearson Correlation	1	,472**	,537**	,470**	,498**	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	118	118	118	118	118	118

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

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel di atas, nilai Sig X_1 terhadap Y adalah 0.000, begitu juga dengan nilai Sig X_2 terhadap Y dan juga nilai Sig X_3 , X_4 , dan X_5 terhadap Y. Berdasarkan data tersebut nilai Sig masing-masing X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 terhadap Y, lebih kecil dari 0.05, yang berarti H_0 ditolak. Ini berarti dapat disimpulkan ada hubungan yang nyata masing-masing X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 terhadap Y.

Berdasarkan koefisien nilai korelasi *Pearson*, variabel bebas X_1 terhadap Y sebesar 0.472 menunjukkan tingkat hubungan kedua variabel pada tingkat moderat. Koefisien korelasi variabel bebas X_2 terhadap Y sebesar 0.537 menunjukkan tingkat hubungan kedua variabel pada tingkat kuat. Begitu juga untuk variabel X_3 (0.534), dan X_4 (0,663) masing-masing terhadap Y, menunjukkan tingkat hubungan yang kuat dengan *level of significance* 0.01.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel di bawah, diperoleh nilai R-square (koefisien determinasi) sebesar 0,482, menunjukkan bahwa 48,2 persen dari varians Y dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 . Sedangkan 51,8 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,694 ^a	,482	,459	,498

a. Predictors: (Constant), Harga, Keamanan, Pemesanan, Waktu, Pelayanan

Sumber : pengolahan SPSS 25

Analisis Regresi Berganda

Pada analisis regresi berganda akan dapat dibuat model regresi berganda berdasarkan perhitungan SPSS 25. Berdasarkan perhitungan SPSS 25, diperoleh tabel koefisien di bawah :

Tabel 15. Tabel Coefficients Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,782	,315		2,484	,015
Keamanan	,194	,101	,192	1,921	,057
Pelayanan	,099	,103	,104	,965	,337
Waktu	,027	,094	,029	,289	,773
Pemesanan	,085	,082	,100	1,030	,305
Harga	,378	,090	,412	4,198	,000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Dari tabel perhitungan SPSS 25 di atas, dapat diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.782 + 0.194 X_1 + 0.099 X_2 + 0.027 X_3 + 0.085 X_4 + 0,378 X_5$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas, variabel bebas $X_1, X_2, X_3, X_4,$ dan X_5 mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel tidak bebas Y. Artinya peningkatan pada nilai X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 akan meningkatkan variabel tidak bebas Y.

4. Pengujian Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis:

H_0 : variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas

H_1 : variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas

Dasar Pengambilan Keputusan

- ▶ Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau - $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 tidak ditolak
- ▶ Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau $t_{hitung} < - t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, diterima H_1 .

Keputusan:

1. Pada tabel *coefficient* hasil regresi berganda di atas nilai sig variabel $X_1 = 0.057 > 0.05$ sehingga H_0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen (X_1) ini secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Faktor keamanan dan kenyamanan di dalam menggunakan Ojek *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
2. Pada tabel *coefficient* hasil regresi berganda di atas nilai sig variabel $X_2 = 0.337 > 0.05$ sehingga H_0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen (X_2) ini secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Faktor pelayanan di dalam menggunakan Ojek *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
3. Pada tabel *coefficient* hasil regresi berganda di atas nilai sig variabel $X_3 = 0.773 > 0.05$ sehingga H_0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen (X_3) ini secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Faktor ketepatan waktu di dalam menggunakan Ojek *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
4. Pada tabel *coefficient* hasil regresi berganda di atas nilai sig variabel $X_4 = 0.305 > 0.05$ sehingga H_0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen (X_4) ini secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Faktor kemudahan pemesanan di dalam menggunakan Ojek *Online* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
5. Pada tabel *coefficient* hasil regresi berganda di atas nilai sig variabel $X_5 = 0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen (X_5) ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Faktor kesesuaian harga di dalam menggunakan Ojek *Online* berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Tabel 16. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,888	5	4,978	22,123	.000 ^b
	Residual	24,975	111	,225		
	Total	49,863	116			

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan
 b. Predictors: (Constant), Harga, Keamanan, Pemesanan, Waktu, Pelayanan

Sumber : hasil pengolahan SPSS 25

Uji F dimaksudkan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis:

H₀ : variabel-variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H1 : variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ tidak ditolak
- Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak

Keputusan:

Pada tabel di atas nilai sig = 0.000 < 0.05, sehingga H₀ ditolak, yang berarti variabel-variabel independen (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Faktor-faktor keamanan dan kenyamanan (X₁), pelayanan (X₂), ketepatan waktu (X₃), kemudahan pemesanan (X₄), dan kesesuaian harga (X₅), secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y).

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan penggunaan ojek online, dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hubungannya (korelasi) :
 - a. Faktor keamanan dan kenyamanan

mempunyai korelasi yang moderat terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.

- b. Faktor tingkat pelayanan mempunyai korelasi yang kuat terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
 - c. Faktor ketepatan waktu mempunyai korelasi yang moderat terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
 - d. Faktor kemudahan pemesanan mempunyai korelasi yang moderat terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
 - e. Faktor kesesuaian harga mempunyai korelasi yang kuat terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan layanan ojek online dengan mengukur pengaruh faktor tersebut terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
 - a. Berdasarkan Uji t, diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi Tingkat Kepuasan pengguna Gojek Online secara signifikan hanya faktor kesesuaian harga (X₅). Sementara faktor lainnya secara sendiri-sendiri tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.
 - b. Berdasarkan Uji F, diketahui bahwa secara simultan faktor-faktor keamanan dan kenyamanan, pelayanan, ketepatan waktu, kemudahan pemesanan, dan kesesuaian harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna ojek online.

Saran

Perlu dikaji dan diidentifikasi lagi lebih dalam dan lebih tajam terkait variabel faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, mengingat berdasarkan koefisien determinasi, model regresi hasil perhitungan nilai *R-square* (koefisien determinasi) sebesar 0,482, menunjukkan hanya sebesar 48,2 persen dari varian Y dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel X₁, X₂, X₃, X₄, dan X₅ pada model regresi, sedangkan 51,8 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

DAFTAR PUSTAKA

- Allan Afuah, Christopher L Tucci, *Internet Business Model and Strategies : Text and Cases, Second Edition*, Mc Graw Hill, New York.
- Bambang Juanda, 2009, *Ekonometrika, Pemodelan dan Pendugaan*, IPB Press, Bogor.
- David S Evan, Andrei Hagiu, Richard Schmalensee, 2006, *Invisible Engines, How Software Platform Drive Innovation and Transform Industries*, The MIT Press, Cambridge, Massachussets, London England.
- Dwi Priyatno. 2008, *Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Mediakom, Yogyakarta
- Fredy Rangkuti, 2013, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, PT Gramedia Pustaka Utama, Kompas Gramedia, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hal R Varian, 2010, *Intermediate Micro Economic A Modern Approach, Eight Edition*, W.W Norton And Company, New York.
- <http://ekonomi.metrotvnews.com/analisa-ekonomi/ob3VJ1mN-mengukur-tarif-ojek-online>, di akses tgl 26/09/2018.
- <https://www.galena.co.id/q/bagaimana-gojek-menghasilkan-keuntungan>, di akses tgl 06 Maret 2019.
- <http://www.tribunnews.com/section/2019/02/18/4-unicorn-di-indonesia-yang-perlu-kamu-tahu-sempat-jadi-topik-bahasan-di-debat-pilpres-2019?page=2>, di akses tgl 04 Maret 2019.
- Husein, Umar, 2008, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta, PT Rajagrafindo Persada.
- Jusman Syafii Djamal, 2015, *Notes On Strategy and Techno Economy, Kemana Kita Hendak Melangkah?*, Diandra Kreatif, Rethinking, Indonesia.
- Junic Kim, 2015, Thesis Doctor of Philosophy, *The Platform Business Model and Strategy: A Dynamic Analysis of the Value Chain and Platform Business*, Manchester Business School, Manchester Institute of Innovation Research.
- Michael E Porter, 2001, *Strategy and the Internet*, Harvard Business Review.
- Multifah, 2011, *Teori Ekonomi Mikro*, UB Press, Malang Indonesia.
- Murat Uenlue, 2017, <https://www.innovationtactics.com/platform-business-model-complete-guide/>, di akses tgl 04 Maret 2019.
- Murat Uenlue, 2017, <https://www.innovationtactics.com/business-model-canvas-uber/>, di akses tgl 04 Maret 2019.
- Nugroho, Bhuono Agung. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Osterwarder A, Pigneur Y, *An e-Business Model Ontology for Modeling e-Business*, 15th Bled Electronic Commerce Conference, Bled, Slovenia, June 17 - 19, 2002.
- Osterwarder A, Pigneur Y, *Business Model Generation*, Self Published, 2009.
- Phil Simon, 2014, *The Age Of The Platform, Edisi Revisi*, PT Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia, Jakarta.
- Sawidji Widoatmodjo, 2005, *New Business Model, Strategi Ampuh Memenangi Bisnis di Abad ke-21*, PT Media Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Sawidji Widoatmodjo, 2016, *New Business Model In Digital Age*, PT Meida Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta.
- Sekaran Uma, 2014, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V.W, 2015, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sudarmanto, R.Gunawan, 2005, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Graha Ilmu. Yogyakarta.



Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com

PENGARUH PELATIHAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT SURYA MUSTIKA NUSANTARA

Ahmad Nazir

Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang
naziramangkurat@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah :Untuk menganalisa Seberapa besar pengaruh pelatihan terhadap efektifitas kinerja karyawan, seberapa besar pengaruh kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan, seberapa besar pengaruh pelatihan dan kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan. Penelitian ini dilakukan pada PT. Surya Mustika Nusantara Ciater.Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu dengan mendeskripsikan keadaan responden serta deskripsi variable penelitian dalam tabel frekuensi dan presentase dari hasil penyebaran angket melalui prosedur analisis data yaitu penelitian lapangan (observasi, wawancara, kuesioner). Populasi sebanyak 140 orang jumlah karyawan dan sampelnya 100 orang dari populasi. Hasil uji korelasi menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Bila Pelatihan (X_1) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 54.015 + 0.080 \cdot 1 = 55.095$ Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 55.095 . Disiplin (X_2) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot 1 = 52.894$. Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 52.894. Pengaruh Pelatihan (X_1) dan Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) pengujian korelasi berganda menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) antara Pelatihan (X_1) dengan Kinerja karyawan (Y) adalah sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable pelatihan dengan variable kinerja karyawan.

Kata Kunci : *Pelatihan, Disiplin, Kinerja dan Karyawan*

Abstract

The purpose of this study is: To analyze how much influence the training has on the effectiveness of employee performance, how much influence the discipline has on the effectiveness of employee performance, how much influence training and discipline have on the effectiveness of employee performance. This research was conducted at PT. Surya Mustika Ciater Nusantara. South Tangerang. The method used in this study is an associative quantitative approach that is by describing the state of the respondent and description of the research variables in the frequency table and the percentage of the results of questionnaires through data analysis procedures, namely field research (observation, interviews, questionnaires). The population is 140 people and the sample is 100 people from the population. The correlation test results show a positive and significant influence between Training (X_1) on employee performance (Y). If Training (X_1) increases / increases to get a value of 1, then

employee performance (Y) becomes: $\hat{Y} = 54,015 + 0.080 \cdot 1 = 55,095$ So it is estimated that employee performance will increase by 55,095. Discipline (X_2) increases / increases to get a value of 1, then employee performance (Y) becomes: $\hat{Y} = 51,769 + 0.125 \cdot 1 = 52,894$. So it is estimated that employee performance will increase by 52,894. Effect of Training (X_1) and Discipline (X_2) on Employee Performance (Y) Multiple correlation testing shows that the value of sig. (2-tailed) between Training (X_1) and Employee Performance (Y) is $0.002 < 0.05$, which means there is a significant correlation between training variables and employee performance variables.

Keywords : Training, Discipline, Performance and Employees

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam sebuah perusahaan potensi Sumber Daya Manusia pada dasarnya merupakan salah satu modal dan memegang peran yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola Sumber Daya Manusia sebaik mungkin, sebab kunci sukses suatu perusahaan bukan hanya pada keunggulan teknologi dan tersedianya dana saja akan tetapi faktor manusia merupakan faktor yang terpenting. Manusia bisa dikatakan sebagai sumber daya utama yang mampu mengatur, menganalisis dan mengendalikan masalah yang ada di dalam perusahaan. Selain itu manusia mempunyai keinginan, pikiran, perasaan, status dan latar belakang yang beragam yang dibawa ke dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Organisasi perusahaan dapat berjalan sesuai dengan harapan apabila di dalamnya terdapat manusia-manusia dengan satu tujuan yang sama yaitu berkeinginan untuk menjadikan organisasi tempat dia bekerja dan mencari nafkah mengalami peningkatan keuntungan serta perkembangan dari tahun ke tahun. Apabila tujuan dan keinginan itu dapat terwujud, maka sumber daya manusia tersebut tentu berharap hasil jerih payahnya mendapatkan balasan dengan nilai yang sesuai dari organisasi yang telah diperjuangkannya selama ini.

Menurut Wilson Bangun, salah satu sumber daya organisasi yang memiliki peran penting dalam mencapai tujuannya adalah sumber daya manusia. Oleh karena pentingnya peran manusia dalam kompetisi baik jangka pendek maupun jangka panjang dalam agenda bisnis,

suatu organisasi harus memiliki nilai lebih dibandingkan dengan organisasi lainnya. Organisasi yang berhasil dalam mempengaruhi pasar jika dapat menarik perhatian atau kelebihan yang dimiliki dalam berbagai hal dibandingkan dengan organisasi lain.

Sumber daya manusia merupakan titik pusat dari seluruh gerak perusahaan, sekaligus sebagai sumber modal dasar atau kekuatan yang merupakan faktor dominan dalam perusahaan. Pembangunan sumber daya manusia menekankan pada karyawan sebagai pelaku pembangunan yang mempunyai profesionalisme, keterampilan, kecakapan, kreativitas, disiplin, serta kemampuan memanfaatkan mengembangkan dan menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang berwawasan lingkungan, disamping kemampuan dalam pelaksanaan pengelolaannya. Pelatihan dan pengembangan merupakan upaya terencana yang dilakukan perusahaan untuk memfasilitasi pegawai untuk mempelajari berbagai keterampilan dan perilaku yang berhubungan dengan pekerjaan menurut Bernard keys dan Joseph Wolfe dalam Richard L. Draft (2011: 122).

Pelatihan sangat penting bagi pegawai baru maupun pegawai yang sudah lama bekerja. adapun definisi pelatihan menurut Doessler dalam Agusta dan Susanto (2013:1) Pelatihan adalah proses mengajarkan karyawan baru atau yang sudah ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka. Begitu pula dengan halnya Mangkunegara (2009:44) yang memberikan definisi mengenai pelatihan (*training*) adalah suatu proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisasi, pegawai non manajerial mempelajari pengetahuan dan

keterampilan teknis dalam tujuan yang terbatas.

Jenis dan bidang pelatihan yang di lakukan oleh PT Surya Mustika Nusantara tidak terlepas dari beberapa faktor yang sangat menentukan antara lain tingkat bidang pekerjaan dan tanggungjawabnya dimana karyawan tersebut melakukan pekerjaannya. Meningkatkan atau lebih baik dari pada sebelum di lakukan pelatihan.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam sumber daya manusia adalah faktor kedisiplinan. Menurut Hasibuan, kedisiplinan merupakan fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit terwujud tujuan yang maksimal.

Disiplin kerja dapat dilihat sebagai sesuatu yang besar manfaatnya, baik bagi kepentingan organisasi maupun bagi para karyawan. Bagi organisasi adanya disiplin kerja akan menjamin terpeliharanya tata tertib dan kelancaran pelaksanaan tugas, sehingga diperoleh hasil yang optimal. Adapun bagi karyawan diperoleh suasana kerja yang menyenangkan sehingga akan menambah semangat kerja dalam melaksanakan pekerjaannya. Dengan demikian, karyawan dapat melaksanakan tugasnya dengan penuh kesadaran serta dapat mengembangkan tenaga dan pikirannya semaksimal mungkin demi terwujudnya tujuan organisasi.

Sutrisno, mengatakan bahwa disiplin karya-

wan adalah perilaku seseorang dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis.

Kinerja diartikan sebagai sesuatu yang dapat dicapai. Dari penjelasan yang telah diartikan kamus lengkap Bahasa Indonesia kinerja dapat diperoleh pengertian bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Jadi yang dimaksud dengan kinerja dalam skripsi ini adalah sebuah hasil yang telah dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang yang berada dalam lingkungan yang sama yaitu lingkungan kerja untuk mencurahkan seluruh kemampuannya demi kemajuan organisasi.

Pada penelitian kali ini, PT Surya Mustika Nusantara (Grup Gudang Garam) dipilih sebagai objek penelitian, perusahaan ini merupakan perusahaan Sales & Marketing terkemuka di Indonesia yang bertanggungjawab dalam penjualan, promosi dan distribusi produk PT. Karyadibya Mahardhika seperti Apache dan Extreme Mild. Perusahaan ini di tuntutan untuk mendistribusikan produknya secara nasional dengan ratusan kantor pemasaran dan puluhan agen penjualan diseluruh Indonesia memberikan kualitas pemasaran yang terbaik untuk mencapai omset penjualan. Oleh karena itu dibutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang handal, kompeten, professional, dan berkualitas.

Dalam hal kompetensi sumber daya manusia, kinerja karyawan merupakan unsur penting demi terciptanya tujuan perusahaan. Kinerja karyawan yang tinggi sangatlah diharapkan oleh PT Surya Mustika Nusantara. Semakin banyak karyawan yang mempunyai kinerja tinggi, maka produktifitas perusahaan secara keseluruhan akan meningkat sehingga perusahaan akan dapat bertahan dalam persaingan global. Karyawan dituntut untuk mampu menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya secara efektif dan efisien.

Tabel 1. Tingkat Kedisiplinan Karyawan PT Surya Mustika Nusantara Periode Juli 2018 - Desember 2018

BULAN	JUMLAH KARYA WAN	TERLAMBAT DATANG		SAKIT		ALPA	
		JUMLAH KARYA WAN	PRESENTASE	JUMLAH KARYA WAN	PRESENTASE	JUMLAH KARYA WAN	PRESENTASE
JANUARI	150	94	62.67%	22	14.67%	15	10.00%
FEBRUARI	150	96	64.00%	26	17.22%	7	4.67%
MARET	150	80	53.33%	16	10.67%	13	8.67%
APRIL	150	57	38.00%	18	12.00%	16	10.67%
MEI	150	68	45.33%	13	8.67%	10	6.67%
JUNI	150	70	46.67%	20	13.33%	10	6.67%
JULI	150	92	61.33%	13	8.67%	35	23.33%
AGUSTUS	150	91	60.67%	35	23.33%	56	37.33%
SEPTEMBER	150	89	59.33%	30	20.00%	20	13.33%
OKTOBER	150	79	52.67%	17	11.33%	36	24.00%
AVERAGE		825	544.00%	210	140.00%	218	145.33%
		82.5	54.40%	21	14.00%	21.8	14.53%

Sumber: PT. Surya Mustika Nusantara, 2018

Keberhasilan karyawan dapat diukur melalui kepuasan konsumen, berkurangnya jumlah keluhan dan tercapainya target penjualan yang optimal. Kinerja karyawan PT. Surya Mustika Nusantara juga dapat diukur melalui penyelesaian tugasnya secara efektif dan efisien serta melakukan peran dan fungsinya dan itu semua berhubungan positif bagi keberhasilan suatu perusahaan. Terdapat faktor negatif yang dapat menurunkan kinerja karyawan, diantaranya adalah menurunnya keinginan karyawan untuk mencapai prestasi kerja, kurangnya ketepatan waktu dalam penyelesaian pekerjaan sehingga kurang mentaati peraturan, pengaruh yang berasal dari lingkungannya, teman sekerja yang juga menurun semangatnya dan tidak adanya contoh yang harus dijadikan acuan dalam pencapaian prestasi kerja yang baik serta hubungan sesama rekan kerja yang kurang harmonis. Semua itu merupakan sebab menurunnya kinerja karyawan dalam bekerja.

Permasalahan disiplin kerja pada PT Surya Mustika Nusantara dapat dilihat Dari hasil pra survei diperoleh informasi bahwa beberapa karyawannya menunjukkan kinerja yang kurang maksimal, seperti terlambat hadir, tidak berada di tempat pada saat jam kerja, sakit tanpa surat dokter dan alpa. Oleh karena itu bila hal ini terus berlanjut dan tidak ada solusinya, maka dikhawatirkan setiap individu tidak disiplin atau kinerjanya tidak baik yang akan berdampak pada kinerja organisasi secara keseluruhan.

Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh pelatihan terhadap efektifitas kinerja karyawan.
2. Seberapa besar pengaruh kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan.
3. Seberapa besar pengaruh pelatihan dan kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan.

Tujuan Penulisan

1. Untuk menganalisa Seberapa besar pengaruh pelatihan terhadap efektifitas kinerja karyawan.
2. Untuk menganalisa Seberapa besar pengaruh

kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan.

3. Untuk menganalisa Seberapa besar pengaruh pelatihan dan kedisiplinan terhadap efektifitas kinerja karyawan.

1. Pengertian Pelatihan

Menurut pasal 1 ayat 9 undang-undang No. 13 tahun 2003 (ketenagakerjaan) pelatihan kerja adalah keseluruhan kegiatan untuk memberi, memperoleh, meningkatkan, serta mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, dari etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan dan pekerjaan.

Menurut Mathis (2002), Pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi. Oleh karena itu, proses ini terikat dengan berbagai tujuan organisasi, pelatihan dapat dipandang secara sempit maupun luas. Secara terbatas, pelatihan menyediakan para pegawai dengan pengetahuan yang spesifik dan dapat diketahui serta keterampilan yang digunakan dalam pekerjaan mereka saat ini. Terkadang ada batasan yang ditarik antara pelatihan dengan pengembangan, dengan pengembangan yang bersifat lebih luas dalam cakupan serta memfokuskan pada individu untuk mencapai kemampuan baru yang berguna baik bagi pekerjaannya saat ini maupun di masa mendatang.

Sedangkan Payaman Simanjuntak (2005) mendefinisikan pelatihan merupakan bagian dari investasi SDM (human investment) untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kerja, dan dengan demikian meningkatkan kinerja pegawai. Pelatihan biasanya dilakukan dengan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan jabatan, diberikan dalam waktu yang relatif pendek, untuk membekali seseorang dengan keterampilan kerja. Maka oleh karna itu dapat disimpulkan bahwa pelatihan adalah suatu usaha dalam meningkatkan sumber daya manusia dalam dunia usaha. Karyawan baik yang baru maupun yang lama perlu mengikuti pelatihan karena adanya tuntutan pekerjaan yang dapat

berubah akibat perubahan lingkungan kerja, strategi dan sebagainya.

Peserta yang akan mengikuti program pelatihan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Karyawan baru yaitu karyawan yang baru diterima bekerja pada perusahaan. Mereka diberi pelatihan terlebih dahulu sebelum bekerja agar lebih terampil dan ahli dalam menyelesaikan pekerjaannya, sehingga para karyawan dapat bekerja lebih efektif dan efisien.
2. Karyawan lama yaitu karyawan yang telah bekerja lama disebuah perusahaan dan karyawan tersebut ditugaskan untuk mengikuti pelatihan. Pelatihan karyawan lama dilakukan karena tuntutan pekerjaan misalnya kenaikan jabatan, perluasan perusahaan, pembaharuan metode kerja, serta persiapan untuk promosi. Jelasnya pelatihan pada karyawan lama perlu dilaksanakan agar para karyawan semakin memahami keahlian kerja pada bidangnya masing-masing, agar moral kerja dan prestasi kinerja karyawan semakin meningkat.

2. Tujuan Pelatihan Karyawan

Menurut pasal 9 undang-undang ketenagakerjaan tahun 2003, pelatihan kerja diselenggarakan dan diarahkan untuk membekali, meningkatkan, dan mengembangkan kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktivitas, dan kesejahteraan. Tujuan-tujuan pelatihan pada intinya dapat dikelompokkan kedalam lima bidang, yaitu:

1. Memperbaiki kinerja. Karyawan-karyawan yang bekerja secara tidak memuaskan karena kekurangan keterampilan merupakan calon utama pelatihan kendatipun pelatihan tidak dapat memecahkan semua masalah kinerja yang tidak efektif, program pelatihan dan pengembangan yang sehat sering berfaedah dalam meminimalkan masalah ini.
2. Memutakhirkan para karyawan sejalan dengan kemajuan teknologi. Melalui pelatihan, pelatih (*trainer*) memastikan bahwa karyawan dapat mengaplikasikan teknologi baru secara efektif. Para manajer di se-

mua bidang haruslah secara konstan mengetahui kemajuan teknologi yang membuat organisasi mereka berfungsi secara lebih efektif. Perubahan teknologi, pada gilirannya, berarti bahwa pekerjaan senantiasa berubah dan keahlian serta kemampuan karyawan haruslah dimutakhirkan melalui pelatihan, sehingga kemajuan teknologi dapat diintegrasikan kedalam organisasi secara sukses.

3. Mengurangi waktu pembelajaran bagi karyawan baru agar kompeten dalam pekerjaan. Seorang karyawan baru acapkali tidak menguasai keahlian dan kemampuan yang dibutuhkan untuk menjadi "*job competent*", yaitu mampu mencapai *output* dan standar mutu yang diharapkan.
4. Membantu memecahkan masalah operasional. Para manajer harus mencapai tujuan mereka dengan kelangkaan dan kelimpahan sumberdaya. Kelangkaan sumber daya finansial dan sumber daya teknologis manusia (*human technological resources*), dan kelimpahan masalah keuangan, manusia, dan teknologis.
5. Mempersiapkan karyawan untuk promosi. Salah satu cara untuk menarik, menahan, dan memotivasi karyawan adalah melalui program pengembangan karir yang sistematis. Pengembangan kemampuan promosional karyawan konsisten dengan kebijakan sumber daya manusia untuk promosi dari dalam, pelatihan adalah unsur kunci dalam sistem pengembangan karir.
6. Mengorientasikan karyawan terhadap organisasi. Selama beberapa hari pertama di pekerjaan, karyawan baru membentuk kesan pertama mereka terhadap organisasi dan tim manajemen. Kesan ini dapat meliputi kesan yang menyenangkan sampai yang tidak menyenangkan, dan dapat mempengaruhi kepuasan kerja dan keseluruhan produktivitas karyawan. Karena alasan inilah, beberapa penyelenggara orientasi melakukan upaya bersama dengan tujuan mengorientasikan para karyawan baru terhadap organisasi dan pekerjaan secara benar.

7. Memenuhi kebutuhan pertumbuhan pribadi. Misalnya, sebagian besar manajer adalah berorientasi pencapaian dan membutuhkan tantangan baru di pekerjaannya, Pelatihan dan pengembangan dapat memainkan peran ganda dengan menyediakan aktivitas-aktivitas yang menghasilkan efektivitas organisasional yang lebih besar dan meningkatkan pertumbuhan pribadi bagi semua karyawan.

3. Manfaat Pelatihan

Pelatihan mempunyai andil besar dalam menentukan efektivitas dan efisiensi organisasi. Beberapa manfaat nyata yang ditanggung dari program pelatihan dan pengembangan adalah:

- a. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produktivitas
- b. Mengurangi waktu belajar yang diperlukan karyawan untuk mencapai standar kinerja yang dapat diterima
- c. Membentuk sikap, loyalitas, dan kerja sama yang menguntungkan
- d. Memenuhi kebutuhan perencanaan sumber daya manusia
- e. Mengurangi frekuensi dan biaya kecelakaan kerja
- f. Membantu karyawan dalam peningkatan dan pengembangan pribadi mereka

4. Indikator Pendidikan dan Pelatihan Menurut Sedarmayanti

Menurut Sedarmayanti dalam bukunya manajemen sumber daya manusia (2013:174) mengemukakan beberapa indikator pendidikan dan pelatihan diantaranya:

- a. Penyelenggara pelaksanaan
Kegiatan pengamatan, pengolahan data, pelayanan, penelitian, rekayasa, dan pengembangan, serta kerja sama dalam bidang pendidikan dan pelatihan.
- b. Kebutuhan
Suatu keinginan terhadap benda atau jasa yang pemuasannya dapat dilakukan baik bersifat jasmani maupun rohani.
- c. Kualitas pengajar
Merupakan salah satu aspek dari pen-

didikan, yaitu aspek pengetahuan. Pengajaran memberikan keterampilan dan pengetahuan, sedangkan pendidikan membimbing pegawai kearah yang tidak baik dan benar.

1. Pengertian Disiplin

Disiplin adalah kepatuhan pada aturan atau perintah yang ditetapkan oleh organisasi. Disiplin merupakan sebuah proses yang digunakan untuk menghadapi permasalahan kinerja dimana proses ini melibatkan pimpinan atau manajer dalam mengidentifikasi dan mengkomunikasikan masalah-masalah kinerja kepada para karyawan.

Disiplin menurut Keiht Davis, sebagaimana yang dikutip oleh A. A Anwar Prabu Mangkunegara (2013:129) bahwa "*Disciplin is management action to enforce organization standards*". Berdasarkan pendapat Keiht Davis, disiplin kerja dapat diartikan sebagai pelaksanaan manajemen untuk memperteguh pedoman-pedoman organisasi.

Setiap organisasi ataupun perusahaan pasti memiliki standar atas perilaku setiap karyawannya dalam melaksanakan pekerjaannya, baik secara lisan maupun tulisan dan menginginkan setiap pegawai untuk mematuhi sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan produktivitas. Meskipun dalam kenyataan sering terjadi adanya tindakan indiscipliner yang dilakukan oleh karyawannya. Oleh karena itu peningkatan disiplin pegawai sangat penting dalam proses sumber daya manusia sebagai faktor dalam peningkatan produktivitas.

Berdasarkan teori diatas maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa disiplin merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan ataupun organisasi dalam mewujudkan tujuannya.

2. Macam-macam Disiplin

Dalam bukunya, Anwar Prabu Mangkunegara (2013:129-130) ada 2 (dua) bentuk disiplin kerja, yaitu :

- a. Disiplin Preventif
Disiplin preventif adalah suatu upaya untuk menggerakkan pegawai mengikuti dan mematuhi pedoman kerja, aturan-

aturan yang telah digariskan oleh perusahaan. Tujuan dasarnya adalah untuk menggerakkan pegawai berdisiplin diri. Dengan cara preventif, pegawai dapat memelihara dirinya terhadap peraturan-peraturan perusahaan. Pemimpin perusahaan mempunyai tanggung jawab dalam membangun iklim organisasi dengan disiplin preventif, begitu pula pegawai harus dan wajib mengetahui, memahami semua pedoman kerja serta peraturan-peraturan yang ada dalam organisasi. Disiplin preventif merupakan suatu sistem yang berhubungan dengan kebutuhan kerja untuk semua bagian sistem yang ada dalam organisasi. Jika sistem organisasi baik, maka diharapkan akan lebih mudah menegakkan disiplin kerja.

b. Disiplin Korektif

Disiplin korektif adalah suatu upaya menggerakkan pegawai dalam menyatukan suatu peraturan dan mengarahkan untuk tetap mematuhi peraturan sesuai dengan pedoman yang berlaku pada perusahaan. Pada disiplin korektif, pegawai yang melanggar disiplin perlu diberikan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tujuan pemberian sanksi adalah untuk memperbaiki pegawai pelanggar, memelihara peraturan yang berlaku dan memberikan pelajaran kepada pelanggar.

3. Pendekatan Disiplin

Ada 3 (tiga) pendekatan disiplin, menurut Anwar Prabu Mangkunegara (2013:130-131), yaitu :

a. Pendekatan disiplin modern

Pendekatan disiplin modern yaitu mempertemukan sejumlah keperluan atau kebutuhan baru di luar hukuman. Pendekatan ini berasumsi :

1. Disiplin modern merupakan suatu cara menghindarkan bentuk hukuman secara fisik.
2. Melindungi tuduhan yang benar untuk diteruskan pada proses hukuman yang berlaku.
3. Keputusan-keputusan yang semauanya

terhadap kesalahan atau prasangka harus diperbaiki dengan mengadakan proses penyuluhan dengan mendapatkan fakta-faktanya.

4. Melakukan protes terhadap keputusan yang berat sebelah pihak terhadap kasus disiplin.

b. Pendekatan Disiplin dengan Tradisi

Pendekatan disiplin dengan tradisi, yaitu pendekatan disiplin dengan cara pemberian hukuman. Pendekatan ini berasumsi :

1. Disiplin dilakukan oleh atasan kepada bawahan, dan tidak pernah ada peninjauan kembali bila telah diputuskan.
2. Disiplin adalah hukuman untuk pelanggaran, pelaksanaannya harus disesuaikan dengan tingkat pelanggarannya.
3. Pengaruh hukuman untuk memberikan pelajaran kepada pelanggar maupun kepada pegawai lainnya.
4. Peningkatan perbuatan pelanggaran diperlukan hukuman yang lebih keras.
5. Pemberian hukuman terhadap pegawai yang melanggar kedua kalinya harus diberi hukuman yang lebih berat.

c. Pendekatan Disiplin Bertujuan

Pendekatan disiplin bertujuan berasumsi bahwa :

1. Disiplin kerja harus dapat diterima dan dipahami oleh semua pegawai.
2. Disiplin bukanlah suatu hukuman, tetapi merupakan pembentukan perilaku.
3. Disiplin ditujukan untuk perubahan perilaku yang lebih baik.
4. Disiplin pegawai bertujuan agar pegawai bertanggung jawab terhadap perbuatannya.

4. Indikator-indikator Disiplin

Menurut hasibuan (2013:194) pada dasarnya banyak indikator-indikator yang mempengaruhi tingkat disiplin karyawan, diantaranya adalah :

1. Tujuan dan kemampuan

Tujuan dan kemampuan ikut mempengaruhi tingkat kedisiplinan karyawan. Tujuan yang akan dicapai harus jelas dan ditetapkan secara ideal serta cukup menantang bagi ke-

mampuan karyawan. Hal ini berarti bahwa tujuan (pekerjaan) yang dibebankan kepada karyawan harus sesuai dengan kemampuan karyawan bersangkutan, agar dia bekerja dengan sungguh-sungguh dan disiplin dalam mengerjakannya.

2. Teladan pimpinan

Teladan pimpinan sangat berperan dalam menentukan kedisiplinan karyawan, karena pimpinan dijadikan teladan dan panutan oleh para bawahannya. Pimpinan harus memberi contoh yang baik, berdisiplin baik, jujur, adil, serta sesuai kata dengan perbuatan. Dengan teladan pimpinan yang baik, kedisiplinan bawahan pun akan baik. Jika teladan pimpinan kurang baik (kurang berdisiplin), para bawahan pun akan kurang disiplin.

3. Balas jasa

Balas jasa (gaji dan kesejahteraan) ikut mempengaruhi kedisiplinan karyawan karena balas jasa akan memberikan kepuasan dan kecintaan karyawan terhadap perusahaan pekerjaannya. Jika kecintaan karyawan semakin baik terhadap pekerjaan, kedisiplinan mereka akan semakin baik pula. Balas jasa berperan penting untuk menciptakan kedisiplinan karyawan. Artinya semakin besar balas jasa, semakin baik kedisiplinan karyawan. Sebaliknya, apabila balas jasa kecil, kedisiplinan karyawan menjadi rendah. Karyawan sulit untuk berdisiplin baik selama kebutuhan-kebutuhan primernya tidak terpenuhi dengan baik.

4. Keadilan

Keadilan ikut mendorong terwujudnya kedisiplinan karyawan, karena ego dan sifat manusia yang selalu merasa dirinya penting, dan minta diperlakukan sama dengan manusia lainnya. Keadilan yang dijadikan dasar kebijaksanaan dalam pemberian balas jasa (pengakuan) atau hukuman, akan merangsang terciptanya kedisiplinan karyawan yang baik. Manajer yang cakap dalam memimpin selalu berusaha bersikap adil terhadap semua bawahannya. Dengan

keadilan yang baik, akan menciptakan kedisiplinan yang baik pula. Jadi, keadilan harus diterapkan dengan baik pada setiap perusahaan agar kedisiplinan karyawan perusahaan baik pula.

5. Waskat

Waskat (pengawasan melekat) adalah tindakan nyata dan paling efektif dalam mewujudkan kedisiplinan karyawan perusahaan. Dengan waskat berarti atasan harus aktif dan langsung mengawasi perilaku, moral, sikap, gairah kerja, dan prestasi kerja bawahannya. Hal ini berarti atasan harus selalu hadir di tempat kerja agar dapat mengawasi dan memberikan petunjuk jika ada bawahannya yang mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaannya. Waskat efektif merangsang kedisiplinan dan moral kerja karyawan. Karyawan merasa mendapat perhatian, bimbingan, petunjuk, pengarahan dan pengawasan dari atasannya.

5. Prinsip-Prinsip Disiplin

Simamora Barnawi & Arifin, 2012:119 terdapat tujuh prinsip baku yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan disiplin pegawai, yaitu:

a. Prosedur dan kebijakan yang pasti

Pemimpin perlu memberikan perhatian yang serius terhadap berbagai keluhan bawahan. Hal ini mendorong pertumbuhan disiplin kerja. Pimpinan perlu menentukan jenis perilaku yang dikehendaki dan bagaimana cara melakukannya. Prosedur-prosedur disiplin harus mengikuti aturan yang sudah disepakati dari awal. Pimpinan harus berpegang teguh terhadap aturan yang sudah ada dan konsisten dalam pelaksanaannya. Tujuan dibuatnya prosedur dan kebijakan yang pasti adalah untuk menciptakan bentuk disiplin yang konstruktif dan positif melalui kepemimpinan yang sehat dan pelatihan yang memandai bagi para karyawan.

b. Tanggung jawab kepengawasan

Tanggung jawab kepengawasan harus diperhatikan baik-baik. Untuk menjaga disiplin kerja, perlu ada pengawasan yang memiliki otoritas dalam memberikan peringatan

- lisan maupun tulisan. Sebelum memberikan teguran, biasanya pengawas berkonsultasi terlebih dahulu dengan atasannya.
- c. Komunikasi berbagai peraturan
Para bawahan hendaknya memahami peraturan dan standar disiplin serta konsekuensi pelanggannya. Setiap bawahan hendaknya memahami secara penuh kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur disiplin. Kebijakan dan prosedur tersebut dapat disosialisasikan melalui buku manual kerja bawahan.
 - d. Tanggung jawab pemaparan bukti
Setiap bawahan haruslah dianggap tidak bersalah sampai benar-benar ada bukti bawahan karyawan tersebut dinyatakan bersalah. Hukuman baru bisa dijatuhkan apabila bukti-bukti telah terkumpul secara menyakinkan. Perlu diperhatikan bahwa bukti tersebut hendaknya didokumentasikan secara cermat sehingga sulit untuk dipertentangkan. Selain itu, bawahan yang diduga bersalah harus diberi kesempatan untuk membela diri dan mendapat pembelaan.
 - e. Perlakuan yang konsisten
Konsisten peraturan merupakan salah satu prinsip yang penting, tetapi sering diabaikan. Segala peraturan dan hukuman harus diberlakukan secara konsisten tanpa diskriminasi. Pemberlakuan aturan yang berbeda antara satu pihak dengan pihak yang lain akan merusak efektivitas dari sistem disiplin. Inkonsistensi dalam penegakan peraturan akan menciptakan kecemburuan sosial antara para karyawan.
 - f. Pertimbangan atas berbagai situasi
Konsistensi pemberlakuan peraturan bukanlah berarti memberi hukuman yang sama pada pelanggaran yang identik. Besarnya hukuman perlu mempertimbangkan berbagai faktor. Situasi di lapangan dan fakta-fakta yang menggambarkan pelanggaran patut menjadi pertimbangan dalam pemberian hukuman.
 - g. Peraturan dan hukuman yang masuk akal
Peraturan dan hukuman hendaknya di-

buat secara masuk akal. Peraturan dan hukuman yang masuk akal akan membuat orang mudah menerimanya. Hukuman hendaknya wajar. Hukuman berat yang diberikan kepada bawahan yang melakukan pelanggaran ringan justru akan menciptakan perasaan tidak adil diantara para bawahan. Peraturan dan hukuman yang tidak wajar akan menimbulkan sikap negatif diantara para bawahan dan menumbuhkan sikap tidak kooperatif terhadap atasannya.

1. Pengertian Kinerja

Pengertian kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuatu dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika.

Kinerja menurut Malayu S.P Hasibuan (2013:34) Kinerja merupakan suatu hasil kerja yang di capai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas kecakapan, usaha dan kesempatan. Berdasarkan paparan diatas kinerja adalah suatu hasil yang di capai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang berdasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu menurut standard kinerja yang telah di tetapkan sebelumnya.

Anwar Prabu Mangkunegara (2013:67) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang di capai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya.

Menurut Sedarmayanti (2013:176) Mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum sesuai dengan norma maupun etika.

Ada dua jenis perilaku atau tugas mencakup unsur-unsur penting kinerja karyawan, yaitu tugas fungsional atau tugas perilaku. Tugas

fungsional berhubungan dengan seberapa baik seorang karyawan menyelesaikan suatu pekerjaan, terutama menyelesaikan aspek-aspek yang bersifat teknis dari pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Sedangkan tugas perilaku berhubungan dengan seberapa baik karyawan menangani kegiatan antar pribadi dengan anggota yang lain termasuk menangani konflik mengelola waktu, bekerja dalam kelompok dan bekerja sendiri. Hal tersebut sangat bergantung kepada seberapa besar motivasi yang mereka miliki yang dapat menimbulkan peningkatan vitalitas dan kemampuan untuk bekerja keras.

2. Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja merupakan sebuah proses formal untuk melakukan peninjauan ulang dan mengevaluasi kinerja seorang secara periodik. Proses adalah suatu cara yang sistematis atau langkah-langkah yang diikuti dalam melakukan sesuatu. Proses penilaian kinerja ditujukan untuk memahami prestasi kerja seseorang. Tujuan ini memerlukan sebuah proses, yaitu serangkaian kegiatan yang saling berkaitan. Kegiatan-kegiatan ini terdiri dari identifikasi, observasi, pengukuran dan pengembangan hasil kerja karyawan dalam sebuah organisasi.

3. Indikator-indikator Kinerja

Yang menjadi indikator-indikator Kinerja menurut Anwar Prabu (2013:67) adalah sebagai berikut:

- a. Tanggung Jawab
Tanggung Jawab adalah kesanggupan seorang tenaga kerja dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaan yang di serahkan kepadanya dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu serta berani membuat risiko atas keputusan yang di ambilnya. Tanggung jawab dapat merupakan keharusan pada seorang karyawan untuk melakukan secara layak apa yang telah diwajibkan padanya.
- b. Disiplin
Disiplin adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku baik tertulis maupun tidak tertulis dan di kenai sanksi

apabila melanggar tugas dan wewenang yang di berikan kepadanya.

- c. Pencapaian Target
Pencapaian Target adalah suatu proses kegiatan yang mana bertujuan untuk mendapatkan suatu hasil sesuai dengan rencana atau program yang telah di tetapkan.
- d. Kejujuran
Kejujuran adalah ketulusan hati seorang tenaga kerja dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan serta kemampuan untuk tidak mwenyalah gunakan wewenang yang telah di berikan kepadanya.
- e. Motivasi
Motivasi adalah suatu sugesti atau dorongan yang muncul karena di berikan oleh seseorang kepada orang lain atau dari diri sendiri, dorongan tersebut bermaksud agar orang tersebut menjadi orang yang lebih baik dari yang sebelumnya.

METODE

A. Ruang Lingkup Penelitian

1. Tempat Penelitian
Penelitian ini dilakukan pada PT. Surya Mustika Nusantara beralamat di Jl. Raya Masjid An-nur RT.009/RW.010 Pondok Sentul No.10 Ciater.Tangerang Selatan, 15317
2. Waktu Penelitian
Waktu penelitian yang digunakan untuk penelitian pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karayawan pada PT. Surya Mustika Nusantara – Tangerang Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Desember 2018 hingga tercukupi kebutuhan data dan informasi.
3. Jenis Penelitian
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif asosiatif yaitu dengan mendeskripsikan keadaan responden serta deskripsi variable penelitian dalam tabel frekuensi dan presentase dari hasil penyebaran angket dengan melalui prosedur analisis data yaitu penelitian lapangan (observasi, wawancara, kuesioner).

B. Metode Penentuan Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010:115-116) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan populasi dalam penelitian ini adalah 140 orang. Yang meliputi karyawan dan supervisor

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:91) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya di ambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat di ambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Melihat jumlah populasi karyawan yang berjumlah 140 orang karyawan maka dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *proportionate stratified sampling* teknik ini digunakan karena populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Adapun sampel yang digunakan berjumlah 100 orang karyawan atau responden dalam penelitian ini dengan tingkat kesalahan 5%. (Sugiono, 2012:95-99)

Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Pelatihan (Variabel X₁)

1). Definisi Konseptual

Pelatihan adalah suatu usaha dalam meningkatkan sumber daya manusia dalam dunia usaha. Karyawan baik yang baru maupun yang lama perlu mengikuti pelatihan karena adanya tuntutan pekerjaan yang dapat berubah akibat perubahan lingkungan kerja, strategi dan sebagainya.

2). Definisi Operasional Pelatihan

Operasionalisasi dari penelitian ini adalah dengan mengukur semua indikator menggunakan skala *Likert*, dengan 5 jawaban, SS= Sangat Setuju (bobot nilai 5), ST= Setuju

(bobot nilai 4), RG= Ragu-ragu (bobot nilai 3), TS= Tidak Setuju ((bobot nilai 2), STS= Sangat Tidak Setuju (bobot nilai 1)

3). Kisi-kisi kuisioner

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ANGKET	JUMLAH	ALAT UKUR
Pelatihan	Penyelenggara Pelaksana	1,2,3,4,5	5	Angket yang menggunakan skala Likert
	Kebutuhan	6,7,8,9,10	5	
	Kualitas Mengajar	11,12,13,14,15	5	

Disiplin Kerja (Variabel X₂)

1). Definisi Konseptual

Disiplin adalah kepatuhan pada aturan atau perintah yang ditetapkan oleh organisasi. Disiplin merupakan sebuah proses yang digunakan untuk menghadapi permasalahan kinerja dimana proses ini melibatkan pimpinan atau manajer dalam mengidentifikasi dan mengkomunikasikan masalah-masalah kinerja kepada para karyawan.

2). Definisi Operasional Disiplin Kerja

Operasionalisasi dari penelitian ini adalah dengan mengukur semua indikator menggunakan skala *Likert*, dengan 5 jawaban, SS= Sangat Setuju (bobot nilai 5), ST= Setuju (bobot nilai 4), RG= Ragu-ragu (bobot nilai 3), TS= Tidak Setuju ((bobot nilai 2), STS= Sangat Tidak Setuju (bobot nilai 1)

3). Kisi-kisi kuisioner

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ANGKET	JUMLAH	ALAT UKUR
Disiplin Kerja	Tujuan dan Kemampuan	1,2,3	3	Angket yang menggunakan skala Likert
	Teladan Pimpinan	4,5,6	3	
	Balas Jasa	7,8,9	3	
	Keadilan	10,11,12	3	
	Pengawasan Melekat	13,14,15	3	

Kinerja Karyawan (Variabel Y)

1). Definisi Konseptual Kinerja Karyawan

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang di berikan kepadanya.

2). Definisi Operasional Kinerja Karyawan

Operasionalisasi dari penelitian ini adalah dengan mengukur semua indikator menggunakan skala *Likert*, dengan 5 jawaban,

SS= Sangat Setuju (bobot nilai 5), ST= Setuju (bobot nilai 4), RG= Ragu-ragu (bobot nilai 3), TS= Tidak Setuju ((bobot nilai 2), STS= Sangat Tidak Setuju (bobot nilai 1)

3). Kisi-kisi kuisisioner

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM ANGKET	JUMLAH	ALAT UKUR
Kinerja Karyawan	Tanggung-jawab	1,2,3	3	Angket yang menggunakan skala Likert
	Disiplin	4,5,6	3	
	Pencapaian Target	7,8,9	3	
	Kejujuran	10,11,12	3	
	Motivasi	13,14,15	3	

HASIL dan PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan

PT. Surya Mustika Nusantara berdiri pada tahun 2008, PT. Surya Mustika Nusantara adalah Perusahaan yang di miliki oleh PT. Karya Dibia Mahardika untuk menjalankan distribusi produk produk sigaret oleh PT. Karya Dibia Mahardika sebagai produsen, Produk PT. Karya Dibia Mahardika bisa ditemukan dalam berbagai variasi, mulai sigaret kretek klobot (SKL), sigaret kretek linting-tangan (SKT), hingga sigaret kretek linting-mesin (SKM). Untuk produknya yaitu rokok Apache yang mempunyai berbagai variasi pilihan rokok yaitu Apache filter 12, Apache filter 12, Apache kretek 10, Apache kretek 12, Apache kretek 20, Apache Extreme, dan Apache Exotic Menthol. PT. Surya Mustika Nusantara ditunjuk sebagai distributor tunggal yang memegang kendali strategi distribusi dan *field marketing* untuk seluruh wilayah Indonesia.

Bermarkas di Jakarta, PT. Surya Mustika Nusantara telah tumbuh dan bertransformasi menjadi perusahaan distribusi rokok yang profesional dan modern. Berawal dari beberapa ribu karyawan, kini telah didukung oleh sumber daya manusia mencapai lebih dari 6000 ribu orang yang tersebar pada kantor perwakilan regional dan lebih dari 100 kantor perwakilan area di Indonesia.

Visi Perusahaan

Visi Perusahaan adalah Menjadi perusahaan besar yang terpancang, menguntungkan dan memiliki peran dominan dalam industri rokok domestik.

Misi Perusahaan

Misi Perusahaan adalah Menyediakan produk-produk inovatif bermutu tinggi yang memenuhi, bahkan melebihi harapan konsumen sekaligus memberikan manfaat bagi semua *Stakeholder*.

Uji Asumsi Analisis

Uji asumsi dasar yang digunakan mengetahui pola dan varian. Apakah populasi atau data berdistribusi normal atau tidak, atau juga uji dapat digunakan untuk mengetahui apakah polulasi mempunyai beberapa varian yang sama. Dalam uji asumsi dasar yang digunakan adalah uji normalitas dan uji homogenitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini yang digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Untuk menguji uji normalitas menggunakan SPSS versi 20.0

1. Pelatihan (X_1)

Uji normalitas merupakan bagian dari uji perasyarat analisis ststistik atau analisis uji asumsi dasar. Uji asumsi dasar adalah syarat yang harus dipenuhi sebelum data yang ada di uji dengan uji ststistik yang sesungguhnya. Hasil pengujian normalitas kinerja karyawan dengan SPSS diperoleh tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 1. Hasil Uji Normalitas dengan SPSS Pelatihan (X_1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.50658041
	Absolute	.097
Most Extreme Differences	Positive	.051
	Negative	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		.973
Asymp. Sig. (2-tailed)		.300

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig

(2-tailed) 0,300 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogrov-smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Disiplin Kerja (X_2)

Uji normalitas merupakan bagian dari uji perasyarat analisis ststistik atau analisis uji asumsi dasar. Uji asumsi dasar adalah syarat yang harus dipenuhi sebelum data yang ada di uji dengan uji ststistik yang sesungguhnya. Hasil pengujian normalitas kinerja karyawan dengan SPSS diperoleh tabel sebagai berikut.

Tabel 4. 2. Hasil Uji Normalitas dengan SPSS Disiplin Kerja (X_2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.35155101
	Absolute	.049
Most Extreme Differences	Positive	.042
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.495
Asymp. Sig. (2-tailed)		.967

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) 0,967 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogrov-smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

3. Kinerja Karyawan (Y)

Uji normalitas merupakan bagian dari uji perasyarat analisis ststistik atau analisis uji asumsi dasar. Uji asumsi dasar adalah syarat yang harus dipenuhi sebelum data yang ada di uji dengan uji ststistik yang sesungguhnya. Hasil pengujian normalitas kinerja karyawan dengan SPSS diperoleh tabel sebagai berikut.

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) 0,829 lebih besar dari 0,05. Maka

sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogrov-smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 4. 3. Hasil Uji Normalitas dengan SPSS Kinerja karyawan (Y)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.31978130
	Absolute	.063
Most Extreme Differences	Positive	.047
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.625
Asymp. Sig. (2-tailed)		.829

Uji Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama.

Teknik pengujian yang digunakan adalah uji *bartlet*. Uji *bartlet* dilakukan dengan menghitung x^2 . Harga x^2 yang diperoleh dari perhitungan (x^2 hitung), selanjutnya dibandingkan dengan x^2 tabel (X^2 tabel), bila x^2 hitung < x^2 tabel, maka hipotesis nol diteima. Artinya data berasal dari populasi yang homogen. Perhitungan uji homogenitas ini dengan menggunakan *software SPSS versi 20*.

Tabel 4. 4. Uji Homogenitas Variabel Kinerja Karyawan (Y) Dengan Variabel Pelatihan (X_1)

Test of Homogeneity of Variances			
Kinerja Karyawan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.735	16	80	.751

Dari tabel *Test of Homogeneity of Variances* dapat diketahui kedua variabel antara kinerja karyawan dengan variable tata pelatihan terlihat signifikasi sebesar 0,751. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai sig > $\alpha = 0,751 > 0,05$ maka dapat disimpulkan kedua kelompok data mempunyai varian yang sama.

Tabel 4. 5. Uji Homogenitas Variabel Kinerja Karyawan (Y) Dengan Variabel Disiplin (X₂)

Test of Homogeneity of Variances			
Kinerja Karyawan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.397	21	71	.150

Dari tabel *Test of Homogeneity of Variances* dapat diketahui kedua variabel antara kinerja karyawan dengan variable Disiplin kerja terlihat signifikansi sebesar 0,150. Nilai ini menunjukkan bahwa nilai sig > α = 0,150 > 0,05 maka dapat disimpulkan kedua kelompok data mempunyai varian yang sama.

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan pengujian instrument (uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi statisik), di atas maka langkah selanjutnya pengujian hipotesis, yaitu utuk mengetahui pengaruh antara kedua variable independen terhadap satu variable dependen yang dikemukakan dalam rumusan masalah. Sesuai dengan tahapan-tahapan pada metode penelitian Bab III, maka data primer yang telah ditabulasi dan diolah dengan menggunakan analisa Program SPSS 20, peneliti uraikan hasilnya sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelatihan (X₁) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Hasil penelitian Pengaruh Pelatihan (X₁) Terhadap Kinerja karyawan (Y), setelah melalui tahapan pengujian statistik dengan dengan olah data SPSS 20 hasilnya dapat dideskripsikan lebih rinci sebagai berikut:

a. Uji Korelasi Sederhana

Tabel 4.6. Hasil Uji r_{hitung} Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

Correlations			
		Kinerja Karyawan	Pelatihan
Kinerja Karyawan	Pearson Correlation	1	.113
	Sig. (2-tailed)		.264
	N	100	100
Pelatihan	Pearson Correlation	.113	1
	Sig. (2-tailed)	.264	
	N	100	100

Data pada tabel di atas, menunjukkan skor nilai korelasi sebesar 0,113. Hasil ini menunjukkan adanya pe-

ngaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan (X₁) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Untuk mengetahui apakah korelasi tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% (derajat kepercayaan 95%). Untuk harga n = 100 pada tabel nilai-nilai r_{product moment} menunjukkan skor nilai r_{tabel} sebesar 0,195. Ternyata harga r_{hitung} (0,113) < harga r_{tabel} (0,195), sehingga H₀ diterima dan H_a ditolak. Jadi kesimpulannya ada pengaruh positif dan signifikan antara Pelatihan (X₁) Terhadap Kinerja karyawan (Y).

b. Uji Hipotesis (t_{hitung})

Hasil pengolahan data statistik t_{hitung} pada ini dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini

Tabel 4.7. Hasil Uji t_{hitung} Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

One-Sample Test						
Test Value = 58						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pelatihan (X ₁)	1.984	99	.152	.720	-.27	1.71
Kinerja (Y)	1.443	99	.050	.700	.00	1.40

Sebelum mengambil keputusan, pertam-tama kita membuat sebagai berikut :

H₀ : Hasil pelatihan rata-rata adalah 58

H₁ : Hasil pelatihan rata-rata tidak sama dengan 58

Syarat H₀ diterima atau tidak berdasarkan nilai probabilitas sebagai berikut :

➤ Apabila probabilitas > 0.05 maka H₀ diterima

➤ Apabila probabilitas < 0.05 maka H₀ ditolak

Dari hasil di atas pada kolom Sig terlihat bahwa nilai probabilitas 0.152.

Maka H₀ ditolak (0.152 < 0.05). Dengan demikian keputusan yang diambil adalah

Jadi : rata-rata hasil pelatihan tidak

sama dengan 58 .

c. Uji Regresi Linier

Analisis regresi dibuat untuk mengetahui antara variable indeviden dengan variable dependen. Dalam pengujian hipotesis ke – 1 hasil uji regresi liniernya dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 4.8. Hasil Uji Regresi Linier Variabel X₁ Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	54.015	4.184		12.910	.000
Pelatihan	.080	.071	.113	1.124	.264

a. Dependent Variable: kinerja

Pada tabel di atas, menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana nilai koefisien a dan b sebagai berikut : $\hat{Y} = 54.015 + 0.080 \cdot X$

Persamaan regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) dalam variable dependen akan terjadi bila dalam *variable indeviden* ditetapkan. Jadi bila Pelatihan (X₁) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 54.015 + 0.080 \cdot 1 = 55.095$

Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 55.095. Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik, bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa variable indeviden X₁ (Pelatihan) searah terhadap naiknya turunnya *variable dependent* Y (Kinerja karyawan).

2. Pengaruh Disiplin (X₂) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Hasil penelitian Pengaruh Disiplin (X₂) Terhadap Kinerja karyawan (Y), setelah melalui tahapan pengujian statistik dengan olah data SPSS 20 hasilnya dapat dideskripsikan lebih rinci sebagai berikut:

a. Uji Korelasi Sederhana

Analisis selanjutnya dilakukan dengan cara yang sama seperti pada pengujian hipotesis ke-2. Melalui tahapan

pengujian statistik, maka Pengaruh Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan akan Nampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9. Hasil Uji r_{hitung} Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

Correlations			
		Kinerja	Disiplin
Kinerja	Pearson Correlation	1	.313**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	100	100
Disiplin	Pearson Correlation	.313**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	100	100

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

Data pada tabel di atas, menunjukkan skor nilai korelasi sebesar 0,313. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Disiplin (X₂) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Untuk mengetahui apakah korelasi tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% (derajat kepercayaan 95%). Untuk harga n = 100 pada tabel nilai-nilai r *product moment* menunjukkan skor nilai r_{tabel} sebesar 0,176. Ternyata harga r_{hitung} (0,313) > harga r_{tabel} (0,176), sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya ada pengaruh positif dan signifikan antara Disiplin (X₂) Terhadap Kinerja karyawan (Y).

b. Uji Hipotesis (t_{hitung})

Hasil pengolahan data statistik t_{hitung} pada ini dapat dilihat pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10. Hasil Uji t_{hitung} Variabel X₂ Terhadap Variabel Y

One-Sample Test						
Test Value = 55						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Disiplin (X ₂)	.610	99	.543	.540	-1.22	2.30
Kinerja (Y)	10.484	99	.000	3.700	3.00	4.40

Sebelum mengambil keputusan, pertam-tama kita membuat sebagai berikut :

H₀ : Tingkat Disiplin rata-rata adalah

55

H_1 : Tingkat Disiplin rata-rata tidak sama dengan 55

Syarat H_0 diterima atau tidak berdasarkan nilai probabilitas sebagai berikut :

- ▶ Apabila probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima.
- ▶ Apabila probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak.

Dari hasil di atas pada kolom Sig terlihat bahwa nilai probabilitas 0.543.

Maka H_0 ditolak ($0.543 < 0.05$). Dengan demikian keputusan yang diambil adalah

Jadi : rata-rata tingkat disiplin tidak sama dengan 55 .

c. Uji Regresi Linier

Analisis regresi dibuat untuk mengetahui antara variable indeviden dengan variable dependen. Dalam pengujian hipotesis ke – 1 hasil uji regresi liniernya dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini.

Tabel 4.11. Hasil Uji Regresi Linier Variabel X_2 Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	51.769	2.149		24.085	.000
Disiplin	.125	.038	.313	3.265	.002

a. Dependent Variable: kinerja

Pada tabel di atas, menunjukkan hasil perhitungan regresi linier sederhana nilai koefisien a dan b sebagai berikut : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot X$

Persamaan regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) dalam *variable dependen* akan terjadi bila dalam *variable indeviden* ditetapkan. Jadi bila Disiplin (X_2) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot 1 = 52.894$. Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 52.894. Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik,

bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa *variable indeviden* X_2 (Disiplin) searah terhadap naiknya turunnya *variable dependent* Y (Kinerja karyawan).

3. Pengaruh Pelatihan (X_1) dan Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja Karyawan (Y)

a. Uji Korelasi Berganda

Setelah data ketiga *variable* dirangkum dalam tabel tabulasi dan dianalisis melalui hasil uji korelasi berganda, maka pengujian hipotesis ke-3 ini hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.12. Hasil Uji Korelasi Berganda Variabel X_1 Variabel X_2 Terhadap Variabel Y

Correlations				
		Kinerja Karyawan	Pelatihan	Disiplin Kerja
Kinerja Karyawan	Pearson Correlation	1	.113	.313**
	Sig. (2-tailed)		.264	.002
	N	100	100	100
Pelatihan	Pearson Correlation	.113	1	-.056
	Sig. (2-tailed)	.264		.582
	N	100	100	100
Disiplin Kerja	Pearson Correlation	.313**	-.056	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.582	
	N	100	100	100

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

Berdasarkan tabel output di atas, maka akan disimpulkan:

1. Berdasarkan nilai sig. (2-tailed) antara Pelatihan (X_1) dengan Kinerja karyawan (Y) adalah sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable pelatihan dengan variable kinerja karyawan. Selanjutnya hubungan antara Disiplin dengan Kinerja karyawan memiliki nilai sig. (2 tailed) sebesar $0,528 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable disiplin dengan kinerja karyawan.

2. Berdasarkan nilai r_{hitung} (*Person Correlation*)

Diketahui r_{hitung} untuk hubungan pelatihan (X_1) dengan kinerja karyawan (Y) adalah sebesar

0,313 > dari r_{tabel} 0,195. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau korelasi antara variable Disiplin dengan Kinerja karyawan. selanjutnya diketahui nilai r_{hitung} untuk hubungan disiplin (X_2) dengan kinerja karyawan (Y) adalah sebesar $-0,056 <$ dari r_{tabel} 0,195, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan korelasi antara variable disiplin dengan variable kinerja pegawai. Karena r_{hitung} atau *person correlation* dalam analisis bernilai negatif maka hubungan kedua variable tersebut bersifat negatif. Semakin meningkatnya pelatihan dan disiplin maka akan semakin meningkat juga kinerja karyawan.

b. Uji F_{hitung} (T-Test)

Pada uji F ini akan ditampilkan tabel analisis varian anova. Uji anova yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dari ketiga variable. Oleh karena itu untuk mengetahui apakah koefisien korelasi berganda di atas dapat digeneralisasikan atau tidak, maka harus diuji signifikan dengan Uji F_{hitung} . Untuk mengetahui hasil F_{hitung} (Anova) dapat dilihat pada tabel 4. 13 di bawah ini:

Tabel 4.13. Hasil Uji F_{hitung} Variabel X_1 Variabel X_2 Terhadap Variabel Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	141.926	2	70.963	6.309	.003 ^b
	Residual	1091.074	97	11.248		
	Total	1233.000	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)
b. Predictors: (Constant), Disiplin (X_2), Pelatihan (X_1)

Dari tabel 4.13, menunjukkan hasil uji F_{hitung} dengan analisis program SPSS versi 20, yakni F_{hitung} diperoleh skor nilai sebesar 6.309. Harga ini selanjutnya perlu dikonsultasikan dengan F_{tabel} dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dengan taraf kesalahan yang ditetapkan 5% ($\alpha = 0,05$) untuk n = 100 adalah 1.39. Jadi F_{hitung} (6.309) > F_{tabel} (1.39), maka

dapat dinyatakan bahwa Pelatihan (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja karyawan (Y).

Dengan demikian, rumusan hipotesis ketiga yang dinyatakan sebelumnya “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Pelatihan (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja karyawan (Y) pada PT Surya Mustika Nusantara”, terbukti kebenarannya.

c. Uji Regresi Linier Berganda

Pada korelasi ganda dapat dilanjutkan dengan regresi ganda. Regresi linier berganda atau regresi multiple-linier memiliki perbedaan pada variable bebas, yaitu dalam kaitan ini memiliki dua variable bebas (atau lebih). Pada bagian ini ditampilkan tabel koefisien regresi berganda yang diolah dari data interval atau rasio gabungan dari ketiga variabel, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Regresi Berganda Variabel X_1 Variabel X_2 Terhadap Variabel Y

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	46.181	4.617		10.002	.000
Pelatihan (X_1)	.092	.068	.131	1.366	.175
Disiplin (X_2)	.128	.038	.320	3.350	.001

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Berdasarkan perhitungan yang telah ditemukan melalui analisis data pada tabel di atas, diketahui nilai konstanta a dan koefisien b yang ditunjukkan pada perhitungan regresi linier berganda di atas dapat dihitung ke dalam rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 46.181 + 0.092 \cdot (X_1) + 0.128 \cdot (X_2)$$

Diketahui nilai konstanta 46.181. Ini berarti pada Pelatihan dan Disiplin kerja lebih meningkat maka Kinerja karyawan pun akan bertambah. koefisien regresi untuk Pelatihan (0.092) lebih kecil daripada koefisien regresi untuk Disiplin kerja (0.128). Jadi bila

Pelatihan dan Disiplin kerja lebih meningkat, maka kinerja karyawan menjadi :

$$\hat{Y} = 46.181 + 0.092 \cdot (1) + 0.182 \cdot (1) \\ = 46.181 + 0.092 + 0.182 = 46.455$$

Hal tersebut, memberikan gambaran bahwa arah hubungan antara Pelatihan dan Disiplin kerja ternyata searah, dimana setiap kenaikan satu satuan pada variable bebas (Pelatihan dan Disiplin kerja) akan menyebabkan kenaikan terhadap variable terikat (Kinerja karyawan) sebesar 46.455 Artinya bila Pelatihan dan Disiplin kerja dapat dioptimalkan/ditingkatkan lebih baik, maka kinerja karyawan PT Surya Mustika Nusantara lebih bertambah meningkat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data Pelatihan (X_1) dan Disiplin kerja (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) di PT Surya Mustika Nusantara melalui tahapan uji hipotesis yang telah diuraikan di atas, maka pembahasan sebagai berikut:

Pengujian hipotesis ke 1 Pengaruh Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y) Hasil uji korelasi menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Untuk mengetahui apakah korelasi tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% (derajat kepercayaan 95%). Untuk harga $n = 100$ pada tabel nilai-nilai $r_{product\ moment}$ menunjukkan skor nilai r_{tabel} sebesar 0,195. Ternyata harga r_{hitung} (0,113) < harga r_{tabel} (0,195), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi kesimpulannya ada pengaruh positif dan signifikan antara Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Dari hasil uji t pada kolom Sig terlihat bahwa nilai probabilitas 0.152. Maka H_0 ditolak (0.152 < 0.05). Dengan demikian keputusan yang diambil adalah rata-rata hasil pelatihan tidak sama dengan 58 . Persamaan regresi yang digunakan untuk melakukan pre-

diiksi (ramalan) dalam variable dependen akan terjadi bila dalam variable independen ditetapkan. Jadi bila Pelatihan (X_1) meningkat/ ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 54.015 + 0.080 \cdot 1 = 55.095$ Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 55.095. Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik, bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa variable independen X_1 (Pelatihan) searah terhadap naiknya turunnya variable dependent Y (Kinerja karyawan).

Pengujian hipotesis ke 2 Pengaruh Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Untuk mengetahui apakah korelasi tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dengan taraf kesalahan 5% (derajat kepercayaan 95%). Untuk harga $n = 100$ pada tabel nilai-nilai $r_{product\ moment}$ menunjukkan skor nilai r_{tabel} sebesar 0,176. Ternyata harga r_{hitung} (0,313) > harga r_{tabel} (0,176), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi kesimpulannya ada pengaruh positif dan signifikan antara Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Dari hasil uji t pada kolom Sig terlihat bahwa nilai probabilitas 0.543. Maka H_0 ditolak (0.543 < 0.05) . Dengan demikian keputusan yang diambil adalah Jadi : rata-rata tingkat disiplin tidak sama dengan 55. hasil perhitungan regresi linier sederhana nilai koefisien a dan b sebagai berikut : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot X$

Persamaan regresi yang digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) dalam variable dependen akan terjadi bila dalam variable independen ditetapkan. Jadi bila Disiplin (X_2) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot 1 = 52.894$. Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 52.894. Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik, bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa variable independen X_2 (Disiplin) searah terhadap naiknya turunnya variable dependent Y (Kinerja karyawan).

Pengujian hipotesis ke 3 Pengaruh Pelatihan (X_1) dan Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) pengujian korelasi berganda menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) antara Pelatihan (X_1) dengan Kinerja karyawan (Y) adalah sebesar $0,002 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable pelatihan dengan variable kinerja karyawan. Selanjutnya hubungan antara Disiplin dengan Kinerja karyawan memiliki nilai sig. (2 tailed) sebesar $0,528 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable disiplin dengan kinerja karyawan. Hasil uji F_{hitung} dengan analisis program SPSS versi 20, yakni F_{hitung} diperoleh skor nilai sebesar 6.309. Harga ini selanjutnya perlu dikonsultasikan dengan F_{tabel} dengan dk pembilang = k dan dk penyebut = (n-k-1) dengan taraf kesalahan yang ditetapkan 5% ($\alpha = 0,05$) untuk n = 100 adalah 1.39. Jadi F_{hitung} (6.309) > F_{tabel} (1.39), maka dapat dinyatakan bahwa Pelatihan (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja karyawan (Y).

Dengan demikian, rumusan hipotesis ketiga yang dinyatakan sebelumnya “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Pelatihan (X_1) dan Disiplin Kerja (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja karyawan (Y) pada PT Surya Mustika Nusantara”, terbukti kebenarannya. nilai konstanta a dan koefisien b yang ditunjukkan pada perhitungan regresi linier berganda di atas dapat dihitung ke dalam rumus sebagai berikut: $\hat{Y} = 46.181 + 0.092 \cdot (X_1) + 0.182 \cdot (X_2)$

Diketahui nilai konstanta 46.181. Ini berarti pada Pelatihan dan Disiplin kerja lebih meningkat maka Kinerja karyawan pun akan bertambah. koefisien regresi untuk Pelatihan (0.092) lebih kecil daripada koefisien regresi untuk Disiplin kerja (0.128). Jadi bila Pelatihan dan Disiplin kerja lebih meningkat, maka kinerja karyawan menjadi :

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= 46.181 + 0.092 \cdot (1) + 0.182 \cdot (1) \\ &= 46.181 + 0.092 + 0.182 = 46.455\end{aligned}$$

Hal tersebut, memberikan gambaran bahwa arah hubungan antara Pelatihan dan Disiplin kerja ternyata searah, dimana setiap kenaikan satu satuan pada variable bebas (Pelatihan dan

Disiplin kerja) akan menyebabkan kenaikan terhadap variable terikat (Kinerja karyawan) sebesar 46.455 Artinya bila Pelatihan dan Disiplin kerja dapat dioptimalkan/ditingkatkan lebih baik, maka kinerja karyawan PT Surya Mustika Nusantara lebih bertambah meningkat.

SIMPULAN

Kesimpulan

1. Pengujian hipotesis ke 1 Pengaruh Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y) Hasil uji korelasi menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Pelatihan (X_1) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Bila Pelatihan (X_1) meningkat/ ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 54.015 + 0.080 \cdot 1 = 55.095$ Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 55.095 . Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik, bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa variable independen X_1 (Pelatihan) searah terhadap naiknya turunya variable dependent Y (Kinerja karyawan).
2. Pengujian hipotesis ke 2 Pengaruh Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y). Jadi bila Disiplin (X_2) meningkat/ditingkatkan hingga mendapat nilai 1, maka Kinerja karyawan (Y) menjadi : $\hat{Y} = 51.769 + 0.125 \cdot 1 = 52.894$. Jadi diperkirakan Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 52.894. Dengan demikian, Kinerja karyawan akan naik, bila Pelatihan lebih meningkat. Hal ini membuktikan bahwa variable independen X_2 (Disiplin) searah terhadap naiknya turunya variable dependent Y (Kinerja karyawan).
3. Pengujian hipotesis ke 3 Pengaruh Pelatihan (X_1) dan Disiplin (X_2) Terhadap Kinerja karyawan (Y) pengujian korelasi berganda menunjukkan bahwa nilai sig. (2-tailed) antara Pelatihan (X_1) dengan Kinerja karyawan (Y) adalah sebesar 0,002

< 0,05 yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variable pelatihan dengan variable kinerja karyawan. Hubungan antara Pelatihan dan Disiplin kerja ternyata searah, dimana setiap kenaikan satu satuan pada variable bebas (Pelatihan dan Disiplin kerja) akan menyebabkan kenaikan terhadap variable terikat (Kinerja karyawan) sebesar 46.455 Artinya bila Pelatihan dan Disiplin kerja dapat dioptimalkan/ditingkatkan lebih baik, maka kinerja karyawan PT Surya Mustika Nusantara lebih bertambah meningkat.

Saran

1. PT. Surya Mustika Nusantara - Tangerang Selatan harus lebih mengedepankan pelatihan serta edukasi prosedur operasional perusahaan kepada setiap karyawan yang ada, agar kedisiplinan karyawan meningkat.
2. PT. Surya Mustika Nusantara- Tangerang Selatan harus lebih meningkatkan kedisiplinan kepada karyawannya.
3. PT. Surya Mustika Nusantara- Tangerang Selatan harus lebih mengoptimalkan kinerja karyawan agar kinerja karyawan lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Agusta, L; E. M. Susanto (2013), *Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV Haragon Surabaya*. AGORA, 1 (3).
- Arifin & Barnawi. 2012. *Etika dan Profesi Kependidikan*. Yogyakarta : Ar-ruzz Media
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT Bina Aksara
- Bernadin, John H. & Russel Joyce E. A. 1998. *Human Resource Management: An Experiential Approach, 2nd edition*. Singapore: The McGraw-Hill Companies,
- Duwi, Priyatno. 2014. *SPSS 02 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI.
- Hasibuan, Melayu. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta
- Hasibuan, Melayu S.P. (2011) *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Melayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta
- Mangkunegara Prabu, (2012). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Refika Aditama
- Mathis Robert, Jackson Jhon. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Salemba empat
- Nazir Mohammad. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sedarmayanti, (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama
- Simanjuntak, Payaman J. 2005. *Manajemen dan Evaluasi Kinerja*. Jakarta: FE UI.
- Simamora, Henry. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Kedua*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Singarimbun, Masri, dan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei. Cetakan Kedua*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi: dilengkapi dengan Metode R & B*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.

The background of the page is a grayscale illustration of a musical staff that is curved into a semi-circle. The staff contains various musical notes, including quarter notes, eighth notes, and beamed notes, all rendered in black. The notes are arranged in a way that suggests a melodic line. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on geometric and musical elements.

Jurnal
MANDIRI[™]
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

www.jurnalmandiri.com



CALL FOR PAPERS

JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, adalah jurnal independen yang berisi hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi. Kami mengundang segenap akademisi, penulis, dan peneliti untuk mengirimkan tulisan atau karya ilmiahnya guna dimuat di **JURNAL MANDIRI**. Rencananya untuk Edisi berikutnya Vol. 3, No. 2, akan terbit pada Desember 2019. Mulai Edisi Juni 2019, **JURNAL MANDIRI** sudah mengikuti format penulisan Akreditasi Jurnal Nasional (Arjuna) Kemenristekdikti RI. Alhamdulillah, per tanggal 10 Mei 2019, **JURNAL MANDIRI** ditetapkan sebagai Jurnal yang sudah Akreditasi Nasional dengan Peringkat 6.

ADAPUN SYARAT DAN KETENTUAN PENULISAN :

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama Lengkap Penulis, Instansi Penulis, Email, Abstrak (Indonesia/Inggris), Kata-kata kunci, PENDAHULUAN, METODE, HASIL dan PEMBAHASAN, SIMPULAN serta DAFTAR PUSTAKA.
4. Artikel dikirim dalam bentuk Microsoft Word melalui submission yang ada pada website **JURNAL MANDIRI: www.jurnalmandiri.com**.
5. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan ke: Ivan Putranto (085768485086).
6. Template Penulisan dalam bentuk Microsoft Word dan Pdf dapat di download pada website **JURNAL MANDIRI: www.jurnalmandiri.com**.
7. Untuk biaya publication/penerbitan dapat dilihat pada link: <http://jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/Apc>.



KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

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

Alamat Redaksi JURNAL MANDIRI :

LKD-PM, Jl. Pamulang Permai Blok D2 No. 25, Pamulang Barat, Tangerang Selatan 15418

Website : www.jurnalmandiri.com E-mail : redaksij.mandiri@gmail.com

Telp. 021-29204534, Faks. 29050024

Kontak Person : Ivan Putranto (085768485086)

