



Pembuktian Terhadap Perkara Penyalahgunaan Praktek Kedokteran  
*Nining Yurista Prawitasari*

Marketing Strategy Analysis Of Smoke Mangut Catfish To Preserve Traditional Food  
(Case Study At Rinati Store in Tangerang City)  
*Etty Zuliawati Zed*

Tax Avoidance: Good Corporate Governance dan Kualitas Audit  
*Adibah Yahya, Maulina Dyah Permatasari, Taufik Hidayat, Maulana Fahrurroji*

Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan  
*Rustiana Rustiana, Catur Sasi Kirono, Nining Yuningsih, Eka Dwi Astuti*

Pengaruh Sertifikasi Profesi Internal, Assesment, dan Reward Terhadap Kinerja  
Karyawan Perum Peruri SBU (Strategic Business Unit) Produksi Non Uang RI  
*Muhadar Putih, Rafri Dadang Nurrachmawan*

Analisis Indikator Ekonomi Makro Terhadap Return Saham Sektor Manufaktur  
Tahun 2018-2020  
*Purwanto Purwanto, Aris Wiji Astuti*

Peran Komitmen Organisasi Memediasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap  
Ketertikatan Kerja  
*Joi Rikardo Siahaan, Yuhaning Praborini*

Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa  
Memilih Universitas Pelita Bangsa  
*Ratno Wijaya Kusuma, Muhammad Guntur*

Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Cairnhill  
Serviech Inti  
*Robert Yan, Tio Go Ban*

---

---

## **EDITORIAL BOARD**

---

### **PENANGGUNG JAWAB**

*Kepala LPPM Universitas Pelita Bangsa*

### **EDITORIAL TEAM:**

#### **Editor in Chief:**

*Dr. Retno Purwani Setyaningrum, SE, MM - Universitas Pelita Bangsa*

#### **Editorial Board:**

*M. Hatta Fahamsyah, S.Sy., M.Sc. - Universitas Pelita Bangsa*

*Yoga Religia, M.Kom - Universitas Pelita Bangsa*

*Ken Wening Widodasih, SH, MM - Universitas Pelita Bangsa*

*Arief Teguh Nugroho, SE., MM - Universitas Pelita Bangsa*

#### **Reviewer:**

*Dr. Ir. Markonah, M.M., ASAI - Perbanas*

*Surya Bintarti, SE., MM - Universitas Pelita Bangsa*

*Edy Saptono, SH., MM - Universitas Pelita Bangsa*

*Nani Hartati, SE., MM - Universitas Pelita Bangsa*

### **ALAMAT REDAKSI**

*Gedung B Lt. 2 R. LPPM Universitas Pelita Bangsa*

*Jl. Inspeksi Kalimalang, Tegal Danas, Cikarang Pusat, Jawa Barat 17530*

*Tel. 021-2851 8181, 82, 83, 84 Fax. 021-2851 8180*

### **PENERBIT**

*LPPM Universitas Pelita Bangsa*

### **FREKWENSI TERBIT**

*6 (Enam) Bulanan (Apr & Okt)*

---

---

## DAFTAR ISI

---

<b>Pembuktian Terhadap Perkara Penyalahgunaan Praktek Kedokteran</b> <i>Nining Yurista Prawitasari</i> .....	58-71
<b>Marketing Strategy Analysis Of Smoke Mangut Catfish To Preserve Traditional Food (Case Study At Rinati Store in Tangerang City)</b> <i>Etty Zuliawati Zed</i> .....	72-94
<b>Tax Avoidance: Good Corporate Governance dan Kualitas Audit</b> <i>Adibah Yahya, Maulina Dyah Permatasari, Taufik Hidayat, Maulana Fahruroji</i> .....	95-105
<b>Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan</b> <i>Rustiana Rustiana, Catur Sasi Kirono, Nining Yuningsih, Eka Dwi Astuti</i> .....	106-116
<b>Pengaruh Sertifikasi Profesi Internal, Assesment, dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Perum Peruri SBU (Strategic Business Unit) Produksi Non Uang RI</b> <i>Muhadar Putih, Rafri Dadang Nurrachmawan</i> .....	117-123
<b>Analisis Indikator Ekonomi Makro Terhadap Return Saham Sektor Manufaktur Tahun 2018-2020</b> <i>Purwanto Purwanto, Aris Wiji Astuti</i> .....	124-137
<b>Peran Komitmen Organisasi Memediasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Ketertikatan Kerja</b> <i>Joi Rikardo Siahaan, Yuhaning Praborini</i> .....	138-145
<b>Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa</b> <i>Ratno Wijaya Kusuma, Muhammad Guntur</i> .....	146-153
<b>Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Cairnhill Serviech Inti</b> <i>Robert Yan, Tio Go Ban</i> .....	154-158

---

**PEMBUKTIAN TERHADAP PERKARA  
PENYALAHGUNAAN PRAKTEK KEDOKTERAN  
(STUDI KASUS TERHADAP PUTUSAN PERKARA  
NOMOR : 176/PID.B/2010/PN.KNG)**

**Nining Yurista Prawitasari  
Prodi Hukum, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Humaniora, Universitas Pelita Bangsa  
nining.y.p@pelitabangsa.ac.id**

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng yang dikategorikan sebagai penyalahgunaan praktek kedokteran dan juga untuk mengetahui pembuktian terhadap perkara penyalahgunaan praktek kedokteran dalam Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode pendekatan yuridis normatif, dengan spesifikasi penelitian perskriptif. Lokasi yang digunakan dalam penelitian yaitu di Pengadilan Negeri Kuningan. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah normatif kualitatif. Hasil penelitian ini diketahui bahwa pembuktian di persidangan terhadap Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng yaitu menggunakan sistem pembuktian negatif menurut Undang-Undang yaitu sekurang-kurangnya dua alat bukti yang sah mendasarkan pada ketentuan Pasal 183 KUHP. Alat bukti yang diajukan di persidangan harus sesuai dengan Undang-Undang sebagaimana dalam Pasal 184 KUHP yaitu mengenai alat bukti yang sah menurut Undang-Undang diantaranya keterangan saksi, keterangan ahli, surat, petunjuk dan keterangan terdakwa. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan praktek kedokteran karena terdakwa dalam melakukan pengobatan terhadap korbannya tidak memenuhi persyaratan untuk melakukan izin praktek kedokteran, dengan berpura-pura sebagai dokter yang memiliki keahlian khusus dibidangnya dalam melakukan tindakan medis, karena tidak memiliki kewenangan dalam melakukan upaya medis terhadap seseorang yang diobatinya sehingga terbukti melanggar Pasal 78 Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana yaitu melakukan tindak pidana beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter. Hakim memutus terdakwa dengan pidana penjara selama 4 (empat) tahun.*

***Kata kunci : pembuktian, penyalahgunaan, praktek kedokteran.***

**Abstract**

*This research entitled “The Evidence of Abuse Medical Practice Case (Study case toward the Decision of the Case number : 176/Pid.B/2010/PN.Kng)”. The purposes of this research are to reveal the Decision of the Case number : 176/Pid.B/2010/PN.Kng could categorize as abuse medical practice and also to know the evidence toward of abuse medical practice case number : 176/Pid.B/2010/PN.Kng. The method of this research is Normative Juridical Method with prescriptive research specification. The location is in Kuningan District Court. Data sources of this research are secondary and primary source. Data analysis method is Qualitative Normative. The result of this research is using negative evidence system according act that is minimal two valid evidences based on article number 183 KUHAP. The evidences that submitted in the court have to appropriate with act as article 184 KUHAP is about the legal evidences according the act, like witness information, expert information, letters, clues, and the information of accused. Based on the outcome of this research is known that the decision of the case number : 176/Pid.B/2010/PN.Kng could categorize as abuse medical practice, because when the accused cured the patients, he pretended as specialist doctor and did all of medical actions however he was not qualified to do that medical practice. Because he don't have any competence in medical action to cure a patient, so he is proven break the act article 78 of Law Number line 29 of 2004 about Medical Practice Jo on article 64, 1st verse KUHAP, it is about commit the criminal continually without registration letter or medical, dentistry certificate. Judge decided the defendant with imprisonment for 4 (four) years.*

**Keywords:** *Evidence, Abuse, Medical Practice.*

## PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hak asasi manusia yang harus diwujudkan dalam bentuk pemberian berbagai upaya kesehatan kepada seluruh masyarakat melalui penyelenggaraan pembangunan kesehatan yang berkualitas dan terjangkau oleh masyarakat. Pembangunan bidang kesehatan pada dasarnya ditujukan untuk meningkatkan kesadaran, kemauan dan kemampuan hidup sehat bagi setiap orang untuk mewujudkan derajat kesehatan yang optimal sebagai salah satu unsur kesejahteraan sebagaimana diamanatkan oleh Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945. Pelayanan kesehatan bertujuan untuk melaksanakan pencegahan dan pengobatan terhadap penyakit, termasuk di dalamnya pelayanan medis yang dilaksanakan atas dasar hubungan individual antara dokter dengan pasien yang membutuhkan penyembuhan. Dalam hubungan antara dokter dengan pasien masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban, hubungan tersebut dalam pelayanan kesehatan merupakan suatu perjanjian yang berupa perjanjian ikhtiar (*inspannings verbinten*), serta dokter pun berkewajiban memberikan pelayanan medis yang sebaik-baiknya kepada pasien. (Utari Dewi Fatimah, 2017 : 214).

Dokter dan dokter gigi sebagai salah satu komponen utama pemberi pelayanan kesehatan kepada masyarakat yang mempunyai peranan yang sangat penting karena terkait langsung dengan pemberian pelayanan kesehatan dan mutu pelayanan kesehatan yang diberikan. Penyelenggaraan praktik kedokteran yang merupakan inti dari berbagai kegiatan dalam penyelenggaraan upaya kesehatan harus dilakukan oleh dokter dan dokter gigi yang memiliki etik dan moral yang tinggi, keahlian dan kewenangan yang secara terus menerus harus ditingkatkan mutunya melalui pendidikan dan pelatihan berkelanjutan, sertifikasi, registrasi, lisensi, serta pembinaan, pengawasan dan pemantauan agar penyelenggaraan praktik kedokteran sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengetahuan yang dimilikinya harus terus menerus dipertahankan dan ditingkatkan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi itu sendiri.

Dokter dan Dokter gigi dengan perangkat keilmuan yang dimilikinya mempunyai karakteristik yang khas. Kekhasannya ini terlihat dari pembenaran yang diberikan oleh hukum yaitu diperkenankannya melakukan tindakan medis terhadap tubuh manusia dalam upaya memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan. Seperti yang telah dijelaskan pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No.29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran berbunyi: “Praktek kedokteran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh dokter dan dokter gigi terhadap pasien dalam melaksanakan upaya kesehatan”. Definisi dari Pasal tersebut, bahwa praktek kedokteran hanya boleh dilakukan oleh pihak yang mempunyai keahlian khusus (dokter atau dokter gigi) dibidangnya dengan memenuhi syarat yang telah diatur oleh Undang-Undang.

Kurangnya pengetahuan masyarakat dibidang kesehatan, sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang bagaimana membedakan apakah pelayanan kesehatan tersebut dilakukan oleh tenaga medis yang legal (sesuai dengan syarat yang telah dilakukan Undang-Undang) atau illegal (tidak sesuai dengan peraturan Undang-Undang). Pada proses di sidang pengadilan, ada tahap tentang pembuktian. Pembuktian merupakan masalah yang memegang peranan dalam proses pemeriksaan di sidang pengadilan. Hal ini merupakan hal yang sangat penting dalam acara pidana, karena hukum acara pidana bertujuan untuk mencari kebenaran materiil.

“Menurut M.Yahya Harahap, pembuktian merupakan ketentuan-ketentuan yang berisi penggarisan dan pedoman tentang cara-cara yang dibenarkan undang-undang membuktikan kesalahan yang didakwakan kepada terdakwa. Pembuktian juga merupakan ketentuan yang mengatur alat-alat bukti yang dibenarkan undang-undang yang boleh dipergunakan hakim membuktikan kesalahan yang didakwakan”. (M.Yahya Harahap, 2010 : 252). Berkaitan dengan

uraian diatas, menarik minat penulis untuk meneliti dan menuliskan hasilnya dalam artikel jurnal yang berjudul "Pembuktian terhadap Perkara Penyalahgunaan Praktek Kedokteran (Studi Kasus terhadap Putusan Perkara Nomor 176/Pid.B/2010/PN. Kng)".

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode pendekatan yuridis normatif yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder belaka (Soerdjono dan Sri, 1994; Roni, 1994; Amirudin dan Zainal, 2004; Achmad, 2009)., dan spesifikasi penelitian yang digunakan adalah spesifikasi perskriptif yaitu untuk memberikan argumentasi atas hasil penelitian yang telah dilakukan. Argumentasi ini untuk memberikan prespektif atau penilaian mengenal benar atau salah menurut hukum terhadap fakta atau peristiwa hukum dari hasil penelitian. Lokasi yang digunakan dalam penelitian yaitu di Pengadilan Negeri Kuningan. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer dengan pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan studi kepustakaan. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah normatif kualitatif yaitu metode analisis data dengan cara mengelompokkan dan menseleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya kemudian disusun secara sistematis, yang selanjutnya dikaji dengan metode berfikir secara deduktif dihubungkan dengan teori-teori dari studi kepustakaan (data sekunder), kemudian dibuat kesimpulan yang berguna untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Data Sekunder**

#### **1. Duduk Perkara**

Terdakwa hanya bersekolah sampai kelas 2 SMA, pernah bekerja sebagai pembantu dokter. Pada Juli tahun 1999 membuka praktek pengobatan kilat segala penyakit dengan memakai gelar nama dr. Aom Komeri. Pada tahun 2000 pindah tempat di Desa Sindangbarang Kecamatan Jalaksana. Tahun 2003 pindah tempat praktek di Desa Ragawacana Kecamatan Kramatmulya. Pada bulan Maret tahun 2005 terdakwa ditangkap polisi karena melakukan praktek dokter dan menjalani masa hukuman selama 2 (dua) tahun. Pada tahun 2010 terdakwa melakukan praktek dokter kembali dengan mengaku bernama dr. Erik. Terdakwa memberitahukan kepada masyarakat bahwa dirinya seorang dokter bernama Erik, bekerja di Rumah Sakit Pertamina Cirebon dan biasa melakukan praktek kedokteran bagi yang memiliki penyakit. Keadaan tersebut menjadikan masyarakat yang tidak mengetahui siapa status terdakwa percaya.

Pada tanggal 1 Agustus 2010 pukul 21.00 WIB Dadang Sunandar (Saksi-2) di jemput dan dibawa ke rumah sebagaimana tempat kejadian tersebut di atas. Setelah Aan Mujayanah (Saksi-3) memberitahukan bahwa dirinya memiliki penyakit ada benjolan di leher, oleh terdakwa dilakukan penyedotan terhadap benjolan itu dengan jarum injek atau spit, setelah selesai diberi obat berupa amoksilin, alextrol, dan dektral, lalu terdakwa meminta jasa pengobatan tersebut sebesar Rp. 435.000,00 (empat ratus tiga puluh lima ribu rupiah).

Pada tanggal 2 Agustus 2010 pukul 17.30 WIB di rumah Mamah Nurhikmah (Saksi-1), terdakwa telah melakukan praktek kedokteran kembali terhadap Mamah Nurhikmah (Saksi-1) yang mengalami penyakit adanya benjolan di payudara, oleh terdakwa dinyatakan sebagai penyakit kanker, kemudian terdakwa menyuntikkan obat baal sekitar benjolan, beberapa saat kemudian terdakwa membedah payudara dengan menggunakan pisau, kemudian mengangkat

benjolan dengan tangan/gunting dan menjahit kembali payudara, diperban dan Mamah Nurhikmah (Saksi-1) diberi obat berupa amoksilin, alextrol dan dextral serta membayar jasa terdakwa sebesar Rp. 650.000,00 (enam ratus lima puluh ribu rupiah).

Pada tanggal 6 Agustus 2010 Saksi-1 (Mamah Nurhikmah) yang masih menyusui bayinya, dalam jahitannya mengeluarkan cairan, sehingga menelpon terdakwa. Dan pada hari itu juga sekira pukul 21.30 WIB terdakwa datang ke rumah Saksi-1 (Mamah Nurhikmah). Setelah melakukan pengecekan terhadap Saksi-1 (Mamah Nurhikmah), lalu terdakwa ditangkap oleh anggota Polres Kuningan yaitu Saksi-5 (Garjoto), Saksi-6 (Stefanus Partahi Jaya) dan Saksi-7 (Eka Susanto).

## 2. Dakwaan Penuntut Umum

Terdakwa telah didakwa oleh Penuntut Umum dengan dakwaan yang disusun secara alternatif yaitu :

- Pertama : Pasal 77 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana ;
- Kedua : Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana ;
- Ketiga : Pasal 82 ayat (1) huruf a Undang - Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana.

## 3. Pembuktian

Hakim dalam kasus ini memeriksa beberapa alat bukti dalam persidangan yaitu :

### a. Keterangan Saksi

Keterangan beberapa saksi yaitu Saksi-1 (Mamah Nurhikmah), Saksi-2 (Dadang Sunandar), Saksi-3 (Aan Mujayanah), Saksi-4 (Solehudin), Saksi-5 (Garjoto), Saksi-6 (Stefanus), Saksi-7 (Eka Susanto).

### b. Keterangan Ahli

Keterangan ahli yang dihadirkan di persidangan oleh Fery Agus Priana, Ssi. Apt sebagai Kasie Farmasi dan Perizinan (Dinas Kesehatan Kabupaten Kuningan).

### c. Keterangan Terdakwa

Keterangan terdakwa yang pada intinya memberikan keterangan bahwa benar terdakwa telah melakukan pengobatan secara medis tersebut tanpa adanya keahlian yang khusus, dan pada saat melakukan perbuatannya tersebut, selalu memakai jas warna putih sebagaimana layaknya dokter sedang praktek kedokteran.

## 4. Tuntutan Jaksa Penuntut Umum

- 1) Menyatakan Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita terbukti bersalah melakukan tindak pidana **Beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter** sebagaimana melanggar Pasal 78 Undang - Undang Nomor. 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana dalam dakwaan kedua ;
- 2) Menjatuhkan pidana terhadap terdakwa (Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita) dengan pidana penjara selama 4 (empat) tahun ;
- 3) Menetapkan barang bukti : 1 (satu) buah stetoskop, 1 (satu) set alat tensi darah, 1 (satu) botol alcohol 70% ukuran 100 ml liter, 6 (enam) buah kain perban, 36 (tiga puluh enam) pisau bedah, 14 (empat belas) jarum suntik, 10 (sepuluh) buah gunting operasi, 3 (tiga buah) tang gigi, 1 (satu) buah pisau kerik, 1 (satu) buah pingset, 2 (dua) buah kater, 7 (tujuh) buah alat suntik/spit, 5 (lima) botol Etdril masih penuh, 5 (lima) botol Etdril sudah dipakai, 1 (satu) buah Aquater, 1 (satu) buah obat bius, 1 (satu) buah obat bisul, 1



(satu) buah betadien, 1 (satu) gulung Handsaplas, 1 (satu) buah Spidol, 1(satu) pak kantong plastik untuk obat, 9 (sembilan) strip/lembar obat Lexacrol, 8 (delapan) strip/lembar obat Captopril, 7 (tujuh) strip/lembar obat Moxgral 500 ml gram, 6 (enam) strip/lembar obat Daneureun, 7 (tujuh) strip/lembar obat Calficar, 6 (enam) strip/lembar obat Furosemide, 8 (delapan) strip/lembar obat gatal, 4 (empat) strip/lembar obat Lexamek, 6 (empat) strip/lembar obat Pepyren, 1 (satu) strip/lembar obat Glibenciamide, 1 (satu) strip/lembar obat Alphamol, 200 (dua ratus) butir obat CTM, 200 (dua ratus) butir Etadek, 60 (enam puluh) butir obat Dekstamex, 100 (seratus) butir obat Predmnicon, 1 (satu) buah jas warna putih (dirampas untuk dimusnahkan), 1 (satu) buah KTP a/n Aom Komeri (dikembalikan kepada terdakwa), 1 (satu) unit kendaraan bermotor berikut STNK a/n Kusdi tahun 2008 merk Honda Revo warna abu - abu No. Pol. E-4835-YQ rangka MHIHB611X8K2791717 No. Mesin HB61E1246868 (dikembalikan kepada yang berhak) ;

- 4) Menetapkan agar terdakwa membayar biaya perkara sebesar Rp. 1.000,00 (seribu rupiah).

## 5. Putusan Pengadilan

### a. Dasar Pertimbangan Hukum Hakim

Menimbang bahwa terdakwa (Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita) telah didakwa oleh Jaksa Penuntut Umum dengan dakwaan alternative maka Majelis Hakim akan memilih salah satu dakwaan yang paling tepat atas perbuatan terdakwa, yaitu dakwaan kedua, terdakwa didakwa melanggar Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana yang unsur - unsurnya sebagai berikut :

1. Setiap orang ;
2. Dengan sengaja menggunakan alat, metode atau cara lain dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat ;
3. Menimbulkan kesan seolah - olah yang bersangkutan adalah dokter atau dokter gigi yang telah memiliki surat tanda registrasi dokter atau surat tanda registrasi dokter gigi atau surat izin praktek dan hal tersebut merupakan kewenangan dokter atau dokter gigi atau tenaga kesehatan yang diberi wewenang oleh peraturan perundang - undangan;
4. Dilakukan dalam beberapa perbuatan yang ada hubungannya sedemikian rupa hingga harus dipandang satu perbuatan berlanjut ;

Menimbang, bahwa berdasarkan pertimbangan di atas, ternyata seluruh unsur dari Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHP telah terbukti secara sah dan meyakinkan, maka terdakwa harus dinyatakan bersalah melakukan tindak pidana "**Beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter**"

Menimbang, bahwa sebelum Majelis Hakim sampai pada penjatuhan pidana atas diri Terdakwa, kiranya perlu mempertimbangkan hal - hal yang memberatkan dan meringankan terdakwa :

Hal - hal yang memberatkan :

- a. Terdakwa bukan lulusan sekolah kedokteran
- b. Perbuatan terdakwa beresiko besar terhadap keselamatan yang di obatinya
- c. Terdakwa sudah pernah dihukum dalam kasus yang sama

Hal-hal yang meringankan :

- a. Terdakwa sopan di persidangan
- b. Terdakwa mengakui terus terang dan menyesali perbuatannya

**b. Amar Putusan**

1. Menyatakan Terdakwa Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana :  
**“Beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter”**
2. Menjatuhkan pidana terhadap Terdakwa Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita dengan pidana penjara selama 4 (empat) tahun;
3. Menetapkan masa penahanan yang telah dijalani oleh terdakwa tersebut dikurangkan seluruhnya dari pidana yang dijatuhkan;
4. Menetapkan Terdakwa tetap ditahan;
5. Menetapkan barang bukti : 1 (satu) buah stetoskop, 1 (satu) set alat tensi darah, 1 (satu) botol alcohol 70% ukuran 100 ml liter, 6 (enam) buah kain perban, 36 (tiga puluh enam) pisau bedah, 14 (empat belas) jarum suntik, 10 (sepuluh) buah gunting operasi, 3 (tiga buah) tang gigi, 1 (satu) buah pisau kerik, 1 (satu) buah pingset, 2 (dua) buah kater, 7 (tujuh) buah alat suntik/spit, 5 (lima) botol Etdril masih penuh, 5 (lima) botol Etdril sudah dipakai, 1 (satu) buah Aquater, 1 (satu) buah obat bius, 1 (satu) buah obat bisul, 1 (satu) buah betadien, 1 (satu) gulung Handsaplas, 1 (satu) buah Spidol, 1(satu) pak kantong plastik untuk obat, 9 (sembilan) strip/lembar obat Lexacrol, 8 (delapan) strip/lembar obat Captopril, 7 (tujuh) strip/lembar obat Moxgral 500 ml gram, 6 (enam) strip/lembar obat Daneureun, 7 (tujuh) strip/lembar obat Calcifar, 6 (enam) strip/lembar obat Furosemide, 8 (delapan) strip/lembar obat gatal, 4 (empat) strip/lembar obat Lexamek, 6 (empat) strip/lembar obat Pepyren, 1 (satu) strip/lembar obat Glibenciamide, 1 (satu) strip/lembar obat Alphamol, 200 (dua ratus) butir obat CTM, 200 (dua ratus) butir Etadek, 60 (enam puluh) butir obat Dekstamex, 100 (seratus) butir obat Predmnicon, 1 (satu) buah jas warna putih (dirampas untuk dimusnahkan), 1 (satu) buah KTP a/n Aom Komeri (dikembalikan kepada terdakwa), 1 (satu) unit kendaraan bermotor berikut STNK a/n Kusdi tahun 2008 merk Honda Revo warna abu - abu No. Pol. E-4835-YQ rangka MHIHB611X8K2791717 No. Mesin HB61E1246868 (dikembalikan kepada yang berhak) ;
6. Membebani terdakwa untuk membayar biaya perkara sebesar Rp. 1.000,00 (seribu rupiah).

**Data Primer**

Data Primer diperoleh dari wawancara dengan Hakim Pengadilan Negeri Kuningan yaitu Ratna Dianing Wulansari, S.H dan juga wawancara dengan Kasie Farmasi dan Perizinan (Dinas Kesehatan Kabupaten Kuningan) yaitu Fery Agus Priana, S.Si., Apt.

**Pembahasan**

**1. Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan praktek kedokteran.**

Dokter merupakan salah satu tenaga profesional sehingga dalam kerjanya senantiasa didasarkan pada suatu keilmuan, keterampilan, tertentu serta selalu dituntut adanya

keprofesionalan dalam kerjanya. Pengertian dokter menurut Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran, yaitu dalam Pasal 1 angka 2 adalah sebagai berikut :

“Dokter dan dokter gigi adalah dokter, dokter spesialis, dokter gigi, dan dokter gigi spesialis lulusan pendidikan kedokteran atau kedokteran gigi baik didalam maupun di luar negeri yang diakui oleh Pemerintah Republik Indonesia sesuai dengan peraturan perundang - undangan.”

Kemudian tentang Profesi Kedokteran dijelaskan tersendiri dalam Pasal 1 angka 1, yang dirumuskan sebagai berikut :

“Profesi kedokteran atau kedokteran gigi adalah suatu pekerjaan kedokteran atau kedokteran gigi yang dilaksanakan berdasarkan suatu keilmuan, kompetensi yang diperoleh melalui pendidikan yang berjenjang, dan kode etik yang bersifat melayani masyarakat.”

Penyalahgunaan berasal dari kata dasar salah dan guna. Menurut Suharso dan Ana Retnoningsih :

“Salah adalah tidak sebagaimana mestinya, tidak betul, tidak benar, keliru, tidak kena, tidak mengenai sasarannya, tidak tepat benar, luput, gagal, sesuatu yang tidak seharusnya, tidak layak, tidak baik, perbuatan yang tidak seharusnya tidak patut, melanggar hukum, merugikan orang dan sebagainya bersalah berbuat sesuatu yang tidak seharusnya, menyalahi aturan dan sebagainya. Dalam berbagai - bagai kata majemuk menunjukkan arti keliru, tidak seharusnya, tidak cocok dengan keadaan yang sebenarnya, khilaf, tidak nyaman badannya, tidak pada tempatnya, buruk perbuatannya atau maksudnya sial.”

(Suharso dkk, 2009 : 430).

Sedangkan menurut Yandianto, “Guna adalah faedah, manfaat, fungsi, kebaikan, budi baik, untuk, bagi.”(Yandianto, 2012 : 152)

Maka dari itu dapat diambil kesimpulan bahwa penyalahgunaan adalah seseorang yang melakukan perbuatan/proses/cara tidak sebagaimana mestinya/tidak benar/keliru/tidak baik/perbuatan yang tidak seharusnya dilakukan/tidak patut, sehingga menyalahi aturan/melanggar hukum yang dampaknya tidak bermanfaat dan menimbulkan kerugian bagi oranglain. Sedangkan menurut Yandianto, penyalahgunaan adalah proses, cara, perbuatan yang menyeleweng. (Yandianto, 2012 : 514)

Kurangnya pengetahuan masyarakat dibidang kesehatan, sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang bagaimana membedakan apakah praktek pelayanan kesehatan tersebut dilakukan oleh tenaga medis yang legal atau illegal.

Menurut Fery Agus Priana, S.Si.Apt (Kasie Farmasi dan Perizinan) Dinas Kesehatan Kabupaten Kuningan, untuk melakukan praktek kedokteran harus ada landasan hukum yaitu :

1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran.
2. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 512/Menkes/Per/IV/2007 tentang Izin Praktek dan Pelaksanaan Praktek Kedokteran.

Untuk dapat menyelenggarakan praktek kedokteran, memerlukan pengaturan baik dengan kode etik maupun dengan hukum. Persyaratan tersebut yaitu:

Syarat untuk melakukan Praktik Kedokteran menurut Undang - Undang Nomer 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran yaitu :

- a. Mempunyai Surat Tanda Registrasi (STR) dokter dan Surat Tanda Registrasi Dokter (STR) gigi, yang di terbitkan oleh Konsil Kedokteran Indonesia.

b. Memiliki surat izin praktik

Pelaksanaan praktik kedokteran menuntut adanya kompetensi dan kewenangan dokter dalam memberikan pelayanan medis. Yang dimaksud dengan kompetensi adalah kemampuan seseorang yang didasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan dan sikap professional untuk menjalankan praktik, sedangkan kewenangan berarti kewenangan secara hukum yang diberikan oleh pihak yang berwenang kepada dokter untuk menjalankan praktik. Kompetensi seorang dokter dibuktikan dengan sertifikat kompetensi yang dimilikinya, dan kewenangannya dibuktikan dengan surat tanda registrasi (STR). (Veronica Komalawati, 2018 : 3)

Putusan pada perkara Nomor 176/Pid.B/2010/PN.Kng Majelis Hakim menggunakan Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHP. Adanya fakta - fakta di persidangan yang memenuhi unsur - unsur Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHP yaitu :

- a. Unsur "Setiap Orang" ;
- b. Unsur "Dengan sengaja menggunakan alat, metode atau cara lain dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat ;
- c. Unsur "Menimbulkan kesan seolah - olah yang bersangkutan adalah dokter atau dokter gigi yang telah memiliki surat tanda registrasi dokter atau surat tanda registrasi dokter gigi atau surat izin praktek dan hal tersebut merupakan kewenangan dokter atau dokter gigi atau tenaga kesehatan yang diberi wewenang oleh peraturan perundang - undangan" ;
- d. Unsur "Dilakukan dalam beberapa perbuatan yang ada hubungannya sedemikian rupa hingga harus dipandang satu perbuatan berlanjut".

Melalui hasil penelitian terhadap perkara ini dapat diketahui bahwa terdakwa Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita dalam melakukan pengobatan terhadap korbannya tidak memenuhi persyaratan untuk melakukan izin praktek kedokteran, dengan berpura - pura sebagai dokter yang memiliki keahlian khusus dibidangnya. Terdakwa telah melakukan perbuatan yang dapat merugikan oranglain demi mengambil keuntungan pribadi, tanpa berfikir panjang akibat dari perbuatan yang dilakukannya, dan juga terdakwa sebelumnya pernah dihukum dalam kasus yang sama (*residivis*). Bahwa persyaratan untuk dapat menyelenggarakan praktek kedokteran yaitu harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan dalam Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran dan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 512/Menkes/Per/IV/2007 tentang Izin Praktek dan Pelaksanaan Praktek Kedokteran.

Apabila salah satu dari persyaratan tersebut tidak terpenuhi, maka dapat dikatakan bahwa penyelenggaraan praktek kedokteran tersebut merupakan praktek kedokteran yang telah disalahgunakan oleh seseorang yang tidak memiliki kewenangan serta keahlian yang khusus dibidangnya. Maka Terdakwa Aom Komeri bin Sastra Adi Suwita yang melakukan hal tersebut telah melakukan penyalahgunaan praktek kedokteran karena tidak memiliki kewenangan dalam melakukan upaya medis terhadap seseorang yang diobatinya sehingga terbukti bersalah melakukan tindak pidana beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter sehingga melanggar Pasal 78 Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana.

## 2. Pembuktian terhadap perkara penyalahgunaan praktek kedokteran dalam Putusan perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng?

Pembuktian merupakan hal yang sangat penting dalam hukum acara pidana sebab apabila terjadi kesalahan dalam proses pembuktian maka putusan akan jatuh dari kebenaran dan keadilan dalam menegakkan hukum.

“Membuktikan menurut Martiman Prodjohamidjojo, mengandung maksud dan usaha untuk menyatakan kebenaran adalah suatu peristiwa, sehingga dapat diterima oleh akal terhadap kebenaran peristiwa tersebut. Dalam hukum acara pidana, acara pembuktian adalah dalam rangka mencari kebenaran materiil dan KUHAP menetapkan tahapan dalam mencari kebenaran sejati yaitu melalui:

- a. Penyidikan;
- b. Penuntutan;
- c. Pemeriksaan di persidangan;
- d. Pelaksanaan, pengamatan, dan pengawasan

Sehingga acara pembuktian hanyalah merupakan salah satu fase dalam hukum acara pidana secara keseluruhan.” (Martiman Prodjohamidjojo, 1983 : 12).

Sistem pembuktian yang dikenal dalam hukum acara pidana, antara lain yaitu sistem atau teori pembuktian berdasarkan undang-undang secara negatif.

“Untuk menentukan salah atau tidaknya seorang terdakwa menurut sistem pembuktian undang - undang secara negatif terdapat dua komponen yaitu :

- a. Pembuktian harus dilakukan menurut cara dan dengan alat - alat bukti yang sah menurut undang - undang;
- b. Dan keyakinan hakim yang juga harus didasarkan atas cara dan dengan alat - alat bukti yang sah menurut undang - undang.

Dengan demikian, sistem ini memadukan unsur “obyektif dan subyektif” dalam menentukan salah atau tidaknya terdakwa. Tidak ada yang paling dominan diantara kedua unsur tersebut. Jika salah satu diantara dua unsur itu tidak ada, tidak cukup mendukung keterbuktian kesalahan terdakwa.” (M.Yahya Harahap, 2010 : 279).

Upaya Hakim untuk membuktikan kebenaran yang selengkap – lengkapnya tentang suatu perkara pidana dipandu oleh KUHAP, dapat dilihat dalam Pasal 183 KUHAP yang isinya :

“Hakim tidak boleh menjatuhkan pidana kepada orang kecuali apabila dengan sekurang - kurangnya dua alat bukti yang sah ia memperoleh keyakinan bahwa suatu tindak pidana benar - benar terjadi dan bahwa terdakwa yang bersalah melakukannya.”

Sedangkan yang dimaksud dengan 2 alat bukti yang sah haruslah memperhatikan tata urutan alat bukti menurut Pasal 184 ayat (1) KUHAP, yaitu :

- a. Keterangan saksi
- b. Keterangan ahli
- c. Surat
- d. Petunjuk
- e. Keterangan terdakwa

Berdasarkan Putusan perkara Nomor 176/Pid.B/2010/PN.Kng Majelis Hakim dalam pembuktian di persidangan menghadirkan 7 (tujuh) orang saksi, keterangan ahli, dan keterangan terdakwa. Disamping alat bukti tersebut, juga menghadirkan barang bukti dalam persidangan.

### 1. Keterangan Saksi

Pasal 1 butir 27 KUHAP memberi pengertian tentang keterangan saksi yaitu :

“Keterangan saksi adalah salah satu alat bukti dalam perkara pidana yang berupa keterangan dari saksi mengenai suatu peristiwa pidana yang ia dengar sendiri, ia lihat sendiri, dan ia alami sendiri dengan menyebut alasan dari pengetahuannya.”

Keterangan saksi merupakan alat bukti yang paling utama dalam pemeriksaan perkara pidana. Dalam Pasal 185 ayat (6) untuk menilai kebenaran keterangan saksi hakim harus memperhatikan :

- a. persesuaian antara keterangan saksi satu dan yang lainnya;
- b. persesuaian antara keterangan saksi dengan alat bukti yang lain;
- c. alasan yang mungkin dipergunakan oleh saksi untuk memberi keterangan yang tertentu;
- d. cara hidup dan kesusilaan saksi serta segala sesuatu yang pada umumnya dapat mempengaruhi dapat tidaknya keterangan itu dipercaya.

Fakta dalam proses persidangan menghadirkan 7 (tujuh) orang saksi, yaitu Saksi-1 (Mamah Nurhikmah), Saksi-2 (Dadang Sunandar), Saksi-3 (Aan Mujayanah), Saksi-4 (Solehudin), Saksi-5 (Garjoto), Saksi-6 (Stefanus), Saksi-7 (Eka Susanto). Penerapan pembuktian dengan keterangan saksi dalam perkara ini menurut pendapat Hakim telah memiliki nilai pembuktian.

### 2. Keterangan Ahli

Pasal 1 angka 28 memberi pengertian tentang keterangan ahli yaitu :

“Keterangan ahli adalah keterangan yang diberikan oleh seorang yang memiliki keahlian khusus tentang hal yang diperlukan untuk membuat terang suatu perkara pidana guna kepentingan pemeriksaan.”

Tujuan pemeriksaan ahli ini untuk membuat terang perkara pidana yang sedang dihadapi. Sifat dari keterangan ahli ini menunjukkan suatu keadaan tertentu atau suatu hal dan belum menunjukkan mengenai siapa yang dapat dipersalahkan dalam suatu perkara tindak pidana yang bersangkutan.

“Apa yang dapat diambil dari Pasal 1 angka 28, dikaitkan dengan ketentuan Pasal 184 ayat (1) huruf b dan Pasal 186, agar keterangan ahli dapat bernilai sebagai alat bukti yang sah :

- 1 Harus merupakan keterangan yang diberikan oleh seorang yang mempunyai keahlian khusus tentang sesuatu yang ada hubungannya dengan perkara pidana yang sedang diperiksa.
- 2 Sedang keterangan yang diberikan seorang ahli, tapi tidak mempunyai keahlian khusus tentang suatu keadaan yang ada hubungannya dengan perkara pidana yang bersangkutan, tidak mempunyai nilai sebagai alat bukti yang sah menurut undang - undang.” (M.Yahya Harahap, 2010 : 299).

Melalui hasil penelitian terhadap perkara ini dapat diketahui bahwa Hakim menghadirkan keterangan ahli di persidangan tersebut berkaitan dengan ilmu

pengetahuannya dalam perkara yang dipersidangkan sehingga membuat terang suatu perkara pidana guna kepentingan pemeriksaan. Keterangan ahli dalam perkara ini yaitu keterangan dari Ferry Agus Priana, SSs. Ipt merupakan seorang ahli yang bekerja di Dinas Kesehatan Kabupaten Kuningan dengan jabatan Kasie Farmasi dan Perizinan Dokter.

### 3. Keterangan Terdakwa

Pasal 189 ayat (1) KUHP memberikan pengertian tentang keterangan terdakwa yaitu:

“Keterangan terdakwa ialah apa yang didakwakan di sidang tentang perbuatan yang ia lakukan atau yang ia ketahui sendiri atau alami sendiri.”

Pada proses pembuktian di persidangan, terdakwa memberikan keterangan bahwa terdakwa mengakui telah memberikan pelayanan secara medis terhadap korbannya dengan berpura – pura sebagai dokter yang melakukan praktek kedokteran, tanpa memiliki keahlian yang khusus dibidangnya. Terdakwa mengaku bahwa sebelumnya pernah dihukum dengan kasus yang sama (*residivis*).

### 4. Barang Bukti

Andi Hamzah memberikan pengertian tentang barang bukti sebagai berikut:

“Istilah barang bukti dalam perkara pidana yaitu, barang mengenai delik yang dilakukan (objek delik) yang dipakai untuk melakukan delik.” (Andi Hamzah, 2008 : 114).

Barang bukti yang dihadirkan pada persidangan terdiri atas :

- a. 1 (satu) buah stetoskop, 1 (satu) set alat tensi darah, 1 (satu) botol alcohol 70% ukuran 100 ml liter, 6 (enam) buah kain perban, 36 (tiga puluh enam) pisau bedah, 14 (empat belas) jarum suntik, 10 (sepuluh) buah gunting operasi, 3 (tiga buah) tang gigi, 1 (satu) buah pisau kerik, 1 (satu) buah pingset, 2 (dua) buah kater, 7 (tujuh) buah alat suntik/spit, 5 (lima) botol Etdril masih penuh, 5 (lima) botol Etdril sudah dipakai, 1 (satu) buah Aquater, 1 (satu) buah obat bius, 1 (satu) buah obat bisul, 1 (satu) buah betadien, 1 (satu) gulung Handsaplas, 1 (satu) buah Spidol, 1(satu) pak kantong plastik untuk obat, 9 (sembilan) strip/lembar obat Lexacrol, 8 (delapan) strip/lembar obat Captopril, 7 (tujuh) strip/lembar obat Moxgral 500 ml gram, 6 (enam) strip/lembar obat Daneureun, 7 (tujuh) strip/lembar obat Calficar, 6 (enam) strip/lembar obat Furosemide, 8 (delapan) strip/lembar obat gatal, 4 (empat) strip/lembar obat Lexamek, 6 (empat) strip/lembar obat Pepyren, 1 (satu) strip/lembar obat Glibenciamide, 1 (satu) strip/lembar obat Alphamol, 200 (dua ratus) butir obat CTM, 200 (dua ratus) butir Etadek, 60 (enam puluh) butir obat Dekstamex, 100 (seratus) butir obat Predmnicon, 1 (satu) buah jas warna putih.  
Barang bukti ini merupakan alat yang digunakan terdakwa untuk memberikan pengobatan secara medis terhadap Saksi-1 (Mamah Nurhikmah) dan Saksi-3 (Aan Mujayanah).
- b. 1 (satu) buah KTP a/n Aom Komeri  
Barang bukti ini merupakan identitas terdakwa yang ditemukan oleh Saksi-5 (Garjoto), Saksi-6 (Stefanus) dan Saksi-7 (Eko Susanto) di tempat kejadian perkara.
- c. 1 (satu) unit kendaraan bermotor berikut STNK a/n Kusdi tahun 2008 merk Honda Revo warna abu - abu No. Pol. E-4835-YQ rangka MHIHB611X8K2791717 No. Mesin HB61E1246868.

Barang bukti ini merupakan alat yang digunakan terdakwa sebagai kendaraan pada saat terdakwa melakukan pengontrolan pengobatan ke rumah Saksi-1 (Mamah Nurhikmah) dan Saksi-3 (Aan Mujayanah).

## B. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap Putusan Pengadilan Negeri Kuningan Nomor 176/Pid.B/2010/PN. Kng maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng dapat dikategorikan sebagai penyalahgunaan praktek kedokteran karena terdakwa berpura - pura sebagai dokter yang memiliki keahlian khusus dibidangnya dalam melakukan tindakan medis, sehingga dalam melakukan pengobatan terhadap korbannya tidak memiliki kewenangan dalam melakukan upaya medis terhadap seseorang yang diobatinya, sehingga tidak memenuhi persyaratan untuk melakukan izin praktek kedokteran, karena persyaratan untuk melakukan praktek kedokteran harus sesuai dengan Undang - Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran dan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 512/Menkes/Per/IV/2007 tentang Izin Praktek dan Pelaksanaan Praktek Kedokteran.
2. Pembuktian di persidangan terhadap Putusan Perkara Nomor : 176/Pid.B/2010/PN.Kng yaitu berdasarkan pemeriksaan alat – alat bukti seperti keterangan saksi, keterangan ahli, keterangan terdakwa dan barang bukti yang ada, serta adanya persesuaian yang menguatkan antara alat bukti yang satu dengan yang lain sehingga terpenuhinya batas minimum pembuktian sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 183 KUHAP. Berdasarkan pertimbangan hakim dengan alat bukti yang diajukan oleh jaksa penuntut umum di persidangan, maka Hakim memperoleh keyakinan dan majelis hakim menyatakan bahwa terdakwa terbukti melakukan tindak pidana beberapa kali melakukan perbuatan tanpa memiliki surat izin registrasi dan atau surat izin dokter atau dokter gigi melakukan praktek dokter, sehingga terdakwa terbukti memenuhi unsur - unsur yang melanggar Pasal 78 Undang - Undang Nomor : 29 Tahun 2004 tentang Praktek Kedokteran jo Pasal 64 ayat (1) KUHPidana. Oleh karena itu, Hakim memutus terdakwa dengan pidana penjara selama 4 (empat) tahun.

## Saran

Perkara tersebut menyangkut keselamatan jiwa seseorang, sehingga untuk membuat efek jera terhadap pelaku atau terdakwa terlebih kepada masyarakat umum untuk tidak melakukan perbuatan yang sama, hendaknya putusan majelis hakim yang diajukan terdakwa agar lebih mempertimbangkan aspek keadilan, terutama bagi pihak korban yang keselamatan jiwanya terancam atas akibat perbuatan yang dilakukan oleh terdakwa, dan kepada masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan kesehatan dari tenaga medis yaitu salah satunya adalah dokter, maka harus lebih berhati – hati agar dapat membedakan bahwa praktek kedokteran yang diselenggarakan haruslah dilakukan oleh tenaga medis yang legal dan dalam melakukan prakteknya harus sesuai dengan persyaratan undang – undang yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku Literatur

- Bakri, Bachyar dan Mustafa, Annasari. 2010. *Etika dan Profesi Gizi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hamzah, Andi. 2008. *Hukum Acara Pidana Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.



- 
- Hanafiah, Yusuf dan Amri Amir. 1999. *Etika Kedokteran dan Hukum Kesehatan*. edisi 3. Jakarta: EGC.
- Harahap, M. Yahya. 2010. *Pembahasan Permasalahan dan Penerapan KUHAP Penyidikan dan Penuntutan*. Jakarta : Sinar Grafika
- Herlambang, Susatyo. 2011. *Etika Profesi Tenaga Kesehatan*. Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Nasution, Bahder, Johan. 2005. *Hukum Kesehatan Pertanggungjawaban Dokter*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Prodjohamidjojo, Martiman. 1983. *Sistem Pembuktian dan Alat - Alat Bukti*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Soekanto, Soerjono dan Herkutanto. 1987. *Pengantar Hukum Kesehatan*. Bandung : Remadja Karya CV.
- Yunanto, Ari dan IBCLC, Helmi. 2010. *Hukum Pidana Malpraktek Medik (Tinjauan dan Perspektif Medikolegal)*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

#### **B. Peraturan Perundang – undangan**

- Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 Tentang *Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana*.
- , Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang *Kesehatan*.
- , Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2004 Tentang *Praktek Kedokteran*.

#### **C. Sumber Lain**

- Putusan Perkara Nomor 176/Pid.B/2010/PN. Kng.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 512/Menkes/Per/IV/2007 tentang Izin Praktik dan Pelaksanaan Praktik Kedokteran.

#### **D. Jurnal**

- Fatimah, Utari Dewi. 2017. *Kedudukan dan Kekuatan Rekam Medis dalam Pengembangan Alat Bukti untuk Mendapatkan Perlindungan dan Kepastian Hukum*, Jurnal Litigasi, Vol. 18 (2), p.214-249.
- Komalawati, Veronica. 2018. *Kompetensi dan Kewenangan Praktik Kedokteran : Perspektif Hukum Indonesia*. Jurnal Ilmiah Hukum DE'JURE: Kajian Ilmiah Hukum. Vol. 3,1, 147-166.

---

## **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MANGUT LELE ASAP GUNA MELESTARIKAN MAKANAN TRADISIONAL (Studi Kasus Pada Kedai Rinati di Kota Tangerang)**

**(Marketing Strategy Analysis Of Smoke Mangut Catfish To Preserve Traditional Food  
(Case Study At Rinati Store in Tangerang City)**

**Etty Zuliawati Zed**

FEBIS Universitas Pelita Bangsa;  
ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengkaji strategi pemasaran yang selama ini telah diterapkan oleh Kedai Rinati dalam memasarkan produk mangut lele asapnya. (2) Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada pemasaran mangut lele asap Kedai Rinati. (3) Merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan oleh Kedai Rinati dalam memasarkan produk mangut lele asap. Penelitian dilakukan di Kedai Rinati. Data dan informasi penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive*. Alat analisis yang digunakan adalah matrik EFE (*Eksternal Factor Evaluation*), matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*), matrik SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*), matrik IE (*Internal-External*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari perhitungan matrik IFE dengan kekuatan utama perusahaan adalah produk yang berkualitas dan kelemahan utama perusahaan adalah minimnya modal yang dimiliki. Hasil dari perhitungan matrik EFE diperoleh dengan Peluang utama dari perusahaan adalah tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan dan Ancaman utama dari perusahaan adalah banyaknya produk substitusi. Hasil dari penilaian matrik IE menempatkan perusahaan pada posisi sel V yaitu strategi menjaga dan mempertahankan. Hasil analisis SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan yaitu: 1) Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. 2) Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar. 3) Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial. 4) Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru. 5) Mejalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan. 6) Membangun atau menyewa kios di tempat-tempat yang strategis untuk meningkatkan penjualan. 7) Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran. 8) Membangun dan mengembangkan usaha patungan (*Joint Venture*) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi. Berdasarkan hasil analisis matrik QSPM, dari delapan alternatif strategi yang ada terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

**Kata kunci** : Strategi Pemasaran; Mangut Lele Asap; IFE, EFE, SWOT, QSPM

### **Abstract**

The purpose of this study is (1) to examine the marketing strategies that have been implemented by Rinati Store in marketing their smoked catfish mangut products. (2) Identify and analyze the company's internal and external environmental factors that influence the marketing strategy of the smoked catfish mangut at Rinati Store. (3) Formulate and determine alternative marketing strategies that are appropriate to be applied by the Rinati Store in marketing their smoked catfish mangut products. Research data and information consist of primary data and secondary data. The selection of respondents was done purposively. The analytical tools used are EFE (External Factor Evaluation) matrix, IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, SWOT matrix (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), IE (Internal-External) matrix and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The results of the calculation of the IFE matrix obtained with the company's main strength is a quality product and the company's main weakness is the lack of capital owned. The results of the calculation of the EFE matrix obtained with the main opportunity from the company is the high consumer loyalty to the company's products and the main threat from the company is the number of substitute products. The results of the IE matrix assessment place the company in the cell V position, namely the strategy of maintaining and maintaining. The results of the SWOT analysis produce 8 alternative strategies that can be chosen by the company, namely: 1) Maintaining prices and improving product quality to increase customer satisfaction and loyalty. 2) Cooperating with potential distributor agents to increase market share. 3) Utilizing a strategic location to attract potential customers. 4) Creating products with new shapes and tastes. 5) Running the company's internal organizational management system. 6) Build or rent kiosks in strategic places to increase sales. 7) Carry out promotional and advertising activities to attract potential customers and expand the marketing area. 8) Build and develop joint ventures with parties that provide capital and raw materials to increase production capacity. Based on the results of the QSPM matrix analysis, of the eight alternative strategies, there is one alternative strategy that is prioritized to be carried out by the company, namely maintaining prices and improving product quality to increase customer satisfaction and loyalty with.

The abstract contains a brief description of the problem and purpose of the study, the method used, and the results of the study. Abstract writing pressure mainly on the results of research. Typing abstracts is done with a single space. The abstract summarizes briefly and clearly: (a) the purpose and scope of the study, the method used, (c) summary of results, (d) conclusions. The background of the problem does not need to be written in the abstract. Abstracts followed by at least four keywords (keywords). Keywords should be included to describe the domain of the problem under study and the underlying terms underlying the conduct of the research. Keywords can be single words or word combinations (phrases). Searching for research titles and abstracts is made easier with these key words.

**Keywords:** Marketing Strategy; Smoked Catfish Mangut; IFE, EFE, SWOT, QSPM

**PENDAHULUAN**

Kelautan dan perikanan merupakan salah satu potensi sumberdaya alam melimpah dan mendapatkan kepedulian yang penting di Indonesia. Ikan sebagai salah satu sumber daya alam (SDA) yang terkandung di perairan laut dan perairan umum yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Menurut Koordinator Penasehat Menteri Kelautan dan Perikanan, Prof Rokhmin Dahuri mengatakan di tengah pandemi seperti sekarang, perikanan budidaya layak sebagai prime mover, leading sector, atau sektor unggulan. Karena, Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang 75% total wilayahnya berupa laut dan 28% wilayah daratnya berupa ekosistem perairan tawar (danau, bendungan, sungai, dan rawa), Indonesia memiliki potensi produksi perikanan budidaya terbesar di dunia, sekitar 100 juta ton/tahun yang hingga kini baru dimanfaatkan sekitar 16%. Ikan lele merupakan komoditas unggulan budidaya ikan air tawar di Kabupaten Tangerang. Lele adalah jenis ikan yang cocok dikembangkan di wilayah Kabupaten Tangerang karena dapat dibudidayakan pada lahan sempit dengan padat tebar tinggi dan hemat air. Selain itu, ikan lele bisa diolah menjadi berbagai menu. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan aturan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah. Strategi yang jelas dan tegas akan dapat merumuskan perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, baik yang menyangkut aspek-aspek internal maupun eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan lebih dini terhadap perubahan-perubahan tersebut.

Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi ritel makanan. Produksi ritel makanan merupakan salah satu potensi terbesar kedua setelah pertanian yang memiliki prospek dan peluang jangka panjang yang mampu menyerap tenaga kerja di daerah. Bisnis ritel makanan saat ini banyak di kembangkan oleh para pengusaha di berbagai daerah di Indonesia karena dianggap mampu mendatangkan keuntungan yang besar dari sektor ini.

Indonesia dikenal memiliki kekayaan sumber daya alam hayati yang sangat berlimpah. Salah satu kekayaan tersebut adalah sumber daya perikanan yang cukup besar, terutama dalam keanekaragaman jenis-jenis ikan. Sebagai salah satu subsektor pertanian, perikanan memiliki peranan yang cukup penting, terutama dikaitkan dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi perikanan yang diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat, menghasilkan protein hewani dalam rangka memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, meningkatkan ekspor, menyediakan bahan baku industri, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta mendukung pembangunan wilayah dengan tetap memperhatikan kelestarian dan fungsi lingkungan hidup. Salah satu jenis ikan air tawar yang memiliki potensi cukup besar dan banyak digemari oleh masyarakat adalah ikan lele, terutama di pulau Jawa. Ikan lele banyak digemari karena memiliki rasa gurih dan renyah. Selain itu, harganya termasuk murah dan lebih terjangkau, sehingga ikan lele lebih digemari dibandingkan jenis ikan lainnya.

Kegiatan pengasapan ikan merupakan salah satu usaha pengolahan ikan yang tergolong tradisional yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan. Produk ikan asap mangut lele merupakan makanan yang siap dikonsumsi, karena selama proses pengasapan mangut lele telah mendapatkan perlakuan panas yang cukup mematangkan daging ikan dan membunuh bakteri-bakteri yang bersifat patogen. Selain pengasapan mangut lele menghasilkan aroma yang khas ikan asap dan memberikan efek pengawetan bagi ikan, karena adanya zat-zat kimia yang terkandung dalam asap yang mampu berperan sebagai zat pengawet seperti aldehid, keton dan berbagai asam organik.

Mangut lele asap merupakan salah satu produk olahan yang digemari konsumen baik di Indonesia maupun di mancanegara karena rasa dan aromanya yang sedap. Proses pengasapan mangut lele di Indonesia pada mulanya masih dilakukan secara tradisional menggunakan peralatan yang sederhana. Dan kadang pun, asap dari proses pengasapan menjadi polusi yang masih diresahkan masyarakat sekitar produsen ikan asap. Mangut lele asap adalah merupakan salah satu ritel makanan yang termasuk dalam makanan tradisional. Jenis ritel makanan ini dapat memberikan keuntungan yang cukup besar, karena dalam menjalankan bisnis ini tidak membutuhkan modal besar akan tetapi memiliki nilai ekonomis dan keuntungan yang cukup tinggi. Kedai Rinati menjual mangut lele asap yang menjadi salah satu bisnis ritel makanan yang mempunyai pengaruh besar bagi peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat di Kota Tangerang. Mangut lele asap yang merupakan makanan khas dari daerah Jawa Tengah adalah ikan lele yang diberi kuah santan berbumbu gurih pedas. Paduan gurih daging ikan lele dan rasa gurih pedasnya sangat enak di lidah. Apalagi jika memakai ikan lele asap atau bakar. Aroma smoky ikan membuat kuah dan bumbunya makin sedap. Terutama jika sudah dimasak hingga meresap ke dalam daging ikannya. Akan tetapi, potensi besar yang dimiliki Kedai Rinati dalam memasarkan mangut lele asap ini belum mampu dimanfaatkan dengan baik oleh para pengusaha yang menjalankan usaha di industri tersebut, karena masih banyak dari mereka yang belum memperoleh dampak ekonomi yang signifikan dari usaha yang dijalankannya tersebut.

Kedai Rinati adalah merupakan salah satu produsen makanan tradisional mangut lele asap yang didirikan tahun 2017. Selama 4 tahun usaha yang dijalankan Kedai ini belum menunjukkan perkembangan dan dampak ekonomi yang signifikan terhadap kemajuan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari masih terbatasnya wilayah distribusi yang dimiliki yang hanya meliputi kecamatan Larangan dan Tangerang, kapasitas produksi yang sangat terbatas yang hanya mampu memproduksi mangut lele dalam sehari tidak lebih dari 4 Kg, omset penjualan yang terbilang masih sangat rendah hanya berkisar Rp. 800.000 perbulannya, dan minimnya sarana prasarana yang dimiliki karena hanya menggunakan alat-alat tradisional untuk memproduksi mangut lele asap dan menggunakan tempat seadanya untuk menjemur dan menyimpan mangut lele asap tersebut. Metode pemasaran yang dipakai kedai ini juga masih terbilang sangat sederhana yaitu hanya dengan metode *mouth to mouth* dan media sosial untuk mempromosikan produknya dan penjualannya dilakukan secara langsung. Persoalan yang menjadi masalah bagi pemasaran produk dan pengembangan usaha Kedai ini yaitu minimnya pengetahuan pemilik Kedai tersebut akan sistem manajemen, minimnya modal yang dimiliki, pemasaran dan pendistribusian produk yang kurang maksimal karena tidak ada usaha untuk meningkatkan pemasaran produknya dengan memperbanyak jalur distribusi dan promosi, pengetahuan akan sistem pencatatan dan pembukuan perusahaan yang belum optimal, minimnya alat operasional produksi khususnya alat-alat produksi modern yang dapat mendukung kelancaran produksi dan pemasaran di lapangan, serta sedikitnya variasi produk yang dihasilkan baik dari segi bentuk, rasa dan kemasan.

Persaingan yang semakin ketat dalam memperebutkan pasar serta keinginan perusahaan untuk mengembangkan usahanya, mengharuskan perusahaan untuk melakukan analisis strategi pemasaran yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan berbagai tahapan dan alat-alat analisis yang ada dalam strategi pemasaran. Tahap pertama yaitu tahap input, digunakan untuk meringkas informasi dasar mengenai keadaan internal dan eksternal perusahaan yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Alat analisis yang digunakan dalam tahap ini adalah matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut dan matrik EFE (*External Factor Evaluation*) yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial/budaya, demografi, politik/pemerintahan/hukum, alam, teknologi, dan kompetitif (David, 2010:158). Tahap kedua yaitu tahap pencocokan, yang berfokus pada menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor internal dan eksternal kunci yang ada pada tahap pertama. Alat analisis yang digunakan yaitu matrik IE (*Internal-External*) yaitu bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat atau divisi unit bisnis yang lebih detail (Rangkuti, 2001:42) dan analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses- Opportunities-Threats*) adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2001:18). Tahap terakhir yaitu tahap keputusan, mengambil keputusan tentang strategi terbaik dan paling cocok yang dimiliki perusahaan untuk diterapkan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan input pada tahap pertama dan hasil pencocokan pada tahap kedua. Alat analisis yang digunakan yaitu matrik QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting internal dan eksternal yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2010 : 351).

Hasil analisis strategi pemasaran ini diharapkan mampu untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing yang sesuai untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan. Melalui strategi pemasaran tersebut diharapkan Kedai Rinati dapat meningkatkan daya saing dan meningkatkan area pemasarannya serta mengembangkan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran yang selama ini telah diterapkan oleh Kedai Rinati dalam memasarkan produk mangut lele asapnya. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran pada pemasaran mangut lele asap Kedai Rinati. Merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan oleh Kedai Rinati dalam memasarkan produk mangut lele asapnya.

## 1.1 KAJIAN PUSTAKA

### 1.1.1. Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaannya yaitu untuk memperoleh laba dari kegiatan perusahaannya. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan yang diinginkannya bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjalankan berbagai fungsi pada bidang dalam perusahaan, seperti bidang pemasaran, keuangan, produksi, dan manajemen maupun bidang-bidang lain yang

dimilikinya, yang sekiranya memiliki pengaruh penting dalam menunjang keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan tersebut.

Pada umumnya pemasaran dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan, dan menyerahkan barang kepada konsumen baik konsumen perorangan maupun berkelompok. Definisi pemasaran itu sendiri adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain (Kotler dan Armstrong, 2008:6).

Di dalam pemasaran kunci untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Perusahaan akan berhasil dengan baik apabila mereka secara cermat memilih sejumlah pasar sasarnya dan mempersiapkan program pemasaran yang dirancang sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk masing-masing pasar yang dituju. Bila perusahaan sudah mampu bekerjasama untuk melayani kebutuhan pelanggan, maka akan dihasilkan pemasaran yang terkoordinir, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan melalui kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan akhir dari perusahaan.

### 1.1.2. Strategi Pemasaran

Manajemen strategi menurut Rahmady dan Andi (2007:1), adalah suatu tindakan manajerial yang mencoba untuk mengembangkan potensi perusahaan di dalam mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Pada umumnya perusahaan menempati posisi bersaing yang berbeda-beda. Dalam posisi bersaing ada beberapa strategi yang bisa diterapkan, yaitu:

#### 1. Strategi Pemimpin Pasar (*Market Leader*)

Strategi pemimpin pasar adalah perusahaan yang diakui oleh yang bersangkutan sebagai pemimpin. Karakteristik dari pemimpin pasar adalah memiliki pangsa pasar yang terbesar dalam pasar produk yang relevan. Keunggulannya dari perusahaan ini adalah dalam hal pengenalan produk baru, perubahan harga, cakupan saluran distribusi dan intensitas promosi. Pada perusahaan yang masuk pada strategi pemimpin pasar, perusahaan selalu ingin menjadi nomer satu. Sikap ini mendorong mengembangkan pasar secara keseluruhan, melindungi pasar, dan memperluas pangsa pasar.

#### 2. Strategi Penantang Pasar (*Market Challenger*)

Strategi penantang pasar adalah perusahaan nomer dua yang secara konstan mencoba untuk memperbesar pangsa pasar mereka, yang dalam usaha tersebut mereka berhadapan secara terbuka dan langsung dengan pemimpin pasar. Karakteristik penantang pasar adalah biasanya dilihat dari sudut volume penjualan dan laba serta berupaya menemukan kelemahan pihak pemimpin pasar atau perusahaan lainnya. Dan kemudian menyerangnya baik secara langsung maupun tidak langsung. Ada dua hal pokok yang perlu direncanakan dengan cermat oleh penantang pasar, yaitu menentukan lawan dan sasaran strategi dan memilih strategi penyerangan.

#### 3. Strategi Pengikut Pasar (*Market Follower*)

Strategi pengikut pasar adalah perusahaan yang mengambil sikap tidak mengusik pemimpin pasar dan hanya berpuas dengan cara menyesuaikan diri terhadap kondisi-kondisi pasar. Perusahaan yang memakai strategi pengikut pasar juga perlu

merumuskan strategi untuk pertumbuhan dan berusaha agar tidak mengundang balasan dari perusahaan lain.

4. Strategi Penggarap Relung Pasar (*Market Nicher*)

Strategi penggarap relung pasar adalah strategi dimana perusahaan yang mengkhususkan diri melayani sebagian pasar yang diabaikan besaran dan menghindari bentuk penyerangan dengan perusahaan lain.

Menurut Rangkuti (2001:6), pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu :

1. Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro misalnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.
2. Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi misalnya apakah perusahaan melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi, dan sebagainya.
3. Strategi bisnis sering disebut juga strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah merupakan elemen utama di dalam strategi pemasaran yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, promosi, dan sistem distribusi yang merupakan sebuah inti dari sistem pemasaran dalam perusahaan. Bauran pemasaran merupakan alat merencanakan, melaksanakan, dan mengatur tujuan utama pemasaran dan strategi suatu organisasi. Penerapan bauran pemasaran sebagai alat dan fungsi pemasaran ditekankan untuk mempertukarkan nilai. Nilai yang dimaksud adalah sesuatu yang dibutuhkan oleh pihak tertentu dan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkannya. Kotler dan Armstrong (2008:62-63) menerangkan bahwa bauran pemasaran meliputi :

1. Produk (*Product*)

Produk adalah kombinasi barang/jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.

2. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk/jasa.

3. Distribusi atau Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk/jasa tersedia bagi pelanggan sasaran.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk/jasa dan membujuk pelanggan untuk membelinya.

### 1.1.3. Analisis Lingkungan Perusahaan

Analisis lingkungan perusahaan terbagi menjadi dua yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal.

1. Analisis Lingkungan Internal



Analisis lingkungan internal ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing. Menurut David (2010:178) faktor-faktor strategis internal yang dapat dianalisis yang dapat mempengaruhi kekuatan dan kelemahan internal antara lain:

a. Manajemen

Fungsi manajemen terdiri dari lima aktivitas pokok yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penempatan staf, dan pengontrolan.

b. Pemasaran

Ada tujuh fungsi pokok pemasaran yaitu analisis konsumen, penjualan produk/jasa, perencanaan produk/jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

c. Keuangan/akuntansi

Fungsi keuangan/akuntansi terdiri dari atas tiga keputusan yaitu keputusan investasi, keputusan dividen, dan keputusan pembiayaan.

d. Produksi/operasi

Fungsi produksi/operasi suatu bisnis mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang/jasa.

e. Penelitian dan pengembangan (litbang)

Penelitian dan pengembangan adalah area operasi internal yang harus dicermati kekuatan dan kelemahannya. Banyak perusahaan dewasa ini tidak divisi litbang, tetapi banyak perusahaan lain bergantung pada aktivitas litbang yang berhasil untuk bertahan. Perusahaan yang menjalankan strategi pengembangan produk perlu memiliki orientasi litbang yang kuat.

f. Operasi Sistem Informasi Manajemen Perusahaan

Informasi menghubungkan semua fungsi bisnis dan menyediakan landasan bagi semua keputusan manajerial. Tujuan informasi manajemen adalah meningkatkan kinerja sebuah bisnis dengan cara meningkatkan kualitas keputusan manajerial.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:79) Analisis lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari dua komponen pokok yaitu:

1. Analisis Lingkungan Makro

Lingkungan makro terdiri dari kekuatan sosial yang lebih besar yang mempengaruhi lingkungan mikro, terdiri dari:

a. Lingkungan demografi, adalah studi kependudukan manusia yang menyangkut ukuran, kepadatan, lokasi, usia, jenis kelamin, rasa, lapangan pekerjaan, dan data statistik lainnya.

b. Lingkungan ekonomi, terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pengeluaran konsumen.

c. Lingkungan alam, adalah meliputi sumber daya alam yang diperlukan sebagai masukan bagi pemasar atau yang dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran.

d. Lingkungan teknologi, adalah kekuatan yang menciptakan teknologi, produk, dan peluang pasar yang baru.

e. Lingkungan politik, terdiri dari hukum, badan pemerintahan, dan kelompok LSM yang mempengaruhi dan membatasi berbagai organisasi dan individu di dalam masyarakat tertentu.

- f. Lingkungan budaya, terdiri dari institusi dan kekuatan lain yang mempengaruhi nilai dasar, persepsi, selera, dan perilaku masyarakat.
2. Analisis Lingkungan Mikro  
Lingkungan mikro terdiri dari pelaku yang dekat dengan perusahaan dan mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggannya, terdiri dari:
  - a. Pemasok, adalah orang atau organisasi yang menyediakan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasanya.
  - b. Perantara Pemasaran, adalah organisasi yang membantu perusahaan mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk/jasa perusahaan ke pembeli akhir yang meliputi penjual perantara, perusahaan distribusi fisik, agen jasa pemasaran, dan perantara keuangan.
  - c. Pelanggan, adalah orang atau organisasi yang membeli barang/jasa perusahaan. Pasar pelanggan terdiri dari lima jenis pasar yaitu pasar konsumen, pasar bisnis, pasar penjual perantara, pasar pemerintah, dan pasar internasional.
  - d. Pesaing, adalah merupakan perusahaan yang menawarkan produk sejenis atau produk substitusi. Perusahaan harus bisa meraih manfaat strategis dengan menempatkan penawaran mereka lebih kuat dibandingkan pesaingnya dalam pikiran konsumen.
  - e. Masyarakat, adalah kelompok yang mempunyai potensi kepentingan atau kepentingan nyata, atau pengaruh pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya.

Selain lingkungan makro dan lingkungan mikro terdapat satu lagi lingkungan eksternal perusahaan yaitu lingkungan industri, dimana pada lingkungan ini akan lebih mengarah pada aspek persaingan industri di mana perusahaan saat ini berada. Menurut Rahmady dan Andi (2007:27), ada lima kekuatan yang mempengaruhi kekuatan-kekuatan dalam persaingan industri yang biasa disebut model lima kekuatan porter yaitu:

1. Ancaman pendatang baru: hambatan-hambatan bagi masuknya pendatang baru yaitu skala ekonomi, differensiasi produk, persyaratan modal, biaya peralihan, akses ke saluran distribusi, kebijakan pemerintah, keunggulan biaya yang tidak tergantung dari skala ekonomi, dan tanggapan para pesaing.
2. Ancaman barang pengganti: ancaman terbesar datang dari barang pengganti yang harganya cenderung menjadi semakin murah dibandingkan dengan produk yang dihasilkan dan dihasilkan oleh industri yang berskala besar dan sangat menguntungkan.
3. Kekuatan tawar menawar pemasok: para pemasok akan mempunyai kekuatan tawar menawar yang tinggi jika mereka lebih terkonsentrasi daripada industri yang mereka pasok, tidak ada pemasok pengganti, industri bukanlah pembeli bagi pemasok, produk mereka merupakan input paling penting bagi industri, mereka memiliki kekuatan untuk melakukan strategi *forward integration*.
4. Kekuatan tawar menawar pembeli: pembeli akan mempunyai kekuatan tawar menawar yang tinggi jika mereka merupakan bagian terbesar dari penjualan perusahaan, letak mereka yang terkonsentrasi, produk tidak mempunyai perbedaan dengan produk pesaing, mereka memiliki informasi produk yang lengkap, biaya untuk berpindah ke penjual lain lebih rendah, dan mereka mempunyai kesempatan untuk melakukan *backward integration*.

5. Persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri: tinggi rendahnya tingkat persaingan di dalam suatu industri tergantung dari jumlah pesaing, besarnya ukuran dan kekuatan dari para pesaing, tingkat pertumbuhan industri, sedikitnya perbedaan antar produk, halangan yang tinggi untuk keluar dari industri, dan biaya tetap yang relatif sangat tinggi.

#### 1.1.4. Matrik Internal *Factor Evaluation* (IFE) dan Matrik *External Factor Evaluation* (EFE)

Dalam melakukan analisis lingkungan, hal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dalam perusahaan yang mungkin akan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut David (2010:229) metode yang sering digunakan yaitu matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) yang digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut. Sedangkan matrik *External Factor Evaluation* (EFE), digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial/budaya, demografi, politik/pemerintahan/hukum, alam, teknologi, dan kompetitif (David, 2010:158).

#### 1.1.5. Matrik Internal-Eksternal (IE Matrik)

Matriks Internal- Eksternal (IE) ini dikembangkan dari model *General Electric* (GE). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis di tingkat korporat atau divisi unit bisnis yang lebih detail (Rangkuti, 2001:42).

Menurut David (2010:345) Matrik IE dapat dibagi menjadi tiga bagian besar yang berbeda-beda. Pertama, ketentuan untuk divisi-divisi yang masuk dalam sel I, II, dan IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan membangun. Kedua, divisi-divisi yang masuk dalam sel III, V, dan VII dapat ditangani dengan baik melalui strategi menjaga dan mempertahankan. Ketiga, ketentuan umum untuk divisi yang masuk dalam sel VI, VIII, dan IX adalah panen atau divestasi.

#### 1.1.6. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara simultan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2001:18). Kekuatan adalah kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2008 : 64). Menurut David (2010:327), matrik SWOT adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan WT (kelemahan-ancaman).

##### 1. Strategi SO

- Strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal.
2. Strategi WO  
Strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal.
  3. Strategi ST  
Strategi yang menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
  4. Strategi WT  
Strategi taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

#### 1.1.7. Matrik QSPM

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah tahap keputusan. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting internal dan eksternal yang diidentifikasi sebelumnya (David, 2010:351). Perusahaan harus dapat mengambil keputusan tentang strategi terbaik dan paling cocok yang mereka miliki untuk diterapkan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan, yaitu setelah melalui tahap input dan pencocokan.

Secara konseptual, QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal perusahaan. Salah satu keistimewaan dari QSPM adalah bahwa rangkaian-rangkaian strateginya dapat diamati secara berurutan atau bersamaan. Keistimewaan lain dari QSPM adalah mendorong para penyusun strategi untuk memasukkan faktor-faktor eksternal dan internal yang relevan dalam proses pengambilan keputusan. Mengembangkan QSPM memperkecil kemungkinan bahwa faktor-faktor utama akan terlewat atau diberi bobot secara berlebihan. QSPM menggarisbawahi setiap hubungan penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategi. Walaupun dalam mengembangkan QSPM dibutuhkan sejumlah keputusan subjektif, membuat keputusan-keputusan kecil disepanjang proses meningkatkan probabilitas bahwa keputusan akhir yang diambil adalah yang terbaik bagi perusahaan.

Keterbatasan dari QSPM adalah selalu memerlukan penilaian intuitif dan asumsi yang mendasar. Peningkatan dan skor daya tarik membutuhkan keputusan penilaian, meskipun hal itu didasarkan pada informasi yang objektif. Keterbatasan lain QSPM adalah hanya akan baik dan bermanfaat sepanjang informasi prasyarat dan analisis pencocokan yang menjadi dasarnya.

## 1.2. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

Penelitian mengenai strategi pemasaran telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dengan perusahaan yang berbeda yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Perbedaan penulisan yang mendasari penelitian ini antara lain:

1. Leonard Pasaribu (2008) yang berjudul " Analisis Strategi Pemasaran Susu UHT (Ultra High Temperature): Studi Kasus PT. Ultrajaya Tbk, Bandung". Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis matrik IFE dan EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, dan Matrik QSPM. Berdasarkan hasil analisis QSPM didapat bahwa strategi terbaik yang dapat dilakukan perusahaan yaitu : menambah jaringan pemasaran luar dan dalam negeri dan meningkatkan kinerja jaringan distribusi. Peningkatan jaringan distribusi akan meningkatkan wilayah pemasaran perusahaan.

2. Meilya Suzan Triyastuti\*, Daniel H. Ndahawali , Hetty M.P.Ondang (2021) yang berjudul ”Strategi Pemasaran Ikan Cakalang Asap (Studi Kasus : UKM Frozen Seas) ”. Dalam penelitian ini peneliti merumuskan strategi pemasaran penjualan produk ikan cakalang asap menggunakan metode analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, berdasarkan faktor internal dan eksternal maka diperlukan beberapa strategi diantaranya kerjasama dengan perusahaan untuk mendapatkan bahan baku dan produk yang berkualitas; diferensiasi pengemasan yang ramah lingkungan, *taste* dan harga yg murah; penerapan teknologi pengasapan yang efektif dan efisien terhadap peningkatan kandungan nutrisi ikan; informasikandungan gizi pada kemasan,menambah pasar dengan kerjasamadengan pihak terkait

Tabel 2.1 Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel-variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil (Kesimpulan)
1.	Leonard Pasaribu (2008)	Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	IFE dan EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, dan Matrik QSPM	Berdasarkan hasil analisis QSPM didapat bahwa strategi terbaik yang dapat dilakukan perusahaan yaitu : menambah jaringan pemasaran luar dan dalam negeri dan meningkatkan kinerja jaringan distribusi. Peningkatan jaringan distribusi akan meningkatkan wilayah pemasaran perusahaan
2.	Meilya Suzan Triyastuti, Daniel H. Ndahawali , Hetty M.P.Ondang (2021)	Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman	IFE dan EFE, Matrik IE, Matrik SWOT	Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Oleh karena itu, berdasarkan faktor internal dan eksternal maka diperlukan beberapa strategi diantaranya

				kerjasama dengan perusahaan untuk mendapatkan bahan baku dan produk yang berkualitas; diferensiasi pengemasan yang ramah lingkungan, <i>taste</i> dan harga yg murah; penerapan teknologi pengasapan yang efektif dan efisien terhadap peningkatan kandungan nutrisi ikan; informasi kandungan gizi pada kemasan, menambah pasar dengan kerjasama dengan pihak terkait
--	--	--	--	--

Penelitian yang dilakukan saat ini yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Mangut Lele Asap Guna Melestarikan Makanan Tradisional (Studi Kasus pada Kedai Rinati di Kota Tangerang)”. Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan pemasaran produk mangut lele asapnya dengan menggunakan metode analisis matrik IFE dan EFE, Matrik IE, Matrik SWOT, dan Matrik QSPM.

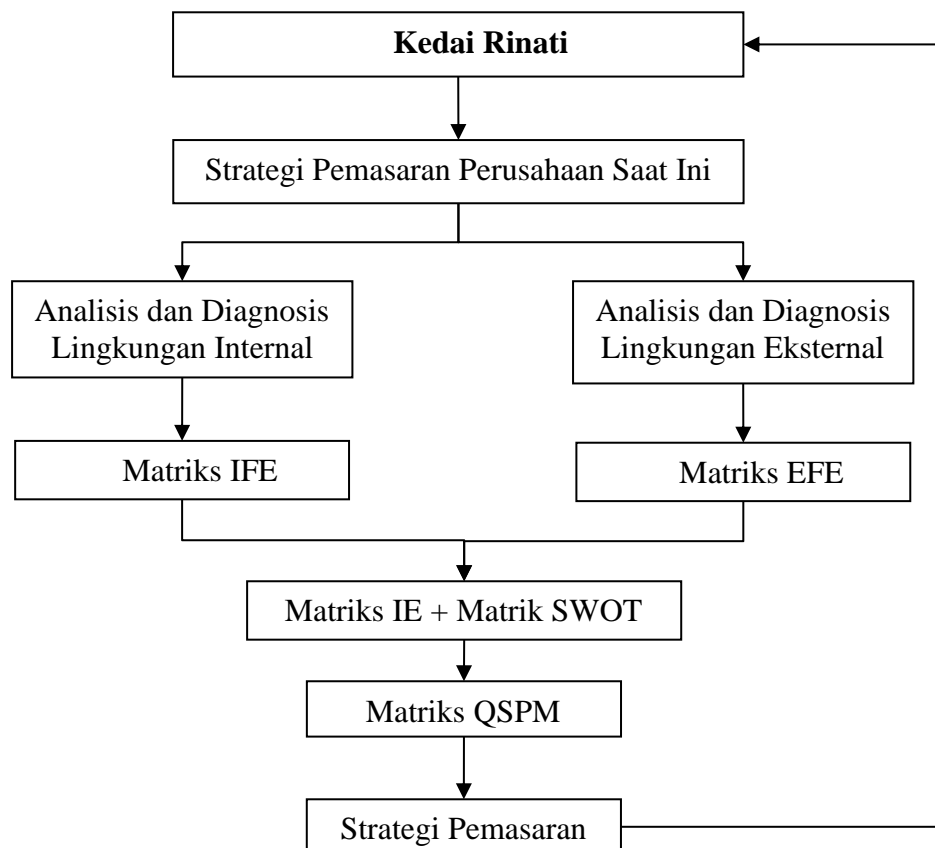
**1.3. Kerangka Konseptual Penelitian**

Kedai Rinati merupakan salah satu produsen makanan tradisional mangut lele asap yang masih dapat bertahan sampai saat ini di kecamatan Larangan kota Tangerang. Mengingat beratnya persaingan dan sulitnya memasarkan produk mangut lele asapnya maka perlu untuk melakukan langkah- langkah perumusan strategi pemasaran yang tepat, guna mengembangkan usaha yang selama ini telah dijalankan. Melalui alternatif strategi pemasaran yang tepat diharapkan Kedai Rinati dapat bersaing dengan para pesaingnya untuk meningkatkan volume penjualan dan meraih keuntungan yang maksimal. Untuk itu perusahaan perlu melakukan evaluasi kondisi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin terjadi dari lingkungan eksternal perusahaan.

Evaluasi kondisi internal perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi manajemen perusahaan. Evaluasi kondisi eksternal perusahaan dilakukan dengan cara menganalisis lingkungan makro, lingkungan mikro, dan lingkungan industri perusahaan.

Analisis lingkungan internal berguna untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, sedangkan analisis lingkungan eksternal berguna untuk mengetahui peluang dan ancaman dalam memasarkan produknya. Informasi yang diperoleh kemudian dibuat dalam matrik IFE dan matrik EFE. Selanjutnya kedua matriks dipadukan dalam matrik IE yang digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini dan mendapatkan inti strategi perusahaan, kemudian menggunakan matrik SWOT untuk menetapkan beberapa alternatif strategi yang akan dilakukan perusahaan agar kegiatan pemasaran dapat memberikan hasil yang maksimal.

Tahap terakhir adalah tahap pengambilan keputusan atau pemilihan strategi yang paling tepat dengan menggunakan matrik QSPM yang berfungsi untuk mengetahui urutan prioritas strategi pemasaran yang terbaik yang sebaiknya digunakan perusahaan, diperoleh dari matrik IE dan SWOT. Proses ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



**2. METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada Kedai Rinati yang berlokasi di Kedai Rinati yang beralamat di Jl. Notaris No. 5, RT. 002, RW. 002 Kreo, Kec. Larangan, Kota Tangerang. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Mei hingga Oktober 2021.

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus di Kedai Rinati. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan beberapa metode diantaranya observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- a. Observasi: metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terkait pembuatan ikan cakalang asap di Kedai Rinati.
- b. Wawancara: metode penelitian yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pemilik Kedai Rinati.
- c. Dokumentasi : metode penelitian yang didapatkan secara tertulis yang berbentuk pustaka pada pengasapan mangut lele asap.

Data sekunder diperoleh melalui media sosial Kedai Rinati. Menurut Faradizza dkk. (2019), menyatakan bahwa menganalisis data yang sudah diperoleh dengan metode deskriptif, melakukan wawancara dengan menjelaskan deskripsi dan keterangan menggunakan bahasa penulis sendiri, secara terstruktur dan mudah dipahami sesuai dengan data yang didapatkan. Penelitian kualitatif ini menggunakan analisis internal, analisis eksternal, dan analisis SWOT.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1. Strategi Pemasaran Kedai Rinati**

Pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Rinati saat ini yaitu dengan cara pemasaran langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke Kedai Rinati untuk membeli mangut lele asap dan dapat juga dengan mememesannya melalui telepon. Tujuan dilakukannya pemasaran langsung ini untuk lebih mendekatkan diri kepada konsumen potensial.

#### **1.2. Identifikasi dan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Kedai Rinati**

##### **a. Matrik IFE (Internal Factor Evaluation)**

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh terhadap *Kedai Rinati*. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Penentuan rating diperoleh dari dua orang responden yaitu Bapak Indratama dan Ibu Rinati sebagai pemilik Kedai Rinati ini, sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dan rating dapat dilihat pada lampiran 2. Hasil analisis matrik IFE dapat dilihat pada tabel 3.3

Tabel. 3.3 Hasil analisis matrik IFE Kedai Rinati

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan</b>			
A=Produk berkualitas	0,077	4	0,308
B=Harga di pasar bersaing	0,075	4	0,300
C= Produk tanpa bahan pengawet makanan	0,057	3	0,171
D= Lokasi perusahaan strategis	0,070	3,5	0,245
E= Modal sendiri	0,086	3,5	0,301
F= Bahan baku mudah didapatkan	0,081	3,5	0,284
<b>Kelemahan</b>			
G= Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan	0,055	2	0,110
H= Sedikitnya variasi bentuk dan cita rasa produk	0,067	1,5	0,101
I= Minimnya kegiatan promosi	0,075	1	0,075



J= Wilayah distribusi masih terbatas	0,071	1,5	0,107
K= Minimnya modal yang dimiliki	0,074	1	0,074
L= Kapasitas produksi masih terbatas	0,071	1,5	0,107
M= Minimnya sarana dan prasarana operasional perusahaan	0,077	1	0,077
N= Tidak adanya riset dan pengembangan produk	0,060	2	0,120
<b>Total</b>	<b>1,000</b>	<b>33</b>	<b>2,380</b>

Sumber : Lampiran 2

Pada tabel 3.3 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik IFE diperoleh total skor yang dimiliki Kedai Rinati sebesar 2,380. Skor bobot total yang berada di bawah 2,5, mengindikasikan bahwa lemahnya posisi internal perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

Hasil dari tabel 3.3 menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan adalah produk yang berkualitas (skor 0,308), karena produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik di dibandingkan para pesaingnya baik dari segi ketahanan produk dan cita rasa yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan membuat konsumen tersebut memiliki loyalitas yang sangat tinggi terhadap produk perusahaan.

Kelemahan utama yang dimiliki oleh Kedai Rinati adalah minimnya modal yang dimiliki (skor 0,074). Hal ini membuat perusahaan mengalami kesulitan untuk mengembangkan perusahaannya, karena dengan minimnya modal yang dimiliki membuat semua kegiatan operasional perusahaan menjadi terbatas seperti kapasitas produksi, kegiatan promosi, kegiatan pendistribusian, dan lain sebagainya.

b. Matrik EFE (*External Factor Evaluation*)

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh terhadap *Kedai Rinati*. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Penentuan rating diperoleh dari dua orang responden yaitu Bapak Indatama dan Ibu Rinati sebagai pemilik Kedai Rinati ini, sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dan rating dapat dilihat pada lampiran 3. Hasil analisis matrik EFE dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel. 3.4 Hasil analisis matrik EFE Kedai Rinati

<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Peluang</b>			
A= Bertambahnya populasi penduduk	0,080	2	0,160
B=Perkembangan dunia internet	0,064	1	0,064
C=Ketersediaan bahan baku yang melimpah	0,081	3,5	0,284
D= Banyaknya agen distributor	0,082	2	0,164
E=Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan	0,083	3,5	0,291

F= Pangsa pasar masih luas	0,082	3,5	0,287
G= Perkembangan industri wisata	0,066	3	0,198
<b>Ancaman</b>			
H= Kenaikan harga bahan bakar minyak	0,057	4	0,284
I= Dibukanya pasar bebas pada tahun 2015	0,067	2,5	0,168
J= Perubahan Cuaca yang tidak stabil	0,066	4	0,264
K= Fluktuasi nilai tukar Rupiah	0,059	1,5	0,089
L= Pola hidup masyarakat yang sudah modern	0,075	2,5	0,188
M= Banyaknya produsen ritel makanan modern	0,061	3,5	0,214
N= Banyaknya produk substitusi	0,072	4	0,288
<b>Total</b>	<b>1,000</b>		<b>2,943</b>

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh Kedai Rinati sebesar 2,943. Skor bobot total yang berada di atas 2,5, mengindikasikan bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan (skor 0,291). Selama ini konsumen lebih merasa puas terhadap produk rengginang yang dihasilkan oleh Kedai Rinati ini dibandingkan dengan produk rengginang dari pesaing, karena memiliki kualitas dan rasa yang lebih baik serta harga yang terjangkau. Hal ini membuat para konsumen memiliki loyalitas yang tinggi dan cenderung menjadi pelanggan tetap serta menjadi media promosi bagi perusahaan melalui media *mouth to mouth* untuk menarik konsumen lain untuk membeli produk di perusahaan yang akan meningkatkan penjualan.

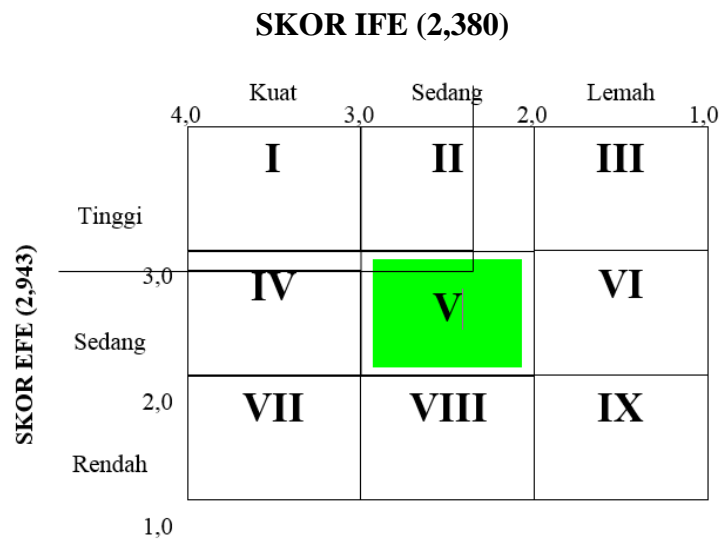
Ancaman utama dari Kedai Rinati adalah banyaknya produk substitusi (skor 0,288). Sebagai sebuah perusahaan yang memproduksi produk berupa makanan, tentu banyak sekali produk substitusi yang memiliki manfaat yang sama yang dapat menggantikan produk yang dihasilkan perusahaan, meskipun produk substitusi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk yang dihasilkan perusahaan.

### 1.3. Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi Kedai Rinati

#### a. Matrik IE (*Internal-External*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matrik EFE dan matrik IFE maka dapat disusun selanjutnya dalam matrik Internal-Eksternal atau matrik IE. Matrik IE digunakan untuk menganalisis posisi perusahaan secara lebih detail dan melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan. Hasil dari penilaian matrik IE untuk *Kedai Rinati* dapat dilihat pada gambar 3.1. Nilai rata-rata IFE sebesar 2,380 dan rata-rata EFE sebesar 2,943 menunjukkan posisi *Kedai Rinati* berada pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh *Kedai Rinati* adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Strategi penetrasi pasar dilakukan untuk mengatasi perkembangan pasar dengan meningkatkan pangsa pasar produk yang sudah ada. Peningkatan pangsa pasar produk ini dapat dilakukan dengan lebih gencar melakukan promosi, memperluas wilayah pemasaran dan distribusi, mempertahankan harga, menjalin kerjasama dengan agen distribusi, membangun atau menyewa kios-kios di tempat yang strategis, menciptakan inovasi produk yang baru dan tetap menjaga atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.



Gambar 3.1 : Hasil Matrik IE Kedai Rinati  
 Sumber : Lampiran 2 dan Lampiran 3

Alternatif strategi yang dihasilkan pada matrik IE adalah merupakan strategiumum yang tidak memiliki implementasi strategi yang lebih teknis pada tingkat perusahaan. Oleh karena itu matrik IE dilengkapi oleh matrik SWOT yang berupa langkah-langkah kongkrit yang dapat memberikan uraian lebih detail mengenai alternatif strategi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan.

**b. Analisis Matrik SWOT**

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan, maka dapat disusun beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis matrik SWOT. Hasil dari analisis matrik SWOT pada Kedai Rinati dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini.

Tabel 3.5 Matrik SWOT pada Kedai Rinati

Faktor Internal	Kekuatan (Strenghts)/S	Kelemahan (Weaknesses)/W
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk berkualitas</li> <li>2. Harga di pasar bersaing</li> <li>3. Produk tanpa bahan pengawet makanan</li> <li>4. Lokasi perusahaan strategis</li> <li>5. Modal sendiri</li> <li>6. Bahan baku mudah didapatkan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan</li> <li>2. Sedikitnya variasi bentuk dan citarasa produk</li> <li>3. Minimnya kegiatan promosi</li> <li>4. Wilayah distribusi masih terbatas</li> <li>5. Minimnya modal yang dimiliki</li> <li>6. Kapasitas produksi masih terbatas</li> <li>7. Minimnya sarana dan prasarana operasional perusahaan</li> <li>8. Tidak adanya riset dan pengembangan produk</li> </ol>
Faktor Eksternal		
Peluang (Opportunities)/O	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertambahnya populasi penduduk</li> <li>2. Perkembangan dunia internet</li> <li>3. Ketersediaan bahan baku yang melimpah</li> <li>4. Banyaknya agen distributor</li> <li>5. Tingginya loyalitas kosumen terhadap produkperusahaan</li> <li>6. Pangsa pasar masih luas</li> <li>7. Perkembangan industri wisata</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan danloyalitas konsumen. (S1, S2, S3, O5)</li> <li>2. Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar. (S1, S2,S3, O1,O3, O4, O6,O7)</li> <li>3. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial. (S4, O1, O5, O6, O7)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan. (W1,W8, O1, O2, O6)</li> <li>2. Membangun atau menyewa kios di tempat-tempat yang lebih strategis.(W3, W4, W7, O1, O6, O7)</li> </ol>
Ancaman (Treathts)/T	Strategi ST	Strategi WT
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kenaikan harga bahan bakar minyak</li> <li>2. Dibukanya pasar bebas pada tahun 2015</li> <li>3. Perubahan Cuaca yang tidak stabil</li> <li>4. Fluktuasi nilai tukar rupiah</li> <li>5. Pola hidup masyarakat yang sudah modern</li> <li>6. Banyaknya produsen ritel makanan modern</li> <li>7. Banyaknya produk substitusi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru. (S1, S2, S3, S5, S6, T1, T2, T3, T5,T6,T7)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran. (W3, W4, W8, T2, T5,T6, T7)</li> <li>2. Membangun dan mengembangkan usaha patungan (<i>Joint Venture</i>) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi. (W2, W5, W6, W7, W8, T1, T2, T3,T4, T5, T6, T7)</li> </ol>

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

1. Strategi S-O (*Strenghts-Opportunities*)

Strategi ini adalah untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebutdan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang dapat digunakan yaitu pertama, mempertahankan harga yang selama ini telah ditetapkan kepada konsumen dengan tetap selalu meningkatkan kualitas produk untuk

meningkatkan dan menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Kedua, menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk memperluas wilayah pemasaran ataupun distribusi produk, sehingga akan menambah pangsa pasar. Ketiga, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mempermudah kegiatan pemasaran, pendistribusian, dan promosi produk untuk menarik pelanggan yang potensial, mengingat masih luasnya pangsa pasar yang ada.

2. Strategi S-T (*Strengths-Treathts*)

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat digunakan yaitu dengan menciptakan suatu inovasi produk yang baru dengan menciptakan suatu kreasi bentuk dan cita rasa baru untuk menambah konsumen baru sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk.

3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu menjalankan sistem manajemen organisasi perusahaan untuk mempermudah dalam perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan kegiatan operasional perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan dan perkembangan dunia usaha yang semakin modern. Selain itu membangun atau menyewa sebuah kios di tempat-tempat yang strategis seperti di pinggir jalan raya utama kota dan ditempat-tempat wisata tentu perlu dilakukan untuk mempermudah melakukan promosi, dan pendistribusian produk dalam rangka meningkatkan penjualan dan memperluas wilayah pemasaran.

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Treathts*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu pertama, meningkatkan kegiatan promosi dengan metode yang lebih efektif dan efisien seperti brosur, spanduk, atau papan reklame untuk lebih memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat untuk menarik pelanggan yang potensial dan memperluas daerah pemasaran serta meningkatkan volume penjualan. Kedua, membangun dan mengembangkan usaha patungan (*Joint Venture*) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi, memenuhi kebutuhan modal yang masih minim, terutama untuk penambahan sarana dan prasarana serta riset dan pengembangan produk.

c. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Tahap terakhir dalam perumusan alternatif strategi setelah sebelumnya memilih beberapa alternatif strategi adalah yaitu melakukan pengambilan keputusan untuk memilih strategi apa yang paling tepat untuk digunakan oleh perusahaan yaitu dengan menggunakan matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) yaitu untuk meringkas dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan yang sudah diidentifikasi sebelumnya. QSPM diperoleh dari hasil perhitungan dengan mengalikan rata-rata bobot dari masing-masing identifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dengan nilai daya tarik (AS) maka akan diperoleh nilai total daya tarik (TAS) dapat dilihat

pada lampiran 5. Matrik ini akan menghasilkan tindakan-tindakan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh *Kedai Rinati*. Pilihan alternatif strategi dari matrik SWOT yang dapat dipilih yaitu:

Tabel 3.6 Peringkat alternatif strategi pemasaran Kedai Rinati

No.	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1.	Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.	6,445	1
2.	Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar.	5,786	5
3.	Memfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial.	5,459	7
4.	Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru.	6,172	3
5.	Menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan.	4,843	8
6.	Membangun atau menyewa kios di tempat-tempat yang strategis untuk meningkatkan penjualan.	5,460	6
7.	Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran.	5,851	4
8.	Membangun dan mengembangkan usahapaduan ( <i>Joint Venture</i> ) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi.	6,312	2

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan hasil perhitungan TAS, alternatif strategi yang paling diminati dan diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan skor TAS sebesar 6,445. Alternatif strategi tersebut lebih diprioritaskan oleh perusahaan dikarenakan selama ini tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan yang memiliki harga yang terjangkau dengan kualitas produk lebih terjamin dibandingkan produk dari perusahaan lain. Selain itu kepuasan dan loyalitas konsumen tersebut menjadi suatu media promosi paling efektif yang dimiliki oleh perusahaan untuk menarik konsumen lain agar mau membeli produk di perusahaan tersebut melalui media *mouth to mouth*, mengingat masih minimnya kegiatan promosi perusahaan melalui media lain.

Alternatif strategi yang paling tidak diminati yaitu menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan dengan skor TAS sebesar 4,843. Alternatif strategi ini sangat tidak diminati oleh pemilik mengingat usaha yang dijalankan adalah jenis usaha mikro yang dapat mereka jalankan sendiri tanpa menggunakan sistem manajemen perusahaan dan sampai saat ini usaha tersebut masih dapat bertahan, meskipun pada dasarnya semua usaha besar atau kecil perludanya penerapan sistem

manajemen perusahaan untuk mengatur suatu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan suatu usaha untuk kedepannya.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Analisis Strategi Pemasaran Mangut Lele Asapa Guna Melestarikan Makanan Tradisional (Studi Kasus pada Kedai Rinati di Kota Tangerang)" yang meliputi analisis IFE, analisis EFE, analisis IE, analisis SWOT, dan analisis QSPM maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pemilik Kedai Rinati, strategi pemasaran yang dilakukan saat ini dalam memasarkan produk mangut lele asapnya yaitu dengan pemasaran langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke kedai untuk membeli mangut lele asap dan dapat juga dengan memesannya melalui telepon.
2. Hasil dari analisis faktor internal perusahaan dengan menggunakan matrik IFE kekuatan utama perusahaan adalah produk yang berkualitas, sedangkan kelemahan utama yang dimiliki oleh Kedai Rinati adalah minimnya modal yang dimiliki. Total skor matrik IFE sebesar 2,380 dibawah skor bobot total 2,5, mengindikasikan bahwa lemahnya posisi internal perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

Hasil dari analisis matrik EFE yaitu Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. Ancaman utama dari perusahaan adalah banyaknya produk substitusi. Total skor matrik EFE diperoleh sebesar 2,943 di atas skor bobot total 2,5, mengindikasikan bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

3. Hasil dari penilaian matrik IE menunjukkan posisi Kedai Rinati pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh Kedai Rinati adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Hasil analisis SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan yaitu: 1) Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. 2) Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar. 3) Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial. 4) Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru. 5) Mejalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan. 6) Membangun atau menyewa kios di tempat-tempat yang strategis untuk meningkatkan penjualan. 7) Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran. 8) Membangun dan mengembangkan usaha patungan (*Joint Venture*) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Berdasarkan hasil analisis matrik QSPM, dari delapan alternatif strategi yang ada terdapat satu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan skor TAS sebesar 6,445.

**SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Kedai Rinati perlu menjalin kerjasama dengan berbagai pihak penyedia dana atau modal untuk memenuhi kekurangan dana yang dimiliki oleh perusahaan agar semua kegiatan operasional perusahaan menjadi lancar tanpa terkendala dengan modal yang dimiliki agar perusahaan dapat berkembang.
2. Bagi Kedai Rinati harus terus berusaha mempertahankan dan menjaga atau bahkan meningkatkan kepuasan loyalitas konsumen yang dimiliki terhadap produk perusahaan, agar konsumen tersebut tidak berpindah ke produk lain mengingat industri makanan memiliki banyak sekali produk substitusi.
3. Bagi akademisi atau peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa melakukan penelitian mengenai kinerja keuangan perusahaan, kegiatan operasional perusahaan, dan juga mengenai keorganisasian perusahaan mengingat perusahaan ini masih belum menggunakan sistem manajemen perusahaan. Sehingga penelitian-penelitian tersebut diharapkan dapat membantu pemilik perusahaan untuk mengontrol kegiatan perusahaannya baik mengenai keuangan, operasional, serta sumber daya manusia yang dimilikinya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi, 2006. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teoristik”*. Rineka Cipta, Jakarta.
- David, Fred, R. 2010. *Strategic Management. Manajemen Strategis*. Edisi Keduabelas, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *According To Kotler: Dalam Menjawab Pemasaran*. Jakarta. PT. Bhuana Ilmu Populer
- K.Yin, Robert. 2011. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy, J. 2006. *” Metodologi Penelitian Kualitatif”*. PT Rosda Karya, Bandung.
- Pasaribu, Leonard. 2008. *“Analisis Strategi Pemasaran Susu UHT (Ultra High Temperature) (Studi Kasus : PT. ULTRAJAYA Tbk, Bandung)”*.
- Meilya Suzan Triyastuti, Daniel H. Ndahawali, Hetty M. Ondang. 2021. *“Strategi Pemasaran Produk Ikan Cakalang Asap (Studi Kasus : UKM Frozen Seas)”*.
- Purnama, Lingga, M.C. 2004. *Strategi Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT “Teknik Membedah Kasus Bisnis”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Busnis Plan : Teknik Membuat Perencanaan bisnis dan Analisis Kasus*. Jakarta. Pt. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*. Alfabeta Bandung.
- Supranto, J. 2003. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta



## Tax Avoidance: Good Corporate Governance dan Kualitas Audit

Adibah Yahya<sup>1</sup>, Maulina Dyah Permatasari<sup>2</sup>, Taufik Hidayat<sup>3</sup>, Maulana Fahrurroji<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pelita Bangsa, Program Studi Akuntansi, email:  
[adibah.yahya@pelitabangsa.ac.id](mailto:adibah.yahya@pelitabangsa.ac.id), [maulina.permatasari@pelitabangsa.ac.id](mailto:maulina.permatasari@pelitabangsa.ac.id),  
[taufik.hidayat@pelitabangsa.ac.id](mailto:taufik.hidayat@pelitabangsa.ac.id), [maulanafahrurrozi@gmail.com](mailto:maulanafahrurrozi@gmail.com)

### Abstrak

*Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar di negara Indonesia. Bagi perusahaan, pajak dapat mengurangi beban laba. Pemerintah menginginkan pajak yang besar, sedangkan perusahaan menginginkan tarif pajak yang rendah. Oleh karena itu, terdapat perilaku tax avoidance yaitu perilaku perusahaan yang berupaya meminimalkan pembayaran pajak melalui cara yang tidak melanggar hukum atau pada hakikatnya ilegal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepemilikan institusional, kualitas audit dan dewan komisaris independen terhadap tax avoidance. Sampel pada penelitian ini terdiri dari perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dan sampel yang diperoleh sebanyak 34 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap tax avoidance, sedangkan dewan komisaris independen dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap tax avoidance. Secara simultan kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kualitas audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap tax avoidance.*

**Kata Kunci :** Tax avoidance, Kepemilikan Institusional, Kualitas Audit, Dewan Komisaris Independen.

### Abstract

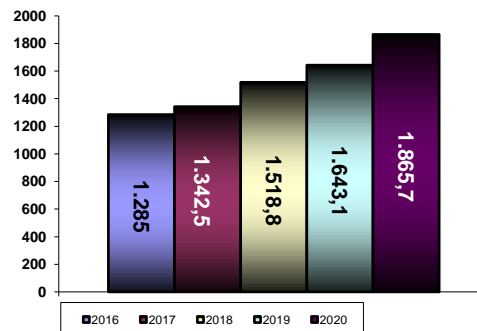
*Taxes are one of the largest sources of revenue for the state. For companies, taxes are a burden that can reduce profits. The government wants large tax revenues while companies want low tax payments. Therefore, there is a tax avoidance, where a company tries to minimize the amount of tax payments by not breaking the law or being legal. This study aims to determine how the influence of Institutional Ownership, Audit Quality and Independent Commissioners on Tax avoidance. Tax avoidance measurement uses company CETR, namely income tax payment divided by profit before income tax. The sample in this study consisted of property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2016-2019. The sample selection technique used purposive sampling and the sample obtained was 34 companies. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that institutional ownership has a positive and significant effect on tax avoidance, and the independent board of commissioners and audit quality has no positive and insignificant effect on tax avoidance. Simultaneously institutional ownership, the independent board of commissioners and audit quality has a positive and significant effect on tax avoidance.*

**Keywords:** Tax avoidance, Institutional Ownership, Audit Quality, Independent Board of Commissioners.

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Dibandingkan dengan penerimaan lainnya, perpajakan merupakan sumber penerimaan pajak nasional yang paling mungkin, dan menyumbang persentase tertinggi dari anggaran pajak dan belanja negara (APBN). Sebagaimana tertuang dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Nasional (APBN) tahun 2019 dari Rp2,439,7 triliun pendapatan negara, sebesar Rp2,142,5 triliun berasal dari penerimaan pajak. Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam penopang penerimaan negara, khususnya dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan terbesar (Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan, 2019).



Gambar 1. Pertumbuhan Perpajakan

Sumber: (Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan, 2019)

Optimalisasi penerimaan pajak dapat dilakukan dengan usaha intensifikasi dan ekstensifikasi penerimaan pajak. Namun pada kenyataannya realisasi penerimaan pajak masih jauh dari perencanaan yang ditetapkan pemerintah. Hal ini menunjukkan adanya tindakan penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak. Penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan, merupakan strategi penghindaran pajak yang diperkenankan oleh undang-undang namun hal ini merugikan penerimaan negara (Faradiza, 2019). Sehubungan dengan langkah penghindaran pajak di Indonesia ini, beberapa perusahaan penanaman modal asing mengemukakan bahwa kegiatan penghindaran pajak dilakukan oleh manajemen perusahaan, dan tujuannya untuk meminimalkan beban pajak perusahaan. Hal demikianlah yang menyebabkan munculnya tren untuk melakukan penghindaran pajak secara legal oleh perusahaan (Astuti & Aryani, 2017).

Penghindaran pajak tidak selalu menyiratkan perilaku yang tidak tepat karena mengelola biaya pajak adalah komponen yang tepat dari strategi jangka panjang perusahaan (Atwood, Drake, Myers, & Myers, 2012). Penghindaran pajak baik secara legal (*tax avoidance*) adalah Salah satu upaya untuk meminimalisir beban pajak yang kerap ditanggung perusahaan, karena masih dalam kerangka peraturan perpajakan yang berlaku (Putri, 2018). Data pajak penghasilan dalam laporan keuangan untuk memperoleh ukuran kegiatan penghindaran pajak perusahaan dan untuk menjawab pertanyaan penting tentang faktor penentu dan konsekuensi dari penghindaran pajak (Hanlon & Heitzman, 2010).

Salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah melalui tata kelola perusahaan yang baik (GCG), yang meliputi rangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. GCG digunakan sebagai sarana untuk menentukan pemantauan kinerja berdasarkan struktur yang berkontribusi terhadap tujuan perusahaan (Riantono, 2014). Tata kelola perusahaan yang baik adalah sistem manajemen yang dirancang untuk meningkatkan kinerja perusahaan, melindungi kepentingan pemangku kepentingan, dan meningkatkan kepatuhan terhadap hukum, peraturan, dan nilai-nilai etika umum (Kusmayadi, Rudiana, & Badruzaman, 2015).

GCG merupakan proses yang memiliki dampak terhadap masyarakat dimana manajer sebagai pengambil keputusan bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan. GCG yang baik akan dapat menciptakan nilai perusahaan (Monks, 2002). Mekanisme corporate governance mengacu pada sekumpulan prosedur atas pengambilan keputusan manajer yang dipengaruhi oleh pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian.

Perusahaan yang memiliki kepemilikan institusional yang tinggi akan semakin agresif dalam meminimalisir pelaporan perpajakannya. Kepemilikan institusional mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal sehingga mempengaruhi perusahaan dalam melakukan tindakan *tax avoidance*. Semakin besar nilai investasi yang diberikan kedalam sebuah organisasi, akan membuat sistem monitoring dalam organisasi lebih tinggi (Ingley & Van Der Walt, 2004). Beban pajak perusahaan yang tinggi dipengaruhi oleh kepemilikan institusional yang tinggi. Hal ini dikarenakan praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan didasarkan pada skala dan hak suara yang dimiliki oleh institusional yang berpengaruh pada pengawasan perusahaan.

Dewan komisaris independen berperan penting dalam perusahaan, terutama dalam penerapan mekanisme tata kelola perusahaan. Semakin independen dewan pengawas dalam suatu perusahaan maka semakin besar pula nilai perusahaan tersebut, karena kinerja manajemen diawasi oleh dewan pengawas independen (Kusmayadi & Hermansyah, 2018; Valencia & Khairani, 2019). Dewan pengawas independen adalah orang yang berhubungan dengan pemegang saham pengendali, direksi, atau dewan pengawas dalam segala aspek, dan tidak menjabat sebagai direktur perusahaan yang terkait dengan perusahaan pemilik (Zemzem, 2016).

Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik menyatakan bahwa jumlah komisaris independen wajib paling kurang 30% (tiga puluh persen) dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris yang belum optimal menjadikan adanya urgensi komite audit dalam mengawasi laporan keuangan manajemen.

Laporan keuangan dikatakan berkualitas jika diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang bereputasi. Menurut beberapa bahan referensi, KAP Big Four memiliki kualifikasi yang lebih tinggi, sehingga nilai perusahaan yang sebenarnya dapat ditunjukkan. KAP Big Four terdiri dari: Deloitte Touche Tohmatsu PwC (*Pricewaterhouse Coopers*), KPMG, dan Ernst & Young (E&Y). Diduga perusahaan yang menggunakan jasa KAP the Big Four memiliki kecurangan yang lebih rendah daripada perusahaan yang diaudit KAP non The Big Four (Subagiastra, Arizona, & Mahaputra, 2017). Perusahaan akan melakukan penghindaran pajak jika nominal pembayaran pajak terlalu tinggi, sehingga memicu terjadinya manipulasi pajak. Tingkat manipulasi pajak akan semakin kecil, jika kualitas pajak semakin baik (Annisa & Kurniasih, 2008).

Inkonsistensi penelitian mengenai pengaruh GCG terhadap *tax avoidance* melalui proksi Kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional berpengaruh negatif (Koming & Praditasari, 2017), (Ngadiman & Puspitasari, 2014), (Feranika, Mukhzarudfa, & Machfuddin, 2017), yang berarti bahwa semakin besar tingkat kepemilikan institusional akan mengurangi tindakan *tax avoidance*. Namun (Putri & Putra, 2017), (Ariawan & Setiawan, 2017), (Subagiastra et al., 2017) menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap *tax avoidance*. Hasil penelitian terdahulu lainnya menyatakan bahwa kepemilikan tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* (Annisa & Kurniasih, 2008), (Diantari & Ulupui, 2016), (Putri, 2018)

Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* (Feranika et al., 2017), (Ariawan & Setiawan, 2017), (Eksandy, 2017), (Feranika et al., 2017), (Subagiastra et al., 2017), sedangkan (Wijayani, 2016), (Annisa & Kurniasih, 2008), (Ariawan & Setiawan, 2017), (Diantari & Ulupui, 2016) menyatakan sebaliknya yaitu dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Selanjutnya dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance* (Diantari & Ulupui, 2016), (Eksandy, 2017), (Koming & Praditasari, 2017), (Valencia & Khairani, 2019), (Azzam & Subekti, 2019).

Kualitas audit berpengaruh positif terhadap *tax avoidance* (Eksandy, 2017), (Annisa & Kurniasih, 2008), (Yutaro & Miftatah, 2020), namun (Feranika et al., 2017) menyatakan sebaliknya. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan dan inkonsistensi penelitian, maka tujuan penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh GCG dan kualitas audit terhadap *tax avoidance*.

## 1.2.Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

### Agency Theory

Konsep teori keagenan didasarkan pada masalah keagenan yang muncul ketika manajemen dan kepemilikan perusahaan dipisahkan. Teori keagenan berpendapat bahwa jika prinsipal (pemilik)

dan agen (manajer) memiliki kepentingan yang berbeda, maka akan terjadi konflik yang disebut konflik keagenan (Connelly, Certo, Ireland, & Reutzel, 2010). Konflik kepentingan akan timbul ketika terjadi pemisahan kepemilikan dikarenakan tindakan yang dilakukan pengelola tidak sesuai dengan keinginan pemilik. Benhart dan Rosenstein (1998) mengusulkan mekanisme yang dapat mengatasi masalah keagenan ini yaitu mekanisme tata kelola perusahaan. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh asuransi, bank, perusahaan investasi dan institusi lain, serta kepemilikan institusional lainnya (Bhagat & Bolton, 2019).

### **Tax Avoidance**

Perencanaan perpajakan merupakan salah satu fungsi dari manajemen perpajakan. Pengelolaan pajak di sini tidak hanya mengatur pajak yang terutang, tetapi juga memastikan bahwa peraturan perundang-undangan sesuai dengan peraturan perpajakan, sehingga menghindari denda pajak di masa mendatang (Suandy, 2016). Perencanaan pajak berupa estimasi jumlah pajak yang akan dibayarkan guna menghindari pajak, hal ini juga merupakan perencanaan strategis perusahaan (Yahya & Wahyuningsih, 2020). Tahapan dalam manajemen pajak yaitu perencanaan pajak (*tax planning*), pelaksanaan kewajiban perpajakan (*tax implementation*), dan pengendalian pajak (*tax control*).

Pada tahap *tax planning*, dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan (Suandy, 2016). *Tax avoidance* merupakan upaya efisiensi beban pajak yang harus dibayarkan dengan cara menghindari pengenaan pajak lewat berbagai jenis transaksi yang bukan merupakan objek pajak bahwa *tax avoidance* merupakan usaha yang dilakukan oleh wajib pajak (apakah berhasil atau tidak) untuk mengurangi atau sama sekali menghapus utang pajak, yang tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Cara mengurangi pajak yang masih dalam batas ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan dan dapat dibenarkan, terutama melalui perencanaan pajak *tax avoidance*.

*Tax avoidance* merupakan salah satu perencanaan pajak melalui tindakan legal atau boleh dilakukan oleh wajib pajak. Variabel ini di proksikan dengan menggunakan rumus *Cash Effective Tax Rate* (CETR). *Cash Effective Tax Rate* (CETR) diharapkan dapat diketahui antusiasme perencanaan pajak perusahaan dengan menggunakan perbedaan tetap dan temporer, *Cash Effective Tax Rate* (CETR) dihitung dengan menggunakan cara membagi pembayaran pajak penghasilan perusahaan dengan laba sebelum pajak penghasilan (Koming & Praditasari, 2017).

Perusahaan yang memiliki GCG atau tata kelola perusahaan tidak hanya berpotensi meningkatkan penghindaran pajak, membuat perusahaan lebih menguntungkan, tetapi juga membatasi penghindaran pajak ke tingkat di mana risiko yang timbul tidak lebih besar daripada manfaatnya (Kovermann & Velte, 2019). Perusahaan yang menggunakan KAP *Big Four* dalam melakukan audit, cenderung tidak melakukan penghindaran pajak (Eksandy, 2017). Hal ini dijadikan sebagai hipotesis penelitian atas pengaruh simultan kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kualitas audit terhadap *tax avoidance*.

**H<sub>1</sub>: Pengaruh kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kualitas audit terhadap *tax avoidance*.**

### **Good Corporate Governance**

Kehidupan suatu perusahaan sangat erat kaitannya dengan evolusi pasar. Oleh karena itu, tata kelola perusahaan yang baik dapat didefinisikan dengan mengacu pada berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dan harapan mereka. Secara umum, pemangku kepentingan terdiri dari berbagai kategori: pemegang saham, kreditor, pekerja, pemasok, lembaga, konsumen, dan masyarakat lokal. Tata kelola perusahaan yang baik menunjukkan tanggung jawab bersama. Ini juga merupakan hasil dari pilihan operasional dan strategis yang dibuat oleh berbagai pemangku kepentingan yang terlibat (Bhagat & Bolton, 2019).

Saat ini, tidak ada model tata kelola yang baik, tetapi model apa pun sangat bergantung pada bagaimana berbagai kepentingan pemangku kepentingan digabungkan. Dari sudut pandang ini, para pemangku kepentingan akan menilai tata kelola yang baik pada kemampuan menghasilkan nilai dan manfaat sesuai dengan harapan. Risiko atas keputusan yang diambil oleh pemilik untuk kepentingan

sendiri dapat dikurangi dengan adanya penerapan GCG yang baik. Peningkatan nilai perusahaan dan tingkat kepercayaan investor dapat tercapai dengan diterapkannya GCG (Newell & Wilson, 2002).

*Corporate governance* diartikan sebagai suatu sistem bagaimana perusahaan dapat diarahkan dan diawasi. Penerapan CG diharapkan mampu mendorong manajemen perusahaan agar berperilaku profesional, transparan dan efisien serta dapat mengoptimalkan fungsi komisaris, dewan direksi dan rapat umum pemegang saham (Jao, MArdiana, & Jimmiawan, 2019). Prinsip CG di Indonesia dengan KepMen BUMN No. Kep-117/MMBU/2002 tentang penerapan praktik good corporate pada BUMN pada Bab II pasal 3 meliputi lima prinsip yaitu kewajaran (*fairness*), transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*) dan kemandirian (*independency*) (Kusmayadi et al., 2015).

### **Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham yang dimiliki asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Tandean & Nainggolan, 2017). Kepemilikan saham institusional mengacu pada persentase saham yang dimiliki oleh lembaga dan kepemilikan pemegang saham utama, yaitu kepemilikan individu atau kepemilikan individu yang mewakili lebih dari lima persen (5%) tetapi tidak termasuk dalam kategori kepemilikan orang dalam atau pengelola (Wijayani, 2016).

Mekanisme pengendalian yang efektif untuk setiap keputusan yang diambil oleh manajer berada pada kepemilikan institusional. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh kepemilikan institusional yang berpartisipasi dalam keputusan strategis perusahaan. Sehingga pengawasan atas kinerja manajemen dapat lebih optimal dan berdampak langsung pada investor (Saifi, 2019).

Kepemilikan institusional sangat penting artinya dalam memonitor manajemen, karena kepemilikan institusional akan meningkatkan pengawasan terbaik, karena diyakini mampu memonitor secara efektif setiap keputusan yang dibuat oleh manajer. Tindakan pengawasan perusahaan oleh pihak investor institusional dapat mendorong manajer untuk lebih memfokuskan perhatiannya terhadap kinerja perusahaan sehingga akan mengurangi perilaku oportunistik atau mementingkan diri sendiri (Purnama, 2017).

Kepemilikan institusional akan dilambangkan dengan KI dan dapat diukur dari rasio jumlah saham yang dimiliki oleh investor institusional terhadap total saham yang beredar. Kepemilikan institusional yang dimaksud adalah perusahaan lain yang memiliki saham pada suatu perusahaan tertentu. Indikatornya adalah jumlah saham yang dimiliki oleh investor institusional dan jumlah saham yang diterbitkan Jumlah saham perusahaan (Agatha, Nurlaela, & Samrotun, 2020; Ngadiman & Puspitasari, 2014; Purnama, 2017).

$$KI = \frac{\text{Total saham yang dimiliki institusi}}{\text{Total saham yang beredar}} \quad (1)$$

Kepemilikan institusional dapat mempengaruhi tindakan penghindaran pajak yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah, lembaga keuangan, badan hukum, lembaga asing, dana perwalian, dan lembaga lainnya. Kepemilikan saham merupakan sumber kekuatan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya. Kepemilikan institusional sangat penting dalam memantau manajemen, karena kepemilikan institusional dianggap dapat secara efektif memantau setiap keputusan yang dibuat oleh manajer.

Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang lebih tinggi akan lebih aktif dalam meminimalkan pelaporan pajaknya sehingga terjadi peningkatan praktik penghindaran pajak sebagai dasar bagi perusahaan untuk meminimalkan beban pajaknya (Putri & Putra, 2017), (Diantari & Ulupui, 2016), (Ariawan & Setiawan, 2017).

### **H<sub>2</sub>: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap tax avoidance**

#### **Dewan Komisaris Independen**

Independensi komisaris independen telah memberikan kontribusi penting dalam pengambilan keputusan komite komisaris. Mereka memiliki pandangan yang obyektif dalam mengevaluasi kinerja direksi. Saat menentukan independensi komisaris, beberapa negara memiliki standar kemerdekaan

yang terperinci. Di Indonesia, Seorang komisaris independen selain emiten atau emiten sebagai anggota komite harus memenuhi persyaratan tertentu. Persyaratan komisaris independen antara lain: orang yang tidak bekerja atau berhak merencanakan, memimpin, mengendalikan atau mengawasi kegiatan emiten atau emiten dalam 6 bulan terakhir, tidak memegang saham emiten atau emiten, memiliki tidak ada hubungan afiliasi, dan tidak memiliki hubungan dengan Emiten atau Kegiatan bisnis perusahaan terdaftar tidak memiliki hubungan bisnis yang baik (Otoritas Jasa Keuangan, 2014).

Dewan komisaris independen (DKI) diukur melalui jumlah komisaris independen terhadap jumlah dewan komisaris di perusahaan (Feranika et al., 2017), maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DKI = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris independen}}{\text{Total dewan komisaris perusahaan}} \quad (2)$$

Dewan komisaris dianggap sebagai mekanisme kunci untuk mengatur suatu perusahaan. Tata kelola perusahaan yang baik merupakan faktor penentu dalam mengidentifikasi penghindaran pajak perusahaan. Perusahaan dengan tata kelola yang buruk dan penghindaran pajak akan lebih rentan terhadap risiko konflik agen. Konflik agen dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk mentransfer biaya untuk kepentingan mereka.

Fungsi pengawasan dalam pengelolaan perusahaan dapat juga dilakukan oleh dewan komisaris independen. Pengawasan yang dilakukan dewan komisaris independen dapat menjadikan laporan keuangan lebih obyektif. Sehingga mampu mengurangi praktik *tax avoidance* (Feranika et al., 2017).

Semakin besar proporsi dewan komisaris independen, aktivitas penghindaran pajak akan mengalami penurunan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak (Wijayani, 2016), (Annisa & Kurniasih, 2008), (Ariawan & Setiawan, 2017), (Diantari & Ulupui, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas *tax avoidance* dapat dihindari dengan peningkatan proporsi dewan komisaris independen.

### H<sub>3</sub>: Dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*

#### Kualitas Audit

Kualitas audit mengacu pada semua kemungkinan ketika auditor mengaudit laporan keuangan klien dan menemukan pelanggaran atau kesalahan dan melaporkannya dalam laporan keuangan yang diaudit (Sundari & Aprilina, 2017). Transparansi yang akurat menjadi salah satu elemen dalam kualitas audit, dengan menemukan pelanggaran atau kesalahan yang terjadi pada laporan keuangan audit (Diantari & Ulupui, 2016).

Kualitas audit diukur dengan menggunakan variabel *dummy* yang bernilai 1 apabila audit laporan keuangan dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik (KAP). *The Big Four* adalah nama panggilan yang di gunakan untuk merujuk secara kolektif ke empat jaringan layanan profesional terbesar didunia, yang terdiri dari *Pricewater House Cooper-PWC*, *Deloitte Touche Tohmatsu*, *KPMG*, dan *Ernst & Young-E&Y*, keempat jaringan sering dikelompokkan bersama karena sejumlah alasan, mereka masing-masing sebanding dalam ukuran relatif dilayanan profesional. Khususnya akuntansi empat besar masing-masing menawarkan audit, jaminan, perpajakan, konsultasi, manajemen, aktuarial, keuangan perusahaan, dan layanan hukum, dan bernilai 0 apabila audit laporan keuangan tidak dilakukan oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) *The Big Four* (Yutaro & Miftatah, 2020), audit yang berkualitas adalah audit yang dilaksanakan oleh orang yang berkompeten dan orang yang independen..

The Big Four Auditor adalah grup yang terdiri dari empat akuntansi internasional terbesar dan perusahaan jasa profesional dan bertanggung jawab untuk menangani sebagian besar pekerjaan audit perusahaan terdaftar dan perusahaan swasta. Firma Empat Besar adalah sebagai berikut:

1. Deloitte Touche Tohmatsu, nama ini didirikan dan dinamai oleh gabungan nama William Wech Deloitte, George Touche, dan Panglima Nobuzo Tohmatsu.
2. PwC (*Pricewaterhouse Coopers*), nama ini didirikan dan dinamai oleh Samuel Price seorang akuntan dan Price membuat persekutuan dengan Wiliam Holyland dan Edwin Waterhouse.
3. Ernst & Young (EY), nama ini didirikan dan dinamai oleh Arthur Young dan Alwin C. Ernts.
4. KPMG, nama ini didirikan dan dinamai oeh William Barclay Peat James Marwick.

Kualitas atas laporan keuangan yang diaudit oleh KAP *The Big Four* lebih baik serta memberikan penilaian atas perusahaan yang sebenarnya. Sehingga diduga tingkat kecurangan lebih

rendah dibandingkan dengan perusahaan yang diaudit oleh KAP selain *The Big Four*.

Kualitas auditor dilihat dari kemampuan auditor dalam memberikan laporan audit yang dapat dipercaya agar reputasi auditor dapat dipertahankan (Subagiastra et al., 2017; Yahya & Cahyana, 2020). Perusahaan yang diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) *The Big Four* biasanya menghasilkan kualitas audit yang semakin baik dan akan semakin sulit melakukan kebijakan penghindaran pajak (Feranika et al., 2017), (Khairunisa, Hapsari, & Aminah, 2017), (Maretta, Widyastuti, & Darmansyah, 2019).

**H4: Kualitas audit berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance***

**2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2014), penelitian kuantitatif adalah “suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif, menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan metode pengujian statistik”. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2019 yang merupakan populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua populasi memiliki kriteria yang ditentukan yang harus dipenuhi dalam penelitian ini.

Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2019.
2. Perusahaan *property* dan *real estate* yang menyajikan laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kepemilikan institusional, dewan komisaris independen dan kualitas audit. Variabel dependennya adalah *tax avoidance* (penghindaran pajak) yang diukur oleh *Cash Effective Tax Rate* (CETR).

**Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Definisi Operasi	Pengukuran
Tax avoidance	Cash Effective Tax Rate (CETR) adalah rasio jumlah kas pajak yang dibayarkan perusahaan pada tahun berjalan (Koming & Praditasari, 2017).	$CETR = \frac{\text{Pembayaran pajak}}{\text{Laba sebelum pajak penghasilan}}$
Kepemilikan Institusional	Saham yang dimiliki oleh institusi keuangan seperti perusahaan asuransi, bank, pensiun, investment banking (Agatha et al., 2020; Ngadiman & Puspitasari, 2014; Purnama, 2017)	$KI = \frac{\text{Total saham yang dimiliki institu.}}{\text{Total saham yang beredar}}$
Dewan Komisaris Independen	Perbandingan jumlah komisaris yang berasal dari luar perusahaan (komisaris independen) terhadap total jumlah anggota dewan komisaris perusahaan (Feranika et al., 2017).	$DKI = \frac{\text{Jumlah dewan komisaris independen}}{\text{Total dewan komisaris perusahaan}}$
Kualitas Audit	Kualitas audit diukur melalui perusahaan yang diaudit oleh KAP The Big Four atau tidak (Yahya & Cahyana, 2020).	Variabel dummy, jika diaudit oleh KAP The Big Four maka diberikan bila 1, sedangkan jika perusahaan diaudit oleh KAP non The Big Four, maka diberikan nilai 0.

Sumber: Data yang diolah 2020

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu kepemilikan institusional, kualitas audit dan dewan komisaris independen terhadap *tax aviodance*. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients	Std. Error	Coefficients		
	Beta		Beta		
(Constant)	,388	,149		2,599	,010
KI	,239	,111	,186	2,159	,033
DKI	-,189	,217	-,074	-,872	,385
KUA	-0,59	,046	-,111	-1,282	,202

Sumber: Output data sekunder yang diolah SPSS, 2020

Dari tabel diatas dapat disusun model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y=0,388 + 0,239X_1 - 0,59X_2- 0,189X_3 + e \tag{3}$$

Berikut penjelasan mengenai model persamaan regresi linier berganda:

1. Nilai konstanta sebesar 0,388 artinya apabila nilai variabel KI (kepemilikan institusional), KUA (kualitas audit), dan DKI (dewan komisaris independen) bernilai 0, maka TA (*tax aviodance*) bernilai sebesar 0,388 atau bertambah sebesar 38,8 %.
2. Jika nilai KI (kepemilikan institusional) meningkat 100 % atau satu satuan maka nilai TA (*tax aviodance*) akan bertambah sebesar 0,239 atau 23,9 %.
3. Jika nilai KUA (kualitas audit) meningkat 100% atau satu satuan maka nilai TA (*tax aviodance*) akan menurun sebesar 0,059 atau 5,9 %.
4. Jika nilai DKI (dewan komisaris independen) meningkat 100 % atau satu satuan maka nilai TA (*tax aviodance*) akan menurun sebesar 0,189 atau 18,9 %.
5. Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil Uji Statistik F dapat dilihat dari tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	,464	3	,155	2,975	,034 <sup>b</sup>
Residual	6,866	132	,052		
Total	7,330	135			

a. Dependent Variable: CETR

b. Predictors: (Constant), DKI, KI, KUA

Sumber: Output data sekunder yang diolah SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 3, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2,975 jika dibandingkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5 % yaitu sebesar 2,671 maka nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  ( $2,975 > 2,671$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,034 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan secara simultan atau bersama-sama variabel kepemilikan institusional, kualitas audit, dan dewan komisaris independen berpengaruh dan signifikan terhadap *tax aviodance* (penghindaran pajak), sehingga hipotesis ( $H_1$ ) diterima.

Berdasarkan hasil variabel Kepemilikan institusional pada tabel 2, diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 2,159 dengan tingkat signifikan 0,033. Sedangkan nilai  $T_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ , diperoleh nilai sebesar 1,978. Hal ini menunjukkan bahwa  $T_{hitung} 2,159 > T_{tabel} 1,978$  dengan nilai Beta sebesar 0,186. Artinya hipotesis ( $H_2$ ) diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Tax aviodance* (Putri & Putra, 2017), (Ariawan & Setiawan, 2017), (Subagiastra et al., 2017).



Berdasarkan hasil variabel Dewan Komisaris Independen pada tabel 2, diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 0,872 dengan tingkat signifikan 0,385. Sedangkan nilai  $T_{tabel}$  dengan  $\alpha=0,05$ , diperoleh nilai sebesar 1,978. Hal ini menunjukkan bahwa  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan nilai Beta sebesar -0,074. Artinya hipotesis ( $H_3$ ) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Dewan Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap variabel *Tax aviodance* (Diantari & Ulupui, 2016), (Eksandy, 2017), (Koming & Praditasari, 2017), (Valencia & Khairani, 2019), (Azzam & Subekti, 2019).

Berdasarkan hasil variabel Kualitas Audit pada tabel 2, diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar -1,282 dengan tingkat signifikan 0,202. Sedangkan nilai  $T_{tabel}$  dengan  $\alpha=0,05$ , diperoleh nilai sebesar -1,988. Hal ini menunjukkan bahwa  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan nilai Beta sebesar -0,111. Artinya hipotesis ( $H_4$ ) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Audit tidak berpengaruh terhadap variabel *Tax aviodance* (Nugraheni & Pratomo, 2018).

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

*Tax aviodance* merupakan salah satu perencanaan pajak melalui tindakan legal atau boleh dilakukan oleh wajib pajak. *Tax aviodance* memicu konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan. Good corporate governance atau tata kelola perusahaan yang baik dapat mengurangi tingkat *tax aviodance*. Selain itu laporan audit yang dilakukan oleh KAP The Big Four diharapkan dapat mengurangi tindakan *tax aviodance*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan GCG yang diprosikan melalui Kepemilikan Institusional dan Dewan Komisaris Independen serta Kualitas audit berpengaruh terhadap *tax aviodance*. Secara parsial Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh positif terhadap *tax aviodance*, yang menunjukkan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan institusional akan meningkatkan tindakan *tax aviodance*.

Dewan komisaris independen dan kualitas audit tidak memiliki pengaruh terhadap *tax aviodance*. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi dewan komisaris independen dan kualitas audit pada perusahaan property dan real estate sebagai sampel penelitian tidak mempengaruhi perusahaan melakukan *tax aviodance*.

##### Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis menyadari terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Maka dari itu, penulis memberikan saran untuk peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah sampel serta tahun pengamatan untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh. Serta diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian melalui variabel lain yang mempengaruhi kebijakan *tax aviodance* diluar variabel penelitian seperti leverage, sales growth, corporate social responsbily, dan lain sebagainya.

##### DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, B. R., Nurlaela, S., & Samrotun, Y. C. (2020). Kepemilikan Manajerial, Institusional, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit dan Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(7), 1811. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i07.p15>
- Annisa, N. A., & Kurniasih, L. (2008). *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance*. 123–136.
- Ariawan, I. M. A. R., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 1831–1859.
- Astuti, T. P., & Aryani, Y. A. (2017). Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2001-2014. *Jurnal Akuntansi*, 20(3), 375–388. <https://doi.org/10.24912/ja.v20i3.4>
- Atwood, T. J., Drake, M. S., Myers, J. N., & Myers, L. A. (2012). Home country tax system characteristics and corporate tax avoidance: International evidence. *Accounting Review*, 87(6), 1831–1860. <https://doi.org/10.2308/accr-50222>
- Azzam, A., & Subekti, H. V. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN

- PERUSAHAAN TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Media Akuntansi Perpajakan*, 4(2), 1–22.
- Bhagat, S., & Bolton, B. (2019). Corporate governance and firm performance: The sequel. *Journal of Corporate Finance*, 58(April), 142–168. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2019.04.006>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, D., & Reutzel, C. R. (2010). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Diantari, P. R., & Ulupui, I. A. (2016). Pengaruh Komite Audit, Proporsi Komisaris Independen, Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 16(1), 702–732.
- Direktorat Jenderal Anggaran-Kementerian Keuangan. (2019). Buku Informasi APBN 2019. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 61. Retrieved from <http://www.anggaran.kemenkeu.go.id/content/publikasi/NK-APBN/2018-Buku-Informasi-APBN-2019.pdf>
- Eksandy, A. (2017). PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, KOMITE AUDIT, DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK (TAX AVOIDANCE) (Studi Empiris Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31000/competitive.v1i1.96>
- Faradiza, S. A. (2019). Dampak Strategi Bisnis terhadap Penghindaran Pajak. *Journal of Applied Accounting and Taxation*, 4(1), 107–116. <https://doi.org/10.30871/jaat.v4i1.1199>
- Feranika, A., Mukhzarudfa, & Machfuddin, A. (2017). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN, KUALITAS AUDIT, KOMITE AUDIT, KARAKTER EKSEKUTIF, DAN LEVERAGE TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Unja*, 2(2), 12–21.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 127–178. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.002>
- Ingle, C. B., & Van Der Walt, N. T. (2004). Corporate governance, institutional investors and conflicts of interest. *Corporate Governance: An International Review*, 12(4), 534–551. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2004.00392.x>
- Jao, R., Mardiana, A., & Jimmiawan, C. (2019). Pengaruh Corporate Governance Terhadap Return Saham Melalui Manajemen Laba. *Tangible Journal*, 4(1), 139–161. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i2.16652>
- Khairunisa, K., Hapsari, D. W., & Aminah, W. (2017). Kualitas Audit, Corporate Social Responsibility, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 9(1), 39–46. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i1.366>
- Koming, N., & Praditasari, A. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 2017(1), 1229–1258.
- Kovermann, J., & Velte, P. (2019). The impact of corporate governance on corporate tax avoidance—A literature review. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 36, 100270. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2019.100270>
- Kusmayadi, D., & Hermansyah, I. (2018). The role of the board commissioners in the implementation of the principles of good corporate governance and the achievement of the performance of bank perkreditasi rakyat in tasikmalaya. *Jurnal Akuntansi*, 22(1), 1–17. <https://doi.org/10.24912/ja.v22i1.319>
- Kusmayadi, D., Rudiana, D., & Badruzaman, J. (2015). *Good Corporate Governance* (I. Firmansyah, ed.). Retrieved from <http://repositori.unsil.ac.id/1280/1/GOOD-CORPORATE-GOVERNANCE.pdf>
- Maretta, D., Widyastuti, T., & Darmansyah. (2019). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Kualitas Audit Terhadap Tax Avoidance. *Jimea-Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, VOL.1(NO.1), PP.188-196.
- Monks, R. A. G. (2002). *Creating Value Through Corporate Governance*\*. 10(3), 116–123.
- Newell, R., & Wilson, G. (2002). Corporate Governance: A Premium for Good Governance. *The McKinsey Quarterly*, 3(4), 20–23.

- Ngadiman, N., & Puspitasari, C. (2014). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2012. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 408–421. <https://doi.org/10.24912/ja.v18i3.273>
- Nugraheni, A. S., & Pratomo, D. (2018). Pengaruh Komite Audit, Kualitas Audit, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *E-Proceeding of Management*, 5(2), 2227–2234.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). Roadmap tata kelola perusahaan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 84.
- Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.25134/jrka.v3i1.676>
- Putri, V. R. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Effective Tax Rate. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 11(1), 42–51. Retrieved from <http://jurnal.pcr.ac.id>
- Putri, V. R., & Putra, B. I. (2017). Pengaruh Leverage, Profitability, Ukuran Perusahaan Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5100>
- Riantono, I. E. (2014). Pengelolaan Manajemen Modern dalam Mewujudkan Good Corporate Governance: Optimalisasi Pencapaian Tujuan Perusahaan. *Binus Business Review*, 5(1), 315. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i1.1219>
- Saifi, M. (2019). Pengaruh Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Profit*, 13(02), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2019.013.02.1>
- Suandy, E. (2016). *Perencanaan Pajak* (6th ed.; M. Masykur, ed.). Jakarta.
- Subagiastra, K., Arizona, I. P. E., & Mahaputra, I. N. K. A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, Dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(2), 167–193. <https://doi.org/10.23887/jia.v1i2.9994>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta.
- Sundari, N., & Aprilina, V. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Intensitas Aset Tetap, Kompensasi Rugi Fiskal Dan Corporate Governanace Terhadap Tax Avoidance. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 85–109. <https://doi.org/10.33558/jrak.v8i1.861>
- Tandean, V. A., & Nainggolan, P. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 9(2), 170–185. <https://doi.org/10.30813/jab.v9i2.880>
- Valencia, K., & Khairani, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Financial Distress, Dewan Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi Oleh Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2). *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 47–64. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.47-64>
- Wijayani, D. R. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, Corporate Governance dan Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia (Studi Empiris Perusahaan Manufaktu). *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 181–192.
- Yahya, A., & Cahyana, D. (2020). Determinan Audit Report Lag (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ-45 Tahun 2014-2018). *Akuntansi Dewantara*, 4(2). <https://doi.org/10.26460/AD.v4i2.8384>
- Yahya, A., & Wahyuningsih, D. (2020). Pengaruh Perencanaan dan Aset Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Telekomunikasi dan Konstruksi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017. *Sosiohumanitas*, 21(2), 86–92. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v21i2.1242>
- Yutaro, M. K. Z., & Miftatah, D. (2020). Pengaruh corporate social responsibility, capital intensity dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 7(1), 25–40.
- Zemzem, A. (2016). *The Effects of Board of Directors ' Characteristics on Tax Aggressiveness The Effects of Board of Directors ' Characteristics on Tax Aggressiveness*. (January 2013).

## PENGARUH MOTIVASI DAN KEMAMPUAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus Pada Karyawan JNE Express)

Rustiana<sup>1</sup>, Catur Sasi Kirono<sup>2</sup>, Nining Yuningsih<sup>3</sup>, Eka Dwi Astuti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pelita Bangsa,

[tiana1273@gmail.com](mailto:tiana1273@gmail.com), [catur.sasi@pelitabangsa.ac.id](mailto:catur.sasi@pelitabangsa.ac.id), [nining.yuningsih@pelitabangsa.ac.id](mailto:nining.yuningsih@pelitabangsa.ac.id),  
[ccadwi@gmail.com](mailto:ccadwi@gmail.com)

### Abstrak

*Kinerja karyawan merupakan keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja setiap individu dan kelompok kerja dalam perusahaan. Peningkatan gaji dan insentif menjadi faktor motivasi dalam peningkatan kinerja karyawan. Tingkat pendidikan yang merupakan bagian dari kemampuan kerja dapat meningkatkan kinerja karyawan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan secara parsial dan simultan. Penelitian dilakukan pada perusahaan kurir JNE di wilayah Jati Asih Bekasi dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang dijadikan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja dan kemampuan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, baik secara parsial maupun simultan. Kemampuan motivasi kerja dan kemampuan kerja dalam menjelaskan kinerja karyawan sebesar 57%.*

**Kata kunci :** Motivasi; Kemampuan kerja; Kinerja Karyawan.

### Abstract

*Employee performance is all activities carried out to improve the performance of a company or organization, including the performance of each individual and work group within the company. The increase in salary and incentives is a motivating factor in increasing employee performance. The level of education which is part of work ability can improve employee performance. The purpose of this study was to analyze the effect of work motivation and work ability on employee performance partially and simultaneously. The study was conducted at the JNE courier company in the Jati Asih Bekasi area with a total of 60 respondents as samples. The results of the study show that work motivation and work ability have a positive and significant effect on employee performance, either partially or simultaneously. The ability of work motivation and work ability in explaining employee performance is 57%.*

**Keywords:** Motivation; Work ability; Employee performance.

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Keseimbangan antara sumber daya manusia (kesehatan dan kapasitas fungsional, kompetensi, nilai, sikap, dan motivasi) dan pekerjaan (tuntutan, pengaturan kerja, dan manajemen) sangat penting (Ilmarinen, 2019). Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam setiap penyelenggaraan kegiatan perusahaan meskipun peran dan fungsi dari tenaga kerja telah banyak digantikan dengan teknologi yang semakin canggih. Tetapi pada kenyataannya sampai saat ini tenaga kerja masih menjadi faktor yang penting dalam menentukan jalannya proses pengiriman. Maka dari itu setiap perusahaan menghendaki agar setiap tenaga kerja dapat bekerja secara efektif dan efisien.

Sumber daya manusia (SDM) sebagai salah satu sumber daya dalam organisasi memegang peranan penting dalam keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Dalam pengembangan sumber daya manusia, kinerja seorang pegawai dalam suatu perusahaan sangat dibutuhkan untuk mencapai kinerja pegawai itu sendiri dan juga untuk keberhasilan perusahaan (Hermina & Yosepha, 2019). Pengembangan SDM baik bekerja disektor publik maupun sektor swasta, perlu dilakukan secara terencana dan kesinambungan. Strategi untuk mengembangkan SDM yang dikenal dengan manajemen organisasi, harus fleksibel dalam menerima gagasan-gagasan baru meskipun saat ini kurang sesuai dan dapat melakukan beberapa reformasi secara fundamental terhadap praktik dan kebijakan konvensional.

Upaya organisasi diarahkan untuk meningkatkan kinerja individu, dengan mempertimbangkan konteks organisasi di mana kinerja itu dihasilkan (Khan, Abbas, & Zaki, 2017). Keberhasilan suatu organisasi dipengaruhi oleh kinerja individu pegawainya, suatu organisasi akan berupaya untuk meningkatkan kinerja pegawainya dengan harapan tujuan perusahaan dapat tercapai. Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan.

Kinerja merupakan kombinasi dari tiga faktor esensial: kemampuan dan minat seorang pekerja, kemampuan dan penerimaan penjelasan pendelegasian tugas, serta peran dan tingkat motivasi pekerja (Fajriah, Muis, Yanti, & Halim, 2021). Kinerja yang tinggi dapat dicapai karena adanya rasa saling percaya yang tinggi di antara anggotanya, artinya anggota saling mempercayai integritas, karakteristik, dan kemampuan anggota lainnya. Untuk mencapai kinerja tinggi membutuhkan waktu yang lama untuk dibangun, membutuhkan kepercayaan, dan menuntut perhatian yang cermat dari manajemen.

Peningkatan kinerja dipengaruhi oleh besar kecilnya tingkat motivasi karyawan, semakin tinggi tingkat motivasi maka semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan. (Farhah, Ahiri, & Ilham, 2020), (Prastiyo, 2019), (Dewi, 2018), (Diamantidis & Chatzoglou, 2019), (Fajriah et al., 2021). Namun hal tersebut tidak berlaku pada semua organisasi, beberapa peneliti menyatakan kinerja karyawan tidak dipengaruhi oleh motivasi (Hermina & Yosepha, 2019), (Sinuhaji, 2014). Adapun faktor-faktor yang dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dapat bersifat individu seperti kebutuhan, sikap dan kemampuan, sedangkan yang bersifat organisasi meliputi pembayaran gaji, pengawasan, pujian, dan pekerjaan itu sendiri.

Kemampuan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kemampuan kerja pegawai yang diperoleh melalui proses pendidikan (Fajriah et al., 2021). Semakin tinggi tingkat kemampuan kerja, maka semakin tinggi pula kinerja karyawan (Sinuhaji, 2014), (Risqon & Purwadi, 2012), (Fajriah et al., 2021), (Dewi, 2018). Namun (Pratama & Wardani, 2018) menyatakan bahwa kemampuan tidak berpengaruh terhadap kinerja di Bank Syariah Mandiri Cabang Kendal. Sedangkan (Sekartini, 2016) menyatakan bahwa kemampuan kerja yang tinggi menurunkan kinerja karyawan di Universitas Warmadewa.

Perbedaan yang ditemukan dari berbagai peneliti, menarik penulis untuk mengkaji bagaimana sebenarnya perusahaan berupaya meningkatkan motivasi kerja dan kemampuan

kerja yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja karyawan sehingga adapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.

Peneliti tertarik untuk mengkaji kinerja karyawan di perusahaan kurir JNE yang berlokasi di Jati Asih Bekasi Jawa Barat. JNE merupakan perusahaan kurir dan logistik yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman ekspres, penanganan kepabeanan serta distribusi di Indonesia. Produk layanan kami sangat bervariasi namun YES (Yakin Esok Sampai) yang disertai laporan penyampain secara otomatis melalui layanan SMS adalah merupakan produk andalan JNE saat ini. Walaupun layanan JNE berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya jaminan uang kembali merupakan komitmen JNE untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

JNE jasa pengiriman paket merupakan bisnis-bisnis jasa titipan barang yang sangat banyak pesaingnya. Perkembangan jasa pengiriman barang dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Hal itu dapat dilihat dari ketatnya persaingan pelayanan, harga dan promosi yang ditawarkan berbagai perusahaan pengiriman barang dan banyaknya industri yang bergerak dibidang pengiriman barang.

Berdasarkan inkonsistensi penelitian dan objek penelitian yang telah ditentukan, penulis memiliki tujuan untuk menganalisis: (a) pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan, (b) pengaruh kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan, dan (c) pengaruh motivasi kerja, dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan.

## **1.2. Kajian Pustaka**

### **Motivasi Kerja**

Motivasi adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau dorongan. Filosofi dan praktik motivasi positif dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja (Sudiardhita et al., 2018). Sikap positif karyawan merupakan pendorong bagi organisasi untuk berkinerja baik dan mencapai tujuannya dengan sukses dan dapat diperkuat dengan menjaga karyawan tetap puas dan termotivasi untuk melakukan yang terbaik untuk kepentingan organisasi (Khan et al., 2017).

Motivasi adalah studi tentang mengapa individu berperilaku seperti yang mereka lakukan: apa yang memulai perilaku mereka dan apa yang mengarahkan, memberi energi, menopang, dan akhirnya menghentikan tindakan mereka (Graham & Weiner, 2011). Salah satu cara untuk mengkonseptualisasikan motivasi manusia yang kompleks dalam mencapai pencapaian adalah dengan memikirkan perilaku khas, seperti belajar untuk ujian, dan melihatnya sebagai urutan temporal yang dimulai, dipertahankan, diarahkan, dan akhirnya diakhiri (Graham, 2020).

Motivasi adalah suatu kondisi atau energi yang menggerakkan diri sendiri atau mengarahkan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Sikap mental dan sikap positif karyawan terhadap situasi kerja memperkuat motivasinya untuk mencapai motivasi kerja yang maksimal (Mangkunegara & Octorend, 2015). Motivasi kerja yang tinggi akan berdampak pada peningkatan kinerja karyawan (Farhah et al., 2020), (Prastiyo, 2019), (Dewi, 2018), (Diamantidis & Chatzoglou, 2019), (Fajriah et al., 2021). Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis terbentuk sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan

### **Kemampuan Kerja**

Beberapa karakteristik yang menentukan yang ditemukan dalam literatur diteliti dan dibahas secara kritis, yaitu kesehatan, kompetensi standar dasar, kompetensi kerja, kebjajikan kerja, dan motivasi. Karakteristik tersebut berkaitan dengan tugas pekerjaan dan lingkungan

kerja. Satu kesimpulan adalah bahwa kita memerlukan dua definisi kemampuan kerja, satu untuk pekerjaan khusus yang memerlukan pelatihan atau pendidikan khusus, dan satu lagi untuk pekerjaan yang dapat dikelola oleh kebanyakan orang dengan periode latihan yang singkat. Memiliki kemampuan kerja, dalam pengertian pertama, berarti memiliki kompetensi kerja, kesehatan yang diperlukan untuk kompetensi tersebut, dan kebajikan kerja yang diperlukan untuk mengelola tugas kerja, dengan asumsi bahwa tugas tersebut wajar dan lingkungan kerja dapat diterima. Dalam pengertian kedua, memiliki kemampuan kerja adalah memiliki kesehatan, kompetensi standar dasar, dan kebajikan pekerjaan yang relevan yang diperlukan untuk mengelola beberapa jenis pekerjaan, dengan asumsi bahwa tugas pekerjaan itu wajar dan bahwa lingkungan kerja dapat diterima (Ghozali, 2017).

Model rumah kemampuan kerja. Lantai rumah, serta jaringan keluarga dan sosial, menunjukkan dimensi yang mempengaruhi kemampuan kerja. Keterampilan manajemen dan kepemimpinan di lantai 4 memiliki pengaruh paling kuat terhadap kemampuan kerja. Di lantai tiga, faktor tunggal seperti penghargaan, kepercayaan, perlakuan adil, dan dukungan mempengaruhi kesejahteraan di tempat kerja. Keseimbangan berkelanjutan antara faktor pekerjaan dan sumber daya manusia menciptakan kemampuan kerja yang baik. Sehingga kesejahteraan tempat kerja tidak dapat diciptakan tanpa kemampuan kerja (Ilmarinen, 2019). Semakin tinggi kemampuan kerja karyawan, maka akan meningkatkan kinerja karyawan (Sinuhaji, 2014), (Risqon & Purwadi, 2012), (Fajriah et al., 2021), (Dewi, 2018).

H<sub>2</sub>: terdapat pengaruh positif dan signifikan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan

### **Kinerja karyawan**

Kinerja karyawan adalah suatu kinerja sebagai hasil kinerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kualitatif maupun kuantitatif, sesuai dengan kewenangan, tugas dan tanggung jawabnya masing-masing dalam upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan (Nguyen, Arifani, Susanti, & Mahaputra, 2020). Tujuan perusahaan menerapkan evaluasi kinerja adalah untuk dapat membedakan kemampuan karyawan yang memiliki kinerja baik dan buruk. Oleh karena itu perusahaan menyadari kemampuan karyawannya agar dapat melakukan penyesuaian dengan strategi bisnis secara keseluruhan (Diamantidis & Chatzoglou, 2019).

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang baik kuantitas maupun kualitas dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya dan seberapa besar kontribusinya terhadap organisasi. Kinerja adalah hasil kerja nyata yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya berdasarkan keahlian, pengalaman, kesungguhan dan waktunya. Kinerja juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama motivasi, kemampuan, keterampilan, jaminan sosial, kompensasi dan kesempatan berprestasi. Dengan dimensi dan indikator: (1) Kualitas kerja; (a) Kualitas yang dihasilkan, (b) Kemampuan karyawan. (2) Kuantitas Pekerjaan; (a) Pekerjaan, (b) Kegiatan selesai. (3) Ketepatan waktu; (a) Penyelesaian pekerjaan, (b) Optimalisasi waktu. (4) Efektivitas; (a) Penggunaan sumber daya, (b) Memaksimalkan hasil. (5) Kerjasama; (a) Komunikasi yang konstruktif, (b) Hubungan kerja yang harmonis (Sudiardhita et al., 2018).

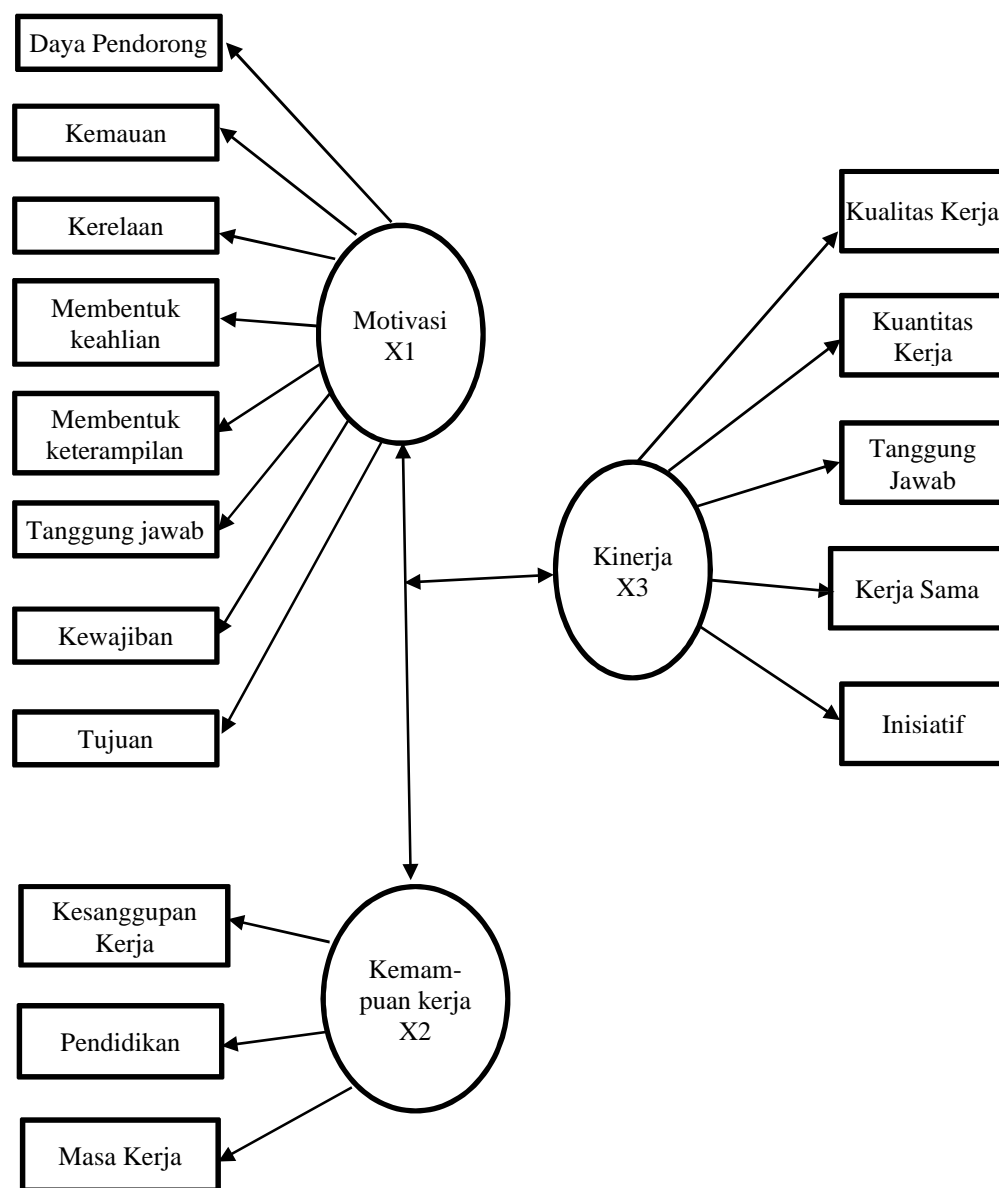
Notivasi merupakan unsur penting dalam diri manusia yang berperan mewujudkan keberhasilan dalam usaha atau pekerjaan manusia. Kemampuan kerja yang ditunjukkan melalui pengetahuan dan ketrampilan mempunyai pengaruh lebih kuat terhadap kinerja kontekstual dan teknologi mempunyai hubungan yang lebih kuat terhadap kinerja tugas dari pada kinerja kontekstual. Kinerja karyawan dapat ditingkatkan melalui motivasi kerja yang tinggi serta peningkatan kemampuan kerja karyawan (Ghozali, 2017), (Dewi, 2018), (Fajriah et al., 2021), sehingga dapat disimpulkan untuk hipotesis 3 yaitu:

H<sub>3</sub>: terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja, dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan.

2. METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian yang diambil yaitu menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang melandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampling Jenuh berbeda dengan sensus karena sensus populasinya besar sedangkan sampling jenuh menggunakan populasi yang relatif kecil meskipun keduanya sama sama menggunakan seluruh populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2017).



Gambar 1. Model Penelitian  
 Sumber: berbagai sumber, data diolah 2021



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Karakteristik responden

Dalam penelitian yang dilakukan di JNE Express Jati Asih, sebanyak 60 responden berpartisipasi dalam penelitian dengan rincian data sebagai berikut:

- Jumlah karyawan berdasarkan jenis kelamin, terdapat 50 responden laki-laki dan 10 responden perempuan;
- Berdasarkan usia, usia 19-29 tahun sebanyak 28 orang; usia 30-39 sebanyak 24 orang, dan usia 40-45 sebanyak 8 orang.

#### 3.2. Uji validitas

Dalam penelitian ini, hal yang pertama dilakukan adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan output SPSS, berikut olahan data:

**Tabel 1. Uji Validitas Variabel Motivasi**

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Motivasi	X1.1	0,265	0,254	Valid
	X1.2	0,521	0,254	Valid
	X1.3	0,67	0,254	Valid
	X1.4	0,658	0,254	Valid
	X1.5	0,542	0,254	Valid
	X1.6	0,579	0,254	Valid

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Uji validitas variabel motivasi (X1), diketahui nilai *Corrected Item- Total Correlation* lebih besar (>) dari r tabel 0,254. Dengan demikian uji validitas variabel motivasi (X1) terhadap 6 item pernyataan seluruhnya valid.

**Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kemampuan Kerja**

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Kemampuan Kerja	X2.1	0,585	0,254	Valid
	X2.2	0,618	0,254	Valid
	X2.3	0,468	0,254	Valid
	X2.4	0,518	0,254	Valid
	X2.5	0,644	0,254	Valid
	X2.6	0,370	0,254	Valid

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Uji validitas variabel kemampuan kerja (X2), diketahui nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar (>) dari r tabel 0,254. Dengan demikian uji validitas variabel kemampuan kerja (X2) terhadap 6 item pernyataan seluruhnya valid.

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kinerja**

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Keterangan
Kinerja	Y.1	0,373	0,254	Valid
	Y.2	0,417	0,254	Valid
	Y.3	0,530	0,254	Valid
	Y.4	0,502	0,254	Valid
	Y.5	0,591	0,254	Valid
	Y.6	0,559	0,254	Valid

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Uji validitas variabel kinerja (Y), diketahui nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar (>) dari r tabel 0,254. Dengan demikian uji validitas variabel kinerja (Y) terhadap 6 item pernyataan seluruhnya valid.

**3.3. Uji reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung untuk r hitung tiap butir dapat dilihat dari (*corrected item – total correlation*) dengan *cronbach alpha*. Jika nilai *cronbach alpha* > r tabel maka dikatakan reliabel.

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas	Motivasi	Kemampuan Kerja	Kinerja
Cronbach's Alpha	0,491	0,501	0,277
Cronbach's Alpha Basedon StandardizedItems	0,512	0,507	0,367
N ofItems	6	6	6

Dari hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar (>) dari r tabel 0,254 (untu semua variabel). Sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel bersifat reliabel.

**3.4. Uji Asumsi Klasik**

**3.4.1. Uji Normalitas**

**Tabel 5. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1,42054246
Most	Absolute	,072
Extreme	Positive	,072
Differences	Negative	-,060
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**3.4.2. Uji Multikolinearitas**

**Tabel 6. Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,652	2,096			
Motivasi	,431	,097	,471	,670	1,493
Kemampuan Kerja	,351	,099	,379	,670	1,493

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Berdasarkan gambar tabel 6, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas berdasarkan pada nilai tolerance yang lebih besar dari (>) 0,10 dan nilai VIF lebih rendah atau lebih kecil dari (<) 10,00.

**3.4.3. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas**

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1,456	1,191		1,222	,227
Motivasi	-,071	,055	-,206	-1,290	,202
Kemampuan Kerja	,059	,056	,169	1,061	,293

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 7, nilai signifikansi variabel Motivasi (X1) sebesar 0,202 > 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedasitas pada variabel Motivasi (X1), nilai signifikansi variabel Kemampuan Kerja (X2) sebesar 0,293 > 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedasitas pada variabel Kemampuan Kerja (X2).

3.5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,652	2,096		3,174	,002
Motivasi	,431	,097	,471	4,434	,000
Kemampuan Kerja	,351	,099	,379	3,566	,001

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 8, persamaan regresi linier berganda atas penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

$$Y = 6,652 + 0,431X_1 + 0,351 X_2 + e$$

Interpretasi :

1. Konstanta 6,652 menunjukkan bahwa jika tidak ada motivasi dan kemampuan kerja maka terdapat kinerja sebesar 6,652.
2. Koefisien motivasi sebesar 0,431 artinya apabila ada kenaikan variabel motivasi sebesar satu satuan akan menyebabkan terjadinya kenaikan terhadap kinerja karyawan sebesar 0,431 dengan asumsi variabel yang lain tetap.
3. Koefisien kemampuan kerja sebesar 0,351 artinya apabila ada kenaikan variabel kemampuan kerja sebesar satu satuan akan menyebabkan terjadinya kenaikan terhadap kinerja karyawan sebesar 0,351 dengan asumsi variabel yang lain tetap.

3.6. Uji parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 8, dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Nilai t hitung sebesar 4,434 > t tabel 2,002 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang artinya “Motivasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y).
2. Nilai t hitung sebesar 3,566 > 2,002 dan nilai signifikansi (Sig.) 0,001 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang artinya “Kemampuan kerja (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y).

3.7. Uji simultan (Uji F)

Tabel 9. Uji F (Anova)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	157,675	2	78,837	37,744	,000 <sup>b</sup>
Residual	119,059	57	2,089		
Total	276,733	59			

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Nilai F hitung pada tabel 9, sebesar 37,744 > F tabel 3,16 dan nilai signifikansi (Sig.)

$0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima, yang artinya “Motivasi (X1) dan Kemampuan Kerja (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja (Y).

### 3.8. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 10. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 <sup>a</sup>	,570	,555	1,445

Sumber: Output SPSS, data diolah 2021

Berdasarkan tabel 10, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Rsquare) sebesar 0,570 atau sama dengan 57,0%, hal ini mengandung arti bahwa motivasi (X1) dan kemampuan kerja (X2) berpengaruh terhadap kinerja (Y) sebesar 57,0%, Sedangkan sisanya ( $100\% - 57,0\% = 40,3\%$ ) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

### 3.9. Pembahasan

#### 3.9.1. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis satu ( $H_1$ ) yang telah dilakukan, didapatkan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih. Ditemukan nilai variabel motivasi sebesar  $4,432 > t$  tabel 2,002 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,050$ , yang berarti bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih. Yang mana hal ini menjelaskan bahwa motivasi tinggi maka kinerja akan naik. Sikap mental karyawan yang pro dan positif terhadap situasi kerja memperkuat motivasi mereka untuk mencapai kinerja yang maksimal. Untuk meningkatkan motivasi kerja pada JNE Jati Asih pimpinan perusahaan hanya perlu melakukan kenaikan gaji dan meningkatkan pemberian insentif kepada karyawan berprestasi. Jika gaji yang diterima seorang karyawan dianggap layak dan dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, maka mereka akan semakin termotivasi untuk bekerja secara maksimal ditambah lagi jika pekerjaannya dihargai dalam bentuk bonus atau insentif.

#### 3.9.2. Pengaruh Kemampuan Kerja terhadap Kinerja

Pada pengujian hipotesis kedua ( $H_2$ ) didapatkan bahwa variabel kemampuan kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih. Ditemukan nilai variabel kemampuan kerja sebesar  $3,566 > t$  tabel 2,002 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih. Yang mana hal ini menjelaskan bahwa jika kemampuan kerja meningkat atau naik maka kinerja pun akan naik dan meningkat. Kemampuan kerja pegawai dapat ditingkatkan melalui pendidikan formal dan memerlukan keahlian berupa keterampilan teknis yang menyentuh pelayanan. Pemimpin perlu memberikan lebih banyak kesempatan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka melalui pelatihan yang terkait dengan tugasnya.

#### 3.9.3. Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Kerja terhadap Kinerja

Pada pengujian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) didapatkan bahwa variabel motivasi dan kemampuan kerja memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih. Ditemukan nilai F hitung sebesar  $37,744 > F$  tabel 3,16 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel gaya kepemimpinan dan lingkungan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express Jati Asih dan besarnya  $R^2$  57,0%. Yang mana hal ini menjelaskan bahwa motivasi dan kemampuan kerja mempengaruhi kinerja sebesar 57,0%. Selain tuntutan kemampuan dalam hal pendidikan manajemen formal, juga perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan

kesejahteraan anggota terutama dalam hal pemberian insentif dan penghargaan agar pegawai termotivasi untuk melaksanakan tugasnya dengan baik.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan JNE Express berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Motivasi dan kemampuan kerja memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja karyawan JNE Express.
2. Motivasi dan kemampuan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi dan kemampuan kerja maka semakin meningkat kinerja karyawan JNE Express.
3. Kemampuan variabel motivasi dan kemampuan kerja dalam menjelaskan kinerja karyawan sebesar 57%.

Adapun keterbatasan dan saran untuk peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

- a) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel kepuasan kerja, tingkat stress karyawan, serta lingkungan kerja untuk mengukur tingkat kinerja karyawan,
- b) Objek penelitian yang terbatas hanya pada satu perusahaan saja, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel agar hasil yang didapat lebih beragam,
- c) Perusahaan sebaiknya memberikan kenaikan insentif dan gaji agar karyawan dapat lebih termotivasi dalam meningkatkan kinerjanya,
- d) Kemampuan kerja karyawan agar lebih diperhatikan, terkait dengan pendidikan formal dan non formal yang dapat meningkatkan kinerja karyawan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. A. (2018). Pengaruh Penerapan Iso 9001:2008, Motivasi, Kemampuan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Puskesmas Surabaya Dengan Employee Engagement Sebagai Variabel Moderating. *Makro: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 1–21. <https://doi.org/10.36467/makro.2018.03.01.01>
- Diamantidis, A. D., & Chatzoglou, P. (2019). Factors affecting employee performance: an empirical approach. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 171–193. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2018-0012>
- Fajriah, Y., Muis, N., Yanti, R., & Halim, A. (2021). The Influence of Motivation and Work Experience on Employee Productivity. *Jurnal Economic Resources*, 4(1), 30–38. <https://doi.org/10.26858/pdr.v1i1.20538>
- Farhah, A., Ahiri, J., & Ilham, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.36709/jopspe.v5i1.13326>
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1), 130–137.
- Graham, S. (2020). An attributional theory of motivation. *Contemporary Educational Psychology*, 61(xxxx), 101861. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101861>
- Graham, S., & Weiner, B. (2011). Motivation: Past, present, and future. *APA Educational Psychology Handbook, Vol 1: Theories, Constructs, and Critical Issues.*, 1, 367–397. <https://doi.org/10.1037/13273-013>
- Hermiana, U. N., & Yosepha, S. Y. S. (2019). The model of employee motivation and cooperative employee performance. *International Review of Management and Marketing*, 9(3), 69–73. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.20.2.32>
- Ilmarinen, J. (2019). From work ability research to implementation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(16). <https://doi.org/10.3390/ijerph16162882>
- Khan, A. A., Abbas, N., & Zaki, K. A. (2017). Effect of incentives based two factor theory on

- employee performance in telecom sector of Pakistan. *The Nucleus*, 54(3), 173–180.
- Mangkunegara, A. P., & Octorend, T. R. (2015). Effect of Work Discipline, Work Motivation and Job Satisfaction on Employee Organizational Commitment in the Company (Case Study in PT. Dada Indonesia). *Universal Journal of Management*, 3(8), 318–328. <https://doi.org/10.13189/ujm.2015.030803>
- Nguyen, P. T., Arifani, A. Z. T., Susanti, A. Y., & Mahaputra, M. R. (2020). Literature Review Factors Affecting Employee Performance: Competence, Compensation And Leadership. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(3), 538–549. <https://doi.org/10.38035/DIJEFA>
- Prastiyo, F. D. (2019). Pengaruh Stres Kerja, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT JNE Cabang Madiun. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 18(1), 23.
- Pratama, A. A. N., & Wardani, A. (2018). Pengaruh Kemampuan Kerja dan Semangat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kendal). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 119. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v8i2.119-129>
- Risqon, M., & Purwadi, D. (2012). Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi Dan Kemampuan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Daya Saing: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 13(1), 35–43. Retrieved from <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/2849/4.pdf?sequence=1>
- Sekartini, N. L. (2016). Pengaruh kemampuan kerja, disiplin kerja, motivasi kerja terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan administrasi universitas warmadewa. *JAGADHITA: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 64–75. <https://doi.org/10.22225/jj.3.2.130.64-75>
- Sinuhaji, E. (2014). Pengaruh Kepribadian, Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja SDM. *Jurnal Ilman*, 1(1), 11–22.
- Sudiardhita, K. I. R., Mukhtar, S., Hartono, B., Herlith, Sariwulan, T., & Nikensari, S. I. (2018). The effect of compensation, motivation of employee and work satisfaction to employee performance PT. Bank XYZ (Persero) Tbk. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(4), 1–14.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

## **Pengaruh Sertifikasi Profesi Internal, Assesment, dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Perum Peruri SBU (*Strategic Business Unit*) Produksi Non Uang RI**

**Muhadar Putih<sup>1</sup>; Rafri Dadang Nurrachmawan<sup>2</sup>**

Universitas Pelita Bangsa  
[Muhadarputih1980@gmail.com](mailto:Muhadarputih1980@gmail.com)  
[Rafridadang@gmail.com](mailto:Rafridadang@gmail.com)

### **Abstrak**

Dalam memenuhi produk yang bernilai jual tinggi ini perusahaan harus mampu memiliki karyawan yang dapat bekerja secara efektif dan efisien. Maka dari itu perusahaan harus mampu meningkatkan dan memperhatikan kinerja karyawan untuk membuat perusahaan berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang maksimal. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji pengaruh sertifikasi profesi internal, assesment, dan reward terhadap kinerja karyawan PERUM PERURI SBU (STRATEGIC BUSINESS UNIT) PRODUKSI NON UANG RI. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu probability sampling dengan metode simple random sampling. Sampel pada penelitian ini yaitu sejumlah 100 orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 26 yang digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas, menguji asumsi klasik, dan menguji hipotesis yang diusulkan di dalam model teoritis. Hasil penelitian ini yaitu sertifikasi profesi internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Kemudian assesment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dan reward memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Semua hipotesis yang diusulkan telah terbukti.

**Kata kunci : Assessment; Kinerja Karyawan; Reward ; dan Sertifikasi Profesi**

### **Abstract**

*In meeting this high selling value product, the company must be able to have employees who can work effectively and efficiently. Therefore the company must be able to improve and pay attention to employee performance to make the company run well and get maximum results according. This study has a purpose, namely to examine the influence of internal professional certification, assessment, and rewards on the performance of PERUM PERURI SBU (STRATEGIC BUSINESS UNIT) PRODUCTION OF NON MONEY RI. The sampling method in this study is probability sampling with a simple random sampling method. The sample in this study were 100 people. This study uses a quantitative approach. Multiple linear regression analysis method with the help of SPSS version 26 program which is used to test the validity and reliability, test the classical assumptions, and test the hypotheses proposed in the theoretical model. The result of this study is that internal professional certification has a positive and significant effect on employee performance. Then the assesment has a positive and significant impact on employee performance. And rewards have a positive and significant effect on employee performance. All the proposed hypotheses have been proven.*

**Keywords: Assessment; Employee Performance; Reward; Professional Certification**

## 1. PENDAHULUAN

Sumber Daya manusia (SDM) di era global penuh persaingan, beberapa indikator nasional maupun internasional masih mencatat keteringgalan Indonesia dibandingkan negara lain terutama pada pembangunan sumber daya manusianya. World Bank melalui *Human Capital Index* (HCI) mencatat indek modal manusia Indonesia sebesar 0,53 atau berada pada peringkat 87 dari 157 negara, Indonesia bahkan tertinggal jauh dari beberapa negara ASEAN, jangan melihat indek modal manusia negara Thailand dan Singapura, Vietnam yang setara dengan kita memiliki indek modal manusia yaitu 0,67 atau berada pada peringkat 48. melihat dari kondisi diatas dapat diambil kesimpulan, Sumber daya manusia Vietnam lebih unggul dan produktif dari negara Indonesia dalam hal capaian pendidikan dan status kesehatan saat ini, anak-anak Indonesia yang lahir pada masa sekarang ini pada 18 tahun kemudian diperkirakan hanya dapat mencapai 53% dari potensi produktivitas maksimumnya.

SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG RI PERUM PERURI dalam hal ini menyadari data survey dari World Bank terkait *Human Capital Index* (HCI), merasa bertanggung jawab untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi sumber daya manusia yang berkualitas haruslah menginvestasikan sejumlah uang untuk pengembangan sumber daya manusia itu sendiri. Pada tahun 2019 PERUM PERURI memulai langkah untuk memiliki peraturan baru di dalam perusahaan yaitu kewajiban setiap para karyawan harus mengikuti sertifikasi internal profesi yang diselenggarakan oleh PERUM PERURI sebagai syarat untuk meningkatkan jabatan atau karir karyawan dalam struktur jabatan fungsional. salah satu cara yang harus diambil oleh perusahaan yaitu meningkatkan standarisasi dan sertifikasi profesi internal melalui Pembelajaran, Pelatihan, maupun pengalaman kerja dibidangnya. sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan objektif melalui uji kompetensi sesuai Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia, Standar Internasional, dan/atau Standar Khusus, diharapkan dapat meningkatkan daya saing tenaga kerja yang akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa Indonesia.

Kinerja adalah hasil kerja secara kuantitas dan kualitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja adalah keseluruhan atau semua hasil yang berupa manfaat dan dampak dari semua proses pengelolaan masukan untuk mendapatkan tujuan yang ditentukan atau yang diinginkan sebelumnya Kinerja adalah semua hasil dampak maupun manfaat dari semua proses mengelola masukan untuk dapat meraih tujuan yang ditentukan sebelumnya (Wasistiono dalam Wibowo Nugroho Mardi & Hartati C. Sri, 2018:34). Di PERUM PERURI setiap satu tahun selalu melakukan penilaian kerja individu untuk mengetahui kinerja setiap karyawannya. Penilaian kinerja individu ini dilakukan dengan membagi 2 tahap, yaitu penilaian kinerja individu di semester pertama dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni dan penilaian semester kedua dari bulan Juli sampai dengan bulan Desember. Berikut ini adalah hasil penilaian individu karyawan SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG

**Tabel 1 : Nilai Kinerja Individu Karyawan  
SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG RI**

Semester	Jumlah Karyawan	Predikat Nilai			
		P1 (sangat baik)	P2 (Baik)	P3 (Cukup Baik)	P4 (Kurang Baik)
1	316	24	55	227	10
2	316	12	58	231	15

Sumber : Administrasi Seksi Pemeliharaan Teknik, 2021



Berdasarkan tabel diatas terjadi penurunan nilai kinerja individu karyawan SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG RI PERUM PERURI.

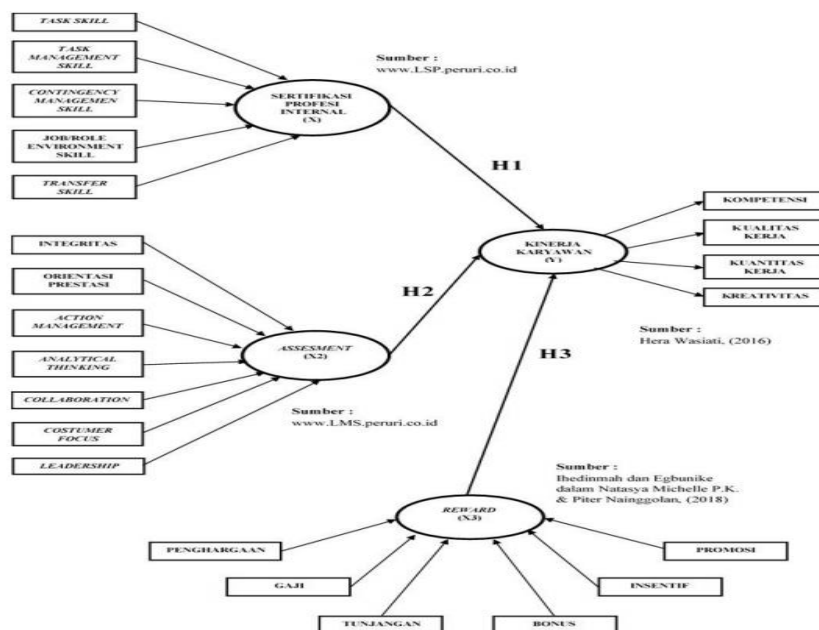
Hierarki organisasi mengapresiasi dan merasa dihargai adalah sesuatu yang wajar sebagai ungkapan terima kasih perusahaan terhadap karyawan yang melakukan perbuatan baik yang terus berulang kepada perusahaan. Kata *reward* berasal dari bahasa Inggris yang berarti ganjaran atau hadiah. (*Echolas dan Shadily, 2005: 485*). Metode ini terbukti baik dalam mengasosiasikan karyawan untuk bisa lebih giat dan memiliki loyalitas yang tinggi untuk memberikan yang terbaik. SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG RI PERUM PERURI memiliki mekanisme yang jelas dalam pemberian *reward* kepada para karyawannya, ada proses *Assessment* secara proporsional, terukur dan *komprehensif* dalam menilai dan mengevaluasi pencapaian prestasi karyawan dan membuat rencana selanjutnya (*Hasibuan dalam Wilandari et al., 2021*). yang akan berimbas pada karir karyawan tersebut (*Kaymaz dalam Prasasti et al., 2016:249*).

Menurut hasil observasi dan wawancara dengan Kepala Seksi Pemeliharaan Teknik Bapak Bambang Nurdiansyah diketahui bahwa menurunnya nilai kinerja individu karyawan pada SBU (*STRATEGIC BUSINESS UNIT*) PRODUKSI NON UANG RI PERUM PERURI dikarenakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu sertifikasi profesi internal, *assessment* karyawan atau penilaian kerja serta *reward*.

**2. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif, Penelitian ini menggunakan hasil eksperimental atau survei sebagai sumber data yang dilakukan secara langsung di PERUM PERURI, Karawang, sebagai objek penelitian pengaruh sertifikasi profesi internal, *Assesment*, dan *reward* terhadap kinerja Karyawan PERUM PERURI. Teknik pengambilan sampling yaitu *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. sampel berjumlah 100 karyawan

**Desain Penelitian**



Berdasarkan desain penelitian tersebut diatas maka dapat di terjemahkan diskripsi operasional sebagai berikut :

Tabel 1 : Deskripsi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variable	Indikator	Skala
<b>Sertifikasi Profesi Internal (X1)</b>	Menurut <i>www.LSP.Peruri.co.id</i> , Sertifikasi Profesi Internal adalah Proses pemberian sertifikat kompetensi yang dilakukan secara sistematis dan obyektif melalui uji kompetensi yang mengacu kepada standar kompetensi kerja nasional Indonesia, standar internasional dan/atau standar khusus	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Task Skill</i></li> <li>2. <i>Job/Role Environment Skill</i></li> <li>3. <i>Task Management</i></li> <li>4. <i>Skill</i></li> <li>5. <i>Contingency Management Skill</i></li> <li>6. <i>Transfer Skill</i></li> </ol>	Ordinal
<b>Assesment (X2)</b>	Menurut <i>www.LMS.Peruri.co.id</i> , <i>Assesment</i> adalah proses penilaian kepada seseorang terhadap pemenuhan persyaratan yang ditetapkan dalam skema yang ditentukan oleh kebutuhan perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Integritas</li> <li>2. Orientasi Prestasi</li> <li>3. <i>Action Management</i></li> <li>4. <i>Analytical Thinking</i></li> <li>5. <i>Collaboration</i></li> <li>6. <i>Costumer Focus</i></li> <li>7. <i>Leadership</i></li> </ol>	Ordinal
<b>Reward (X3)</b>	Menurut Nnaji-Ihedinmah dan Egbunike dalam Natasya Michelle P.K. & Piter Nainggolan (2018) adalah <i>reward</i> bukan saja berupa unsur kuantitatif seperti upah, gaji dan lain-lain, tetapi ada beberapa unsur lain yang merupakan berbentuk bukan saja uang, melainkan berupa kesempatan dalam melaksanakan tanggung jawab yang besar, peluang karir, serta kesempatan untuk dapat belajar dan berkembang, memiliki kualitas kehidupan yang baik dalam organisasi dan lain-lain. <i>Reward</i> dibagi menjadi dua, yaitu <i>intrinsic reward</i> dan <i>ekstrinsic reward</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penghargaan</li> <li>2. Gaji</li> <li>3. Tunjangan</li> <li>4. Bonus</li> <li>5. Insentif</li> <li>6. Promosi</li> </ol>	Ordinal
<b>Kinerja Karyawan (Y)</b>	Menurut Hera Wasiati (2018) Kinerja harus memiliki unsur-unsur didalamnya yang berupa kualitas kuantitas serta kemampuan dan daya piker untuk memenuhi tanggung jawab yang diberikan kepadanya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetensi</li> <li>2. Kualitas Kerja</li> <li>3. Kuantitas Kerja</li> <li>4. Kreativitas</li> </ol>	Ordinal

Diskripsi operasional tersebut diatas digunakan untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan

kuesioner yang kemudian disebarakan kepada responden, Menurut Sugiyono (2016:80) Populasi adalah wilayah generalisasi berupa obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang bersumber langsung dari responden yang digunakan untuk pengujian hipotesa pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2016:137) data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data.

**1. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dalam artikel ini disajikan dalam bentuk yang sudah dirangkum agar lebih praktis dan jelas dan disajikan melalui uji kelayakan dan kemudian uji analisa yaitu sebagai berikut :

**A. Uji Kelayakan Data**

**Tabel 2 : Hasil Uji Validitas dengan r Tabel 0,202**

Variable/Indikator	r Hitung X1	r Hitung X2	r Hitung X3	r Hitung Y	Keterangan
X1	0,697	0,514	0,627	0,281	VALID
X2	0,578	0,493	0,607	0,358	VALID
X3	0,588	0,573	0,544	0,314	VALID
X4	0,601	0,615	0,608	0,512	VALID
X5	0,548	0,510	0,544	0,425	VALID
X6	0,478	0,559	0,611	0,524	VALID
X7	0,482	0,510	0,663	0,560	VALID
X8	0,480	0,546	0,687	0,570	VALID
X9	0,484	0,475	0,658	0,531	VALID
X10	0,537	0,486	0,655	0,422	VALID
X11	0,482	0,424	0,672	0,394	VALID
X12	0,492	0,447	0,636	0,385	VALID
X13	0,482	0,505	0,609	0,468	VALID
X14	0,489	0,494	0,521	0,383	VALID
X15	0,494	0,463	0,578	0,478	VALID

*Sumber : Pengolahan data Penelitian SPSS26, 2021*

**Tabel 3 : Hasil Uji Reabilitas dengan standar batas 0,700**

Variable/Indikator	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
X1	0.810	15	Reliable
X2	0.793	15	Reliable
X3	0.881	15	Reliable
Y	0.709	15	Reliable

*Sumber : Pengolahan data Penelitian SPSS26, 2021*

**B. Uji Analisa Data**

**Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas dengan Standar batas**

Variable/Indikator	T	Sig	R	R Square
X1	3,250	0.002	0,891	0,794
X2	6,576	0.002	0,891	0,794
X3	4,727	0.002	0,891	0,794

*Sumber : Pengolahan data Penelitian SPSS26, 2021*

Pertama, analisa atas uji Kelayakan Data menunjukkan bahwa (1) terlihat uji validitas secara keseluruhan semua variabel penelitian Sertifikasi Profesi Internal, *Assesment* dan *Reward* dengan 15 item indikator masing masing menunjukkan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan untuk variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. (2) Uji reabilitas dari variabel penelitian Sertifikasi Profesi Internal, *Assesment* dan *Reward* rata-rata memberikan nilai Cronbach's Alpha diatas 0,700 maka dapat dikatakan bahwa variabel penelitian memenuhi syarat uji reliabilitas.

Kedua, analisa data yang dilakukan dapat diterjemahkan bahwa : (1) Nilai koefisien atau hubungan (R) 0,891 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat adanya hubungan Sertifikasi Profesi Internal (X1) dengan Kinerja Karyawan (Y) sebesar 89,1% yang artinya memiliki hubungan yang sangat kuat dan nilai (R Square) 0,794, nilai ini menunjukkan bahwa terdapat angka berpengaruh variable Sertifikasi Profesi Internal (X1) 79,4% terhadap Kinerja karyawan yang berarti berpengaruh sangat kuat. (2) Nilai koefisien atau hubungan (R) 0,891 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat adanya hubungan *Assesment* (X2) dengan Kinerja Karyawan (Y) sebesar 89,1% yang artinya memiliki hubungan yang sangat kuat dan nilai (R Square) 0,794, nilai ini menunjukkan bahwa terdapat angka berpengaruh variable *Assesment* (X2) 79,4% terhadap Kinerja karyawan yang berarti berpengaruh sangat kuat. (3) Nilai koefisien atau hubungan (R) 0,891 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat adanya hubungan *Reward* (X3) dengan Kinerja Karyawan (Y) sebesar 89,1% yang artinya memiliki hubungan yang sangat kuat dan nilai (R Square) 0,794, nilai ini menunjukkan bahwa terdapat angka berpengaruh variable *Reward* (X3) 79,4% terhadap Kinerja karyawan yang berarti berpengaruh sangat kuat.

### 3. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan adalah sumber daya (aset) yang berharga dari perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung pada kinerja karyawan. perusahaan menginvestasikan sejumlah besar uang pada perkembangan karyawan guna mencapai tujuan dari perusahaan. Kajian dan tinjauan literature tentang pengembangan karyawan sertifikasi profesi internal, assesment dan reward diharapkan dapat mengembangkan model yang diusulkan sehingga variabel tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kinerja.

PERUM PERURI SBU (*Strategic Business Unit*) produksi non uang RI diharapkan memfasilitasi program pengembangan karyawan salah satunya sertifikasi profesi internal dan menambah materi sertifikasi untuk menciptakan karyawan yang terampil dan ahli dibidang pekerjaannya. Juga menciptakan para pemimpin yang berkompeten dimasa depan dengan senantiasa mengadakan penilaian (assessment) yang nantinya dapat memenuhi target dan tujuan perusahaan, serta memberikan perhatian yang lebih dalam hal kesejahteraan karyawan yang nantinya akan mempengaruhi efektivitas perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adolfina, R. S., & Uhing, Y. (2017). The Effect of Reward and Punishment on Employees Performance of Sutanraja Hotel Amurang. *Emba*, 5(2), 1050–1059.
- Elianur, C. (2017). Pengaruh Sertifikasi Guru Terhadap Kinerja Guru Agama di Sekolah Dasar Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal As-Salam*, 1(April), 62–67. <https://www.jurnal.assalam.org/index.php/JAS/article/view/70>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). BADAN PENERBIT-UNDIP. [WWW.IMAMGHOZALI.COM](http://WWW.IMAMGHOZALI.COM)
- Handoko, T. A., Sumowo, S., & Rozzaid, Y. (2017). Pengaruh sertifikasi dan motivasi berprestasi terhadap kinerja guru. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2), 168–179.

- Hushori, A., & Novianty, M. (2015). Peranan Penilaian Prestasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Pos Indonesia ( Persero ) Kantor Wilayah Usaha Pos Iii Palembang. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 13, 108–117. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php> “Peranan penilaian prestasi kerja terhadap kinerja karyawan Pada PT Pos Indonesia Persero kantor wilayah usaha Pos III Palembang”
- Ibnu Yarham Yamanie, S. Y. (2020). “Pengaruh penilaian prestasi kerja, komitmen organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia IV cabang Samarinda”. 8(1), 274–282.
- Kasmiruddin, A. U. dan. (2018). Pengaruh Penilaian Kinerja Dan Reward Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5, 1–10.
- Panjaitan, B., & Internasional, J. O. (2016). Pengaruh Insentif, Sertifikasi Guru, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru. *Media Manajemen Jasa*, 3(2), 89–107.
- Pramesti, R. A., Sambul, S. A. P., & Rumawas, W. (2019). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan KFC Artha Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23557.57-63>
- Prasasti, F. A., Hutagaol, M. P., & Affandi, M. J. (2016). Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran Melalui Faktor Pendorong Motivasi (Studi Kasus: Bank Xyz Kcu Bekasi). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 248–257. <https://doi.org/10.17358/jabm.2.3.248>
- Putra, M., & Damayanti, N. (2020). The Effect of Reward and Punishment to Performance of Driver Grabcar in Depok. *International Journal of Research and Review (ijrrjournal.com)*, 7(1), 1.
- Putri Kentjana, N. M., & Nainggolan, P. (2018). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt. Bank Central Asia Tbk.). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1310>
- Rani, M. (2015). Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 164–170.
- Rawis, A., Sendow, G. M., Walangitan, M. D., Motivasi, P., Dan, K., Profesi, S., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Sertifikasi Profesi Terhadap Kinerja Karyawan Barista Kedai Kopi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 4730–4737. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i4.25422>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (23 ed.). Alfabeta CV.
- Wasiati, H. (2018). Pengaruh Reward, Punishment Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Upajiwa: Jurnal Online Ekonomi, Bisnis dan Manajemen Daulat Rakyat*, 2(1), 44–57.
- Wibowo Nugroho Mardi & Hartati C. Sri. (2018). Pengaruh Sertifikasi Dan Komitmen Terhadap Kinerja Guru Melalui Motivasi Kerja Pada SDN Gugus I Balikpapan Selatan. *MAP (Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik)*, 1(1), 31–45. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v6i1.3950>
- Wilandari, D. F., Sunarsi, D., & Mas’adi, M. (2021). Pengaruh Penilaian Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Jaya Mandiri Rekabuana Di Cilandak. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(2), 262–269. <https://doi.org/10.32493/jee.v3i2.8746>
- [www.LMS.peruri.co.id](http://www.LMS.peruri.co.id), [www.LSP.peruri.co.id](http://www.LSP.peruri.co.id)

## Analisis Indikator Ekonomi Makro Terhadap Return Saham Sektor Manufaktur Tahun 2018-2020

Purwanto<sup>1</sup>; Aris Wiji Astuti<sup>2</sup>  
Universitas Pelita Bangsa; Prodi Manajemen,  
[ipungpurwanto1976@gmail.com](mailto:ipungpurwanto1976@gmail.com)<sup>1</sup> ; [ariswijiaastuti3@gmail.com](mailto:ariswijiaastuti3@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis indikator-indikator ekonomi makro yang mempengaruhi return saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 - 2020. Indikator-indikator ekonomi makro yang diuji dalam penelitian ini adalah Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan total sampel yang digunakan sebanyak 12 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi panel dan menggunakan program software Eviews 9. Penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik yaitu uji Normalitas, uji Heteroskedastisitas, uji Multikolinearitas, dan uji Autokorelasi. Yang kedua menggunakan Uji Estimasi Model Regresi yaitu uji Chow, uji Hausman, uji Lagrange Multiplier, dan yang terakhir menggunakan Uji Hipotesis yaitu uji Simultan F, Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dan uji Parsial t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan indikator-indikator ekonomi makro berpengaruh terhadap return saham, secara parsial Inflasi tidak memiliki pengaruh terhadap Return Saham, Suku Bunga memiliki pengaruh terhadap Return Saham, dan Nilai Tukar Rupiah memiliki pengaruh terhadap Return Saham.

**Kata kunci** : Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar Rupiah, Return Saham.

### ABSTRACT

*This research aims to analyze macroeconomic indicators that affect stock returns in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018 - 2020. The macroeconomic indicators tested in this study are Inflation, Interest Rates and Rupiah Exchange Rate. The data used in this study is secondary data with a total sample used as many as 12 companies. The analytical method used in this study is panel regression analysis and uses the Eviews 9 software program. This study uses the Classical Assumption Test which is the Normality test, heteroskedasticity test, Multicollinearity test, and Autocorrelation test. The second uses the Regression Model Estimation Test, namely the Chow test, Hausman test, Lagrange Multiplier test, and the last one uses the Hypothesis Test, namely simultaneous test F, Coefficient of Determination ( $R^2$ ), and Partial test t. The results of this study show that simultaneously macroeconomic indicators have an effect on stock returns, partially Inflation has no influence on Stock Returns, Interest Rates have an influence on Stock Returns, and Rupiah Exchange Rates have an influence on Stock Returns.*

**Keywords**: Inflation, Interest Rates, Rupiah Exchange Rate, Stock Return

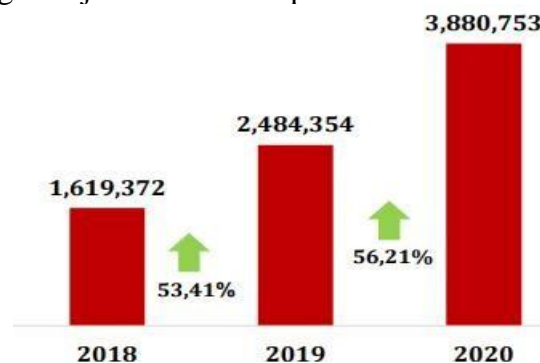
## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sebagai informasi utama yang digunakan untuk mengetahui kondisi pasar modal Indonesia seringkali dipengaruhi oleh beberapa faktor makro ekonomi, seperti tingkat suku bunga, kurs rupiah (Yunita et al., 2018:1). Indikator makro ekonomi merupakan indikator yang dijadikan acuan oleh investor dalam kegiatan investasinya, kemampuan investor dalam memahami dan meramalkan kondisi ekonomi makro di masa datang akan berguna dalam pembuatan keputusan investasi yang menguntungkan (Suci, 2012:1). Apabila seorang investor tidak memiliki kemampuan dalam meramalkan kondisi makro ekonomi, maka investor akan mengalami kerugian dalam investasinya (Sari, 2019:66).

Saat ini pasar modal berperan sangat penting untuk memobilisasi dana dari masyarakat yang akan berinvestasi di pasar modal. Secara umum investasi merupakan usaha yang dilakukan saat ini untuk memperoleh keuntungan di waktu mendatang. Pasar modal adalah pertemuan antara pihak yang memiliki dana lebih dengan pihak yang membutuhkan dana dengan tujuan memperjualbelikan sekuritas yang secara umum mempunyai umur satu tahun lebih (Tandelilin, 2010:26), misalnya saham.

Minat masyarakat dalam dunia investasi terus meningkat, hal ini dibuktikan dengan terjadi kenaikan jumlah investor saham dari tahun ke tahun. Data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat, per tahun 2018 sampai 2020 jumlah investor saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sudah mencapai 3.880.753 akun. Terjadi penambahan sebanyak 53.41% pada tahun 2018 ke tahun 2019, dan terjadi penambahan sebanyak 56.21% dari tahun 2019 ke tahun 2020. Berikut grafik jumlah investor pasar modal dari tahun 2018 sampai 2020.



Gambar 1: Jumlah Investor Pasar Modal Dari Tahun 2018 Sampai 2020

Sumber : ksei.co.id

*Return* saham adalah nilai yang diperoleh sebagai hasil dari aktivitas investasi, *return* yang diharapkan berupa deviden untuk investasi saham dan pendapatan bunga untuk investasi di surat utang. *Return* merupakan tujuan utama investor untuk mendapatkan hasil dari investasi yang dilakukan oleh investor (Jogiyanto, 2010:205).

Inflasi menjadi indikator ekonomi yang dapat meningkatkan harga barang jasa dalam periode tertentu. Inflasi yang tinggi berakibat pada kenaikan biaya produksi. Inflasi merupakan faktor ekonomi yang membuat perusahaan untung juga rugi. Tingginya inflasi tidak disenangi pelaku pasar modal sebab dapat menaikkan biaya produksi dan biaya operasional perusahaan. Namun, di lain sisi inflasi mampu menaikkan harga jual produk perusahaan. Tidak hanya inflasi yang menjadi faktor penting untuk diperhatikan investor, tetapi juga suku bunga. Suku bunga merupakan harga dari pinjaman, suku bunga menjadi persentasi uang pokok per unit waktu. Bunga ialah ukuran suatu harga dari sumber daya yang dipergunakan debitur dan harus dibayarkan ke kreditur.

Tingkat suku bunga merupakan harga dari penggunaan dana investasi (Boediono, 2014)

yang menjadi indikator untuk menentukan seseorang akan menabung atau investasi. Suku bunga menjadi harga yang dibayarkan apabila terdapat pertukaran satu rupiah saat ini dengan satu rupiah yang akan datang. Bunga yang tinggi dapat membuat pemilik modal menanamkan modal di bank untuk memperoleh keuntungan.

Kurs rupiah yang lemah berpengaruh terhadap tingkat pengembalian investasi *return* perusahaan tertentu khususnya perusahaan dengan tingkat impor dan hutang luar negeri tinggi (Riantani & Tambunan, 2013 : 1). Pelemahan kurs rupiah tersebut berakibat pada biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan lebih besar. Akhirnya, mampu menekan tingkat keuntungan milik perusahaan. Dengan demikian, naiknya suku bunga dapat meningkatkan beban bunga serta biaya modal perusahaan dan berpengaruh terhadap penurunan *return* saham yang didapat investor sebab harga saham menjadi lemah.

Hasil penelitian empiris terdahulu tentang analisis indikator-indikator ekonomi makro terhadap *return* saham antara lain; nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap *return* saham kapitalisasi besar (Halim, 2013 : 1), Kurs rupiah per dollar AS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham dan menunjukkan arah hubungan negatif, tingkat suku bunga SBI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham dan menunjukkan arah hubungan negatif (Riantani & Tambunan, 2013 : 1), nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap *return* saham, Inflasi, suku bunga sertifikat bank Indonesia, perubahan nilai tukar, memiliki efek signifikan simultan terhadap *return* saham (Sunaryo, 2013 : 1), inflasi berpengaruh negative signifikan terhadap *return* saham, tingkat suku bunga, nilai tukar dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap *return* saham (Sudiyatno, 2016 : 1), inflasi, suku bunga, nilai tukar, berpengaruh signifikan terhadap *stock return* (Candy & Winardy, 2018 : 1).

Dari hasil penelitian sebelumnya, indikator-indikator makro ekonomi bersifat independen seperti inflasi, suku bunga SBI, dan kurs, menyatakan bahwa secara signifikan ada yang berpengaruh terhadap *return* saham dan ada pula yang tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris perbedaan hasil dari penelitian terdahulu dengan *return* saham pada sektor manufaktur sebagai variabel dependen.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Saham

Saham adalah surat bukti atau tanda kepemilikan bagian modal pada suatu perseroan terbatas (Siamat, 2004 : 268), saham dibagi menjadi 2 jenis yaitu saham biasa dan saham istimewa, saham biasa merupakan instrumen ekuitas yang memiliki hak sisa atas kekayaan setelah hak-hak instrumen ekuitas lainnya, sedangkan saham istimewa merupakan saham yang mempunyai sifat gabungan antara saham biasa dan obligasi (Hartono, 2016 : 67).

### Return Saham

Return saham merupakan suatu hal yang membuat investor termotivasi dalam berinvestasi dan merupakan imbalan atas risiko yang ditanggung oleh investor (Tandelilin, 2010:102). Ada dua jenis *return* yaitu *return* realisasi dan *return* ekspektasi. *Return* realisasi adalah imbal hasil yang telah diperoleh. Sedangkan *return* ekspektasi adalah imbal hasil yang diharapkan oleh investor (Hartono, 2016:263).

### Inflasi

Ada beberapa definisi dari inflasi, diantaranya adalah; gejala kenaikan harga barang-barang bersifat umum dan terus-menerus (Rahardja, P dan Manurung, 2004:115), “*inflation is an increase in the overall price level*” (Case, K. E., and Fair, 1999:216), keadaan



perekonomian yang ditandai oleh kenaikan harga secara cepat sehingga berdampak pada daya beli (BI, n.d.). Faktor-faktor penyebab inflasi, seperti kenaikan harga barang-barang yang diimpor, penambahan jumlah uang yang berlebihan tanpa diikuti penambahan produksi dan penawaran barang, dan terjadinya kekacauan politik dan ekonomi akibat pemerintahan yang kurang bertanggung jawab (Sukirno, 2012:15). Dalam penelitian ini menggunakan Indek Harga Konsumen (IHK), kenaikan harga barang yang diukur dari perubahan indeks konsumen, yang mencerminkan perubahan harga barang dan jasa kebutuhan masyarakat luas (BI, n.d.) sebagai indikator inflasi.

### Suku Bunga

Suku bunga yang digunakan sebagai indikator ekonomi makro yaitu BI rate, yang ditetapkan melalui Rapat Dewan Gubernur setiap bulan sebagai referensi kebijakan moneter. Sejak 19 Agustus 2016 Bank Indonesia melakukan penguatan kerangka operasi moneter dengan mengimplementasikan suku bunga acuan atau suku bunga kebijakan baru yaitu *BI-7 Day Reverse Repo Rate* (BI7DRR). Penguatan kerangka operasi moneter ini merupakan hal yang lazim dilakukan di berbagai bank sentral dan merupakan *best practice* internasional dalam pelaksanaan operasi moneter. Tujuan dari pencapaian tersebut bertujuan untuk memperkuat kebijakan dalam mencapai target yang ditetapkan. Instrumen *BI 7-Day (Reverse) Repo Rate* digunakan sebagai kebijakan suku bunga baru karena dapat memengaruhi pasar uang, perbankan dan sektor riil. Instrumen *BI 7-Day (Reverse) Repo Rate* sebagai acuan yang baru memiliki hubungan yang lebih kuat dengan suku bunga pasar uang, transaksional atau transaksi di pasar, dan mendorong pendalaman pasar keuangan, khususnya penggunaan instrumen *repo* (BI, n.d.).

### Nilai Tukar

Nilai tukar rupiah adalah harga rupiah terhadap mata uang negara lain, nilai tukar rupiah merupakan nilai mata uang rupiah yang ditranslasikan ke dalam mata uang negara lain. Misalnya nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika, nilai tukar rupiah terhadap Euro, dan lain sebagainya (Bodie, Kane, 2006:175). JISDOR merupakan harga spot USD/IDR, yang disusun berdasarkan kurs transaksi USD/IDR terhadap rupiah antar bank di pasar valuta asing Indonesia, melalui Sistem Monitoring Transaksi Valuta Asing Terhadap Rupiah (SISMONTAVAR) di Bank Indonesia secara *real time*. JISDOR menawarkan untuk memberikan referensi harga pasar yang representatif untuk transaksi spot USD/IDR pasar valuta asing Indonesia. JISDOR mulai diterbitkan sejak 20 Mei 2013. Kurs transaksi BI disajikan dalam bentuk kurs jual dan kurs beli valas terhadap rupiah, digunakan sebagai transaksi BI dengan pihak ketiga, seperti pemerintah. Titik tengah Kurs Transaksi BI USD/IDR mengacu pada kurs referensi (JISDOR) hari kerja sebelumnya (H-1). Kurs rupiah per dollar AS dalam penelitian ini diukur dengan kurs tengah tahunan, yaitu nilai yang diperoleh dari penjumlahan kurs jual (*selling rate*) dan kurs beli (*buying rate*) kemudian dibagi dua (BI, n.d.).

### Hipotesis Penelitian

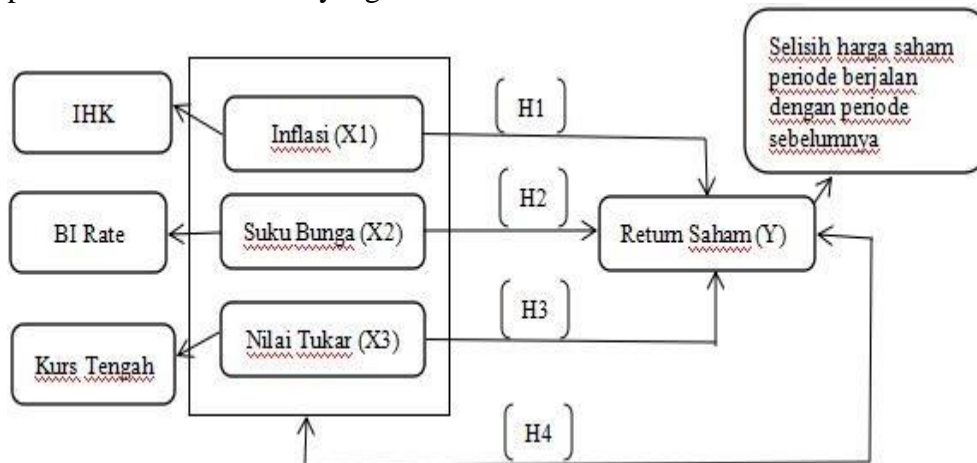
Hipotesis 1 : Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Rupiah berpengaruh secara simultan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur di Bursa efek Indonesia tahun 2018-2020.

Hipotesis 2 : Inflasi berpengaruh signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2018-2020.

Hipotesis 3 : Suku Bunga berpengaruh signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2018-2020.

Hipotesis 4 : Nilai Tukar Rupiah berpengaruh signifikan terhadap *return* saham pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia tahun 2018-2020.



Gambar 2: Model Penelitian Hubungan antara Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Return Saham.

### METODE PENELITIAN

#### Model Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan hubungan kausal yang terdapat variabel bebas dan terikat. Berdasarkan data, penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif karena penelitian data berupa angka-angka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inflasi, suku bunga, dan nilai tukar rupiah terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

Unit analisis pada penelitian ini ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020. Teknik analisis data dengan menganalisis langsung dan memahami data yang ada, dilakukan pula menggunakan program bantuan komputer yakni *Eviews 9 For Windows*.

#### Prosedur Penelitian

Penentuan sampel dan populasi dalam penelitian ini ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki kriteria tertentu. Metode pengambilansampel menggunakan metode (*purposive*) *Judgment Sampling*. Teknik tersebut merupakan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 1 : Kriteria Pengambilan Sampel

NO	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangan dengan periode buku yang berakhir 31 Desember tiap tahunnya.	143
2	Perusahaan tersebut menerbitkan laporan tahunan dan catatan atas laporan keuangan tahun 2018–2020 berturut-turut.	142
3	Perusahaan tidak mengalami <i>delisting</i> dari Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian.	143

4	Perusahaan manufaktur yang memiliki nilai <i>return</i> saham dibawah -0,09.	131
	<b>Jumlah perusahaan/sampling yang memiliki kriteria</b>	<b>12</b>

**Metode Analisis**

Teknik analisis data pada penelitian menggunakan analisis langsung dengan memahami data yang tersedia. Metode data yang digunakan adalah analisis regresi panel. Selain itu, analisis data juga memanfaatkan bantuan komputer yaitu dengan Eviews versi 9.

**HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL PENGUJIAN**

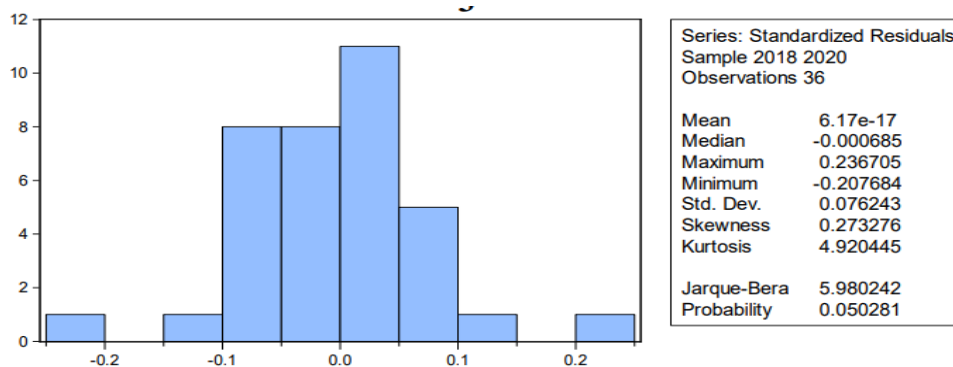
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang terkumpul secara nyata tanpa menyimpulkan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Ukuran statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimum, maksimum, mean (rata-rata), standar deviasi, dan varians.

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif  
Sumber : Olah Data Eviews 9

	Y	X1	X2	X3
<b>Minimum</b>	-0.182243	-0.270000	3.750000	13413.00
<b>Maksimum</b>	0.271028	0.680000	6.000000	16367.00
<b>Mean</b>	0.021751	0.208056	4.993056	14341.06
<b>Std. Deviasi</b>	0.084191	0.234799	0.778015	536.7318
<b>Observation</b>	36	36	36	36

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**



Gambar 3: Hasil Uji Asumsi Klasik  
Sumber : Olah Data Eviews 9

Hasil Uji Asumsi Klasik menunjukkan bahwa nilai probabilitas  $0.050281 > 0.05$ , artinya data berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Tabel 3 : Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber : Olah Data Eviews 9 Berdasarkan tabel hasil Uji

	X1	X2	X3
X1	1.000.000	0.230229	-0.304889
X2	0.2301229	1.000.000	-0.012982
X3	-0.304889	-0.012982	1.000.000

Multikolinearitas nilai kolerasi antar variabel kurang dari 0.8, artinya tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Autokolerasi**

Tabel 4 : Hasil Uji Autokolerasi

Sumber : Olah Data Eviews 9 Berdasarkan tabel hasil Uji

Metode	Prob Chi-square	Keputusan	Keterangan
<b>Uji Autokolerasi</b>	0.4950	H0 diterima	Tidak terjadi Autokolerasi

Autokolerasi diperoleh hasil probabilitas Chi-square  $0.4950 > 0.05$ . Dengan demikian hipotesa H0 diterima dan artinya tidak terjadi autokolerasi.

**Uji Heterokedastisitas**

Tabel 5 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Olah Data Eviews 9

Variabel	Probabilitas	Keterangan
X1 (Inflasi)	0.6231	H0 Ditolak
X2 (Suku Bunga)	0.5636	H0 Ditolak
X3 (Nilai Tukar)	0.5914	H0 Ditolak

Berdasarkan hasil Uji Heterokedastisitas diperoleh hasil probabilitas:

X1 (Inflasi)  $0.6231 > 0.05$  maka H0 ditolak dan artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

X2 (Suku Bunga)  $0.5636 > 0.05$  maka H0 ditolak dan artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

X3 (Nilai Tukar)  $0.5914 > 0.05$  maka H0 ditolak dan artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

**Penentuan Metode Estimasi Model Regresi**

**Uji Chow**

Tabel 6 : Hasil Estimasi Pemilihan CEM dengan FEM

Sumber : Olah Data Eviews 9 Berdasarkan tabel hasil uji Chow

Metode	Prob Chi-square	Keputusan	Keterangan
<b>Uji Chow</b>	0.5551	H0 diterima	Common Effect

nilai probabilitas Chi-square sebesar  $0,5551 > 0,05$ . Maka H0 diterima dan lebih baik menggunakan model estimasi dengan Common Effect.

**Uji Hausman**

Tabel 7 : Hasil Estimasi Pemilihan FEM dengan REM  
 Sumber : Olah Data Eviews 9

Metode	Prob Chi-square	Keputusan	Keterangan
<b>Uji Hausman</b>	0.8899	H0 diterima	Random Effect

Berdasarkan tabel hasil uji Hausman nilai probabilitas Chi-square sebesar  $0,8899 > 0,05$ . Maka H0 diterima, dan lebih baik menggunakan model estimasi dengan Random Effect Model. Karena hasil Uji Chow dan Uji Hausman menunjukkan hasil yang berbeda, maka dilakukan Uji Lagrange Multiplier untuk menentukan model regresi yang baik.

**Uji Lagrange Multiplier**

Tabel 8 : Hasil Estimasi Pemilihan CEM dengan REM  
 Sumber: Olah Data Eviews 9

Metode	Breusch Pagan	Keputusan	Keterangan
<b>Uji LM</b>	0.2492	H0 diterima	Common Effect

Berdasarkan tabel hasil uji LM nilai probabilitas Breusch Pagan sebesar  $0,2492 > 0,05$ . Maka H0 diterima dan lebih baik menggunakan model estimasi dengan Common Effect Model.

**Analisis Regresi Panel**

Tabel 9 : Hasil Uji Analisis Regersi Panel  
 Sumber: Olah Data Eviews 9

<b>Hasil Estimasi Metode Common Effect Model</b>		
<b>Variabel Dependent:</b>		
<b>Return Saham</b>		
<b>Variabel Independent</b>	<b>Koefisien</b>	<b>Prob</b>
<b>C</b>	-0.851599	0.0353
<b>Inflasi</b>	0.094750	0.1366
<b>Suku Bunga</b>	-1.457611	0.0186
<b>Nilai Tukar</b>	6.50E-05	0.0194
<b>R-squared</b>		0.698915
<b>Adjusted R-squared</b>		0.103032
<b>F-stat</b>		2.340120
<b>Prob F-stat</b>		0.000000

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka intersep sebesar -0.851599 artinya ketika variabel-variabel independen dianggap konstan (bernilai 0), maka Y sebesar -0.851599.

**Uji Hipotesis  
Uji Simultan (Uji F)**

Tabel 10 : Hasil Uji Simultan (Uji F)  
Sumber : Olah Data Eviews 9

<b>Hasil Estimasi Metode Common Effect Model</b>		
<b>Variabel Dependent:</b>		
<b>Return Saham</b>		
<b>Variabel Independent</b>	<b>Koefisien</b>	<b>Prob</b>
<b>C</b>	-0.851599	0.0353
<b>Inflasi</b>	0.094750	0.1366
<b>Suku Bunga</b>	-1.457611	0.0186
<b>Nilai Tukar</b>	6.50E-05	0.0194
<b>R-squared</b>	0.698915	
<b>Adjusted R-squared</b>	0.103032	
<b>F-stat</b>	2.340120	
<b>Prob F-stat</b>	0.000000	

Berdasarkan tabel uji F nilai probabilitas F-Statistik sebesar  $0.000000 < 0.05$  yang artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Uji Parsial (Uji t)**

Tabel 11 Hasil Uji Parsial (Uji T)  
Sumber: Olah Data Eviews 9

<b>Hasil Estimasi Metode Common Effect Model</b>		
<b>Variabel Dependent:</b>		
<b>Return Saham</b>		
<b>Variabel Independent</b>	<b>koefisien</b>	<b>Prob</b>
<b>C</b>	-0.851599	0.0353
<b>Inflasi</b>	0.094750	0.1366
<b>Suku Bunga</b>	-1.457611	0.0186
<b>Nilai Tukar</b>	6.50E-05	0.0194
<b>R-squared</b>	0.698915	
<b>Adjusted R-squared</b>	0.103032	
<b>F-stat</b>	2.340120	
<b>Prob F-stat</b>	0.000000	

Dari tabel hasil Uji t dapat disimpulkan bahwa:

H2 : Inflasi berpengaruh terhadap *Return Saham*

Hasil dari koefisien menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari Inflasi terhadap *Return Saham* adalah sebesar 0.094750 artinya jika persepsi inflasi meningkat maka persepsi *Return Saham* juga akan meningkat. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi dari inflasi  $0.1366 > 0.05$   $H_0$  diterima, dan dapat disimpulkan secara statistik tidak terdapat pengaruh inflasi terhadap *Return Saham*.

H3 : Suku Bunga berpengaruh terhadap *Return Saham*

Hasil dari koefisien menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari Suku Bunga terhadap

*Return Saham* adalah sebesar -1.457611 artinya jika persepsi Suku Bunga meningkat maka persepsi *Return Saham* akan menurun. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi dari Suku Bunga  $0.0186 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, dan dapat disimpulkan secara statistik terdapat pengaruh Suku Bunga terhadap *Return Saham*.

H4 : Nilai Tukar berpengaruh terhadap *Return Saham*

Hasil dari koefisien menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari Nilai Tukar terhadap *Return Saham* adalah sebesar  $6.50E-05$  artinya jika persepsi Nilai Tukar meningkat maka persepsi *Return Saham* juga akan meningkat. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi dari Nilai Tukar  $0.0194 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, dan dapat disimpulkan secara statistik terdapat pengaruh Nilai Tukar terhadap *Return Saham*.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Sumber: Olah Data Eviews 9

Hasil Estimasi Metode Common Effect		
Model Variabel Dependent: <i>Return Saham</i>		
Variabel Independent	koefisien	Prob
C	-0.851599	0.0353
Inflasi	0.094750	0.1366
Suku Bunga	-1.457611	0.0186
Nilai Tukar	6.50E-05	0.0194
R-squared		0.698915
Adjusted R-squared		0.103032
F-stat		2.340120
Prob F-stat		0.000000

Dari tabel hasil uji R nilai *R-Square* adalah sebesar 0.698915. Dapat disimpulkan nilai *R-Square* mendekati 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen *Return Saham* dapat dijelaskan variabel independen yang terdiri dari Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar sebesar 69.89%. Sedangkan sisanya sebesar 30.11% lainnya dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Inflasi terhadap *Return Saham*

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa inflasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Angka probabilitas sebesar 0.1366 lebih besar dari taraf signifikansi yang digunakan yakni 0.05. Artinya, tidak memiliki hubungan signifikan. Dengan demikian, disimpulkan bahwa secara parsial inflasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Hal tersebut berdasarkan hipotesis yang diajukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ardiyansyah & Paramita, 2020 : 1), (Agustina & Budiono, 2018 : 1), (Halim, 2013 : 1), bahwasanya secara parsial inflasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Nugraheni & Paramita, 2020 : 1), (Suriyani & Sudiartha, 2018), (Sari, 2019 : 1), (Sunayah & Ibrahim, 2016 : 1), (I Nyoman Sidhi Adiyadnya et al., 2016), bahwasanya inflasi secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*.

**Pengaruh Suku Bunga terhadap Return Saham**

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa Suku Bunga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Angka probabilitas sebesar 0.0186 lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. Artinya, memiliki hubungan yang signifikan. Maka, disimpulkan secara parsial Suku Bunga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Hal tersebut sejalan dengan hipotesis yang diajukan dan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sunaryo, 2013 : 1), (Richson Pardamean Silaban, 2020 : 1), (Afiyanti, 2018 : 1), (Phen, 2020 : 1), (Rofifah, 2020:1), (Haryani & Priantinah, 2018 : 1), (Hamidah et al., 2015), bahwasanya secara parsial Suku Bunga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*.

**Pengaruh Nilai Tukar terhadap Return Saham**

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa Nilai Tukar memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Angka probabilitas sebesar 0.0194 lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. Artinya, memiliki hubungan yang signifikan. Maka, secara parsial Nilai Tukar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Haryani & Priantinah, 2018:1), (Rofifah, 2020:1), (Sari, 2019:1), (Ardiyansyah & Paramita, 2020:1), (Nugraheni & Paramita, 2020:1), bahwasanya Nilai Tukar secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham*.

**KESIMPULAN****Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan mengenai Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar terhadap *Return Saham* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 - 2020. Yang mana kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Inflasi, Suku Bunga dan Nilai tukar Rupiah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020. Hal tersebut ditunjukkan oleh angka probabilitas F-Statistik 0.000000 lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. yang berarti Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah memiliki hubungan yang signifikan.
2. Inflasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2018-2020. Hal ini ditunjukkan oleh angka probabilitas sebesar 0.1366 yang lebih besar dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. Artinya, Inflasi tidak memiliki hubungan signifikan. Peningkatan inflasi dapat menurunkan *return* saham yang menyebabkan harga-harga barang menjadi mahal sehingga dapat menurunkan laba dan harga saham turut menurun. Hal yang tidak signifikan disebabkan investor tidak melihat variabel inflasi sebagai variabel yang mempengaruhi *return*, lebih melihat variabel lainnya karena inflasi yang terjadi sepanjang periode penelitian 2018-2020 tergolong inflasi yang stabil jadi dapat mendorong perekonomian yang lebih baik.
3. Suku Bunga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return Saham* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2018-2020. Hal tersebut berdasarkan angka probabilitas sebesar 0.0186 lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. Artinya, suku bunga memiliki hubungan yang signifikan. Peningkatan BI Rate dapat menurunkan *return* saham, yang disebabkan karena suku bunga SBI meningkat maka investor akan mengalihkan investasinya dengan deposito atau tabungan. BI Rate memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* karena investor menganggap adanya variabel BI Rate sebagai faktor yang



memengaruhi *return* saham.

4. Nilai Tukar memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *Return* Saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Hal ini ditunjukkan oleh angka probabilitas sebesar 0.0194 lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan yakni 0.05. Artinya, Nilai tukar memiliki hubungan signifikan. Kurs mempunyai pengaruh positif terhadap ekonomi dan pasar modal di Indonesia. Nilai tukar rupiah yang melemah terhadap mata uang asing menyebabkan investor asing masuk, sebab saat kurs melemah BI akan menaikkan suku bunga sehingga investor asing lebih tertarik untuk berinvestasi dalam bentuk deposito atau menabung dan membuat harga saham meningkat. Dengan demikian, kurs yang melemah memengaruhi secara signifikan terhadap *return* saham. Dalam periode penelitian nilai kurs tidak melemah sepenuhnya, terdapat beberapa periode yang menguat. Keadaan tersebut masih berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.
5. Hasil uji R didapat nilai *R-Square* sebesar 0.698915 maka disimpulkan nilai *R-Square* mendekati 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen *Return* Saham dapat dijelaskan dengan variabel independen yang terdiri dari Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar sebesar 69.89%. Sedangkan sisanya sebesar 30.11% lainnya dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut. Dari nilai 69.89 % tersebut dapat dikatakan variabel independen cukup memiliki pengaruh terhadap *Return* Saham Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### Saran

1. Investor baiknya mempertimbangkan pergerakan, Suku Bunga dan Nilai tukar Rupiah karena variabel ini telah terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan strategi investasinya. Karena pergerakan Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah akan mempengaruhi besarnya *Return* Saham perusahaan.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan tiga ekonomi makro yang digunakan sebagai dasar untuk memprediksi harga saham perusahaan hanya terbatas pada tingkat Inflasi, Nilai Tukar Rupiah dan Suku Bunga, diharapkan dalam penelitian selanjutnya untuk memperhatikan pengaruh faktor lain yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham perusahaan.
3. Pengambilan periode penelitian hanya 3 tahun, berharap dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan memperpanjang periode penelitian untuk memperoleh refleksi pergerakan harga saham perusahaan di BEI secara historikal.
4. Menambahkan jumlah sampel untuk penelitian. Karena semakin banyak sampel yang digunakan maka hasilnya akan lebih mewakili penelitian.
5. Penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan untuk jenis perusahaan lain yang terdapat di Bursa Efek Indonesia untuk menambah validitas hasil penelitian.
6. Mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi *Return* Saham serta menambah jumlah sampel perusahaan yang sesuai kriteria penelitian. Peneliti selanjutnya dapat mengadakan penelitian dengan lebih baik lagi untuk melengkapi kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini.
7. Untuk para investor dan calon investor yang hendak melaksanakan transaksi di Bursa Efek Indonesia baiknya memperhatikan faktor-faktor Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar Rupiah, sebab penelitian ini ketiga variabel secara bersama-sama telah terbukti signifikan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI), maka secara langsung maupun tidak dapat mengurangi risiko dan

ketidakpastian yang mungkin dialami oleh para investor pada aktivitas perdagangan saham.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, H. T. (2018). Pengaruh Inflasi, BI Rate Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Subsektor Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2).
- Agustina, L. D., & Budiono. (2018). Pengaruh Indikator Makro Ekonomi Terhadap Return Indeks Saham Sektor Keuangan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Media Mahardhika*, 16(2).
- Ardiyansyah, R., & Paramita, R. . S. (2020). Pengaruh Makroekonomi Dan Mikroekonomi Terhadap Return Saham Dengan Intervening Kurs Pada Sektor Finance Di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3). <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p995-1010>
- BI. (N.D.). *Glosarium*. <https://www.bi.go.id/id/glosarium.aspx>
- Bodie, Kane, M. (2006). *Investment* (6th Ed.). Salemba Empat.
- Candy, C., & Winardy, A. (2018). Pengaruh Faktor Ekonomi Makro Terhadap Stock Return Pada Indeks Saham LQ45. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.35>
- Case, K. E., And Fair, R. C. (1999). *Principles Of Macro Economics*. Prentice Hal.
- Halim, L. (2013). Pengaruh Makro Ekonomi Terhadap Return Saham Kapitalisasi Besar Di Bursa Efek Indonesia. *Finesta*, 1(2).
- Hamidah, H., Hartini, H., & Mardiyati, U. (2015). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Bi, Profitabilitas, Dan Risiko Finansial Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Properti Tahun 2011-2013. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.04>
- Hartono, Y. (2003). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (3rd Ed.). BPFE.
- Haryani, S., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah/Dolar As, Tingkat Suku Bunga Bi, Der, Roa, Cr Dan Npm Terhadap Return Saham. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21353>
- I Nyoman Sidhi Adiyadnya, Luh Gede Sri Artini, & Rahyuda, H. (2016). Pengaruh Beberapa Variabel Ekonomi Makro Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham Pada Industri Perbankan Di BEI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(8).
- Jogiyanto. (2010). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi* (6th Ed.). BPE.
- Nugraheni, R., & Paramita, R. . S. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Makroekonomi Terhadap Return Saham Perusahaan Property Dan Real Estate Di BEI Periode 2014-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(4). <https://doi.org/10.26740/jim.v8n4.p1429-1444>
- Phen, D. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Makro Ekonomi Terhadap Return Saham Pada Sektor Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6792>
- Rahardja, P Dan Manurung, M. (2004). *Teori Ekonomi Makro. Edisi Kedua*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Riantani, S., & Tambunan, M. (2013). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Dan Indeks Global Terhadap Return Saham. *Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi, 2013*(16), 532–537.
- Richson Pardamean Silaban. (2020). Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, Dan

- Suku Bunga Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Kindai*, 16(2). <https://doi.org/10.35972/Kindai.V16i2.387>
- Rofifah, D. (2020). Analisis Pengaruh Variabel Makroekonomi Terhadap Return Saham Syariah Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Issi Periode 2011-2018. *Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents*, 6(10), 12–26.
- Sari, W. I. (2019). Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga SBI, Nilai Tukar Terhadap Return LQ 45 Dan Dampaknya Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.32493/Skt.V3i1.3263>
- Siamat, D. (2004). *Manajemen Lembaga Keuangan*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Suci, K. S. (2012). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs, Dan Pertumbuhan PDB Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *Jurnal Ekonomi*, 8(1).
- Sudiyatno, B. S. & B. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Return Saham Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 S/D 2014. *Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 23(1).
- Sukirno, S. (2004). *Ekonomi Makro-Teori Pengantar*. Raja Grafindo Persada.
- Sunaryo, S. (2013). Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Ekonomi Makro Terhadap Return Saham. *Binus Business Review*, 4(1). <https://doi.org/10.21512/Bbr.V4i1.1418>
- SUNAYAH, S., & IBRAHIM, Z. (2016). Analisis Pengaruh Perubahan Variabel Makroekonomi Terhadap Return Saham Syariah Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Periode 2011-2013. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.32678/Ijei.V7i1.37>
- Suriyani, N. K., & Sudiarta, G. M. (2018). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Inflasi Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6). <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.V07.I06.P12>
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio Dan Investasi (Teori Dan Aplikasi)*.
- Yunita, Y., Nurlita, E., & Robiyanto. (2018). Pengaruh Suku Bunga, Kurs Rupiah, Dan Harga Emas Terhadap Return Harga Saham Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding SENDI\_U*.

## Peran Komitmen Organisasi Memediasi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Keterikatan Kerja

Joi Rikardo Siahaan<sup>1</sup>, Yuhaning Praborini<sup>2</sup>  
Prodi Magister Manajemen

[joirikardosiahaan.sigen@gmail.com](mailto:joirikardosiahaan.sigen@gmail.com), [yuhaning1010@gmail.com](mailto:yuhaning1010@gmail.com)

### Abstrak

Perusahaan menganggap karyawan sebagai komponen terpenting dalam keberhasilan perusahaan untuk itu diperlukan usaha untuk mengembangkan kemampuan karyawannya. Karyawan yang dapat memberikan hasil atau kinerja terbaik bagi perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana ia memahami pekerjaannya dan juga ada ikatan yang kuat dengan perusahaan tempat ia bekerja. Karyawan yang memiliki keterikatan akan menunjukkan seberapa besar ia bergairah (*passion*) dan merasa senang dalam bekerja. Keterikatan kerja karyawan ini dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan didalam perusahaan dan keterikatan kerja berpengaruh langsung terhadap keterikatan kerja melalui komitmen organisasi. Tujuan pemeitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan kerja dan melihat efek mediasi dari komitmen organisasi terhadap keterikatan kerja. Metode penelitian ini menggunakan kuisioner dan data diolah menggunakan SMART PLS, dimana populasi dari penelitian ini adalah karyawan PT XYZ di Kabupaten Bekasi dengan menggunakan teknik simple random sampling untuk penentuan banyaknya sampel yang akan digunakan. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepemimpinan transformasional, komitmen organisasi terhadap keterikatan kerja namun terdapat tidak pengaruh langsung yang signifikan antara variabel kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan kerja yang dimediasi oleh komitmen organisasi.

**Kata kunci** : Kepemimpinan transformasional; komitmen organisasi; keterikatan kerja

### Abstract

*The company considers employees as the most important component in the company's success, therefore efforts are needed to develop the capabilities of its employees. The employee who can provide the best results or performance for the company is greatly influenced by how he understands his job and also there is a strong bond with the company where he works. Employees who have an attachment will show how much they are passionate (*passion*) and feel happy at work. This employee's work engagement is influenced by the leadership style within the company and work engagement has a direct effect on work engagement through organizational commitment. The purpose of this research is to find out how much influence transformational leadership has on work engagement and to see the mediating effect of organizational commitment on work engagement. This research method uses a questionnaire and the data is processed using SMART PLS, where the population of this study are employees of PT XYZ in Bekasi Regency using simple random sampling technique to determine the number of samples to be used. The results of this study have a positive and significant effect between the variables of transformational leadership, organizational commitment on work engagement, but there is no significant direct effect between the variables of transformational leadership on work engagement mediated by organizational commitment.*

**Keywords:** *transformational leadership; organizational commitment; work engagement*

## PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) atau karyawan perusahaan saat ini perkembangannya sudah mengarah pada *human capital*. Dimana karyawan tidak hanya dianggap sebagai supporting system tetapi sudah sebagai penunjang utama didalam perusahaan. Perusahaan menganggap karyawan sebagai komponen terpenting dalam keberhasilan perusahaan untuk itu diperlukan usaha untuk mengembangkan kemampuan karyawannya. Karyawan yang dapat memberikan hasil atau kinerja terbaik bagi perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana ia memahami pekerjaannya dan juga ada ikatan yang kuat dengan perusahaan tempat ia bekerja. Karyawan yang memiliki keterikatan akan menunjukkan seberapa besar ia bergairah (*passion*) dan merasa senang dalam bekerja. Seorang pekerja yang engaged dengan perusahaannya akan berkomitmen terhadap tujuan, menggunakan segenap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas, menjaga perilakunya saat bekerja, memastikan bahwa dia telah menyelesaikan tugas dengan baik sesuai dengan tujuan dan bersedia mengambil langkah perbaikan atau evaluasi jika memang diperlukan. Karyawan yang merasa terikat adalah karyawan yang merasa benar – benar terlibat dan memiliki antusias akan pekerjaannya dan perusahaan tempatnya bekerja (Thesiasari et al., 2019). Konsep keterikatan kerja individu pada organisasi, sebagai bentuk keterkaitan individu terhadap organisasi. dapat mendorong timbulnya kepedulian atau rasa tanggung jawab individu terhadap organisasi. Hal ini dapat disebabkan karena individu yang embedded akan mempersepsikann dirinya sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari organisasinya (Polii, 2015).

Karyawan yang memiliki keterikatan kerja rendah, yakni karyawan akan merasakan adanya tekanan dalam pekerjaan. Adanya tekanan dalam pekerjaan tentu berdampak pada hasil pengerjaan tugas atau pekerjaan tersebut. Jika, harapan tersebut tidak bisa terwujud sesuai ekspektasi maka berpengaruh pada keterikatan kerja dan pada konsep keterikatan kerja menunjukkan hubungan timbal balik yang positif antara karyawan dan organisasi yang mendorong partisipasi karyawan yang lebih dinamis dalam melakukan tugas-tugas yang diberikan kerja (Wailulu et al., 2019). Schaufeli dan Bakker (Pri & Zamralita, 2018) mengungkapkan bahwa sikap positif terhadap pekerjaan seperti kepuasan kerja, keterlibatan kerja, komitmen organisasi dan rendahnya niat untuk keluar berhubungan dengan keterikatan kerja. Ini menunjukkan bahwa individu tidak hanya tertarik terhadap aspek pekerjaan yang memberi makna tetapi mereka secara aktif mencarinya dalam pekerjaan mereka sebagai sarana untuk tetap berkomitmen terhadap organisasi. Komitmen organisasi merupakan salah satu kunci penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu organisasi untuk mencapai tujuannya (Zulkarnain & Hadiyani, 2014) adanya komitmen organisasi yang tinggi akan semakin memperkuat keterikatan kerja di dalam perusahaan. Zulkarnain (2014) mengemukakan bahwa komitmen organisasi terbangun apabila masing-masing individu mengembangkan tiga sikap yang saling berhubungan terhadap organisasi, antara lain; identifikasi (*identification*) yaitu pemahaman atau penghayatan terhadap tujuan organisasi, keterlibatan (*involvement*) yaitu perasaan terlibat dalam suatu pekerjaan atau perasaan bahwa pekerjaan tersebut adalah menyenangkan dan loyalitas (*loyalty*) yaitu perasaan bahwa organisasi adalah tempatnya bekerja dan tinggal. Karyawan yang memiliki komitmen terhadap perusahaan akan merasakan pentingnya mengintegrasikan tujuan individual dengan perusahaan, komitmen organisasi juga merupakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan dan proses tersebut akan terus menerus terjadi dimana karyawan akan menunjukkan dan mengeksperisikan perhatian ataupun sesuatu hal yang penting terhadap perusahaan (Bitha & Ardana, 2017).

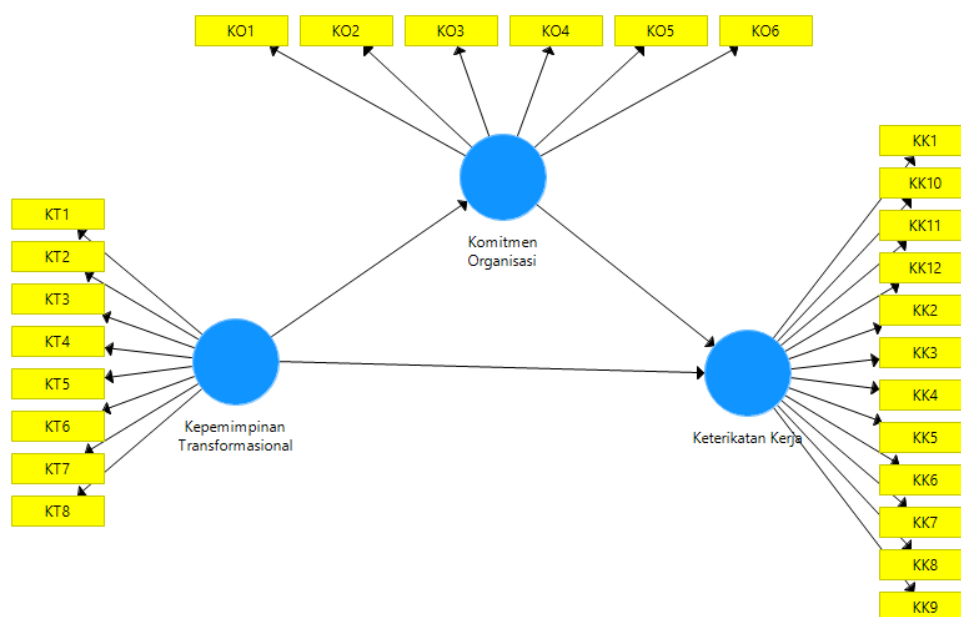
Keterikatan kerja juga didukung dengan gaya kepemimpinan yang baik. kepemimpinan transformasional akan membuat karyawan untuk melakukan yang terbaik dari

kemampuannya dalam mengerjakan tugas-tugas sehingga karyawan merasa bersemangat dan mendedikasikan pekerjaan. Gaya kepemimpinan transformasional ini merupakan perilaku yang dijadikan panutan oleh bawahan atau karyawan. Gaya kepemimpinan ini memiliki potensi dalam meningkatkan keterikatan kerja pada karyawan. Kekuatan pada pemimpin transformasional yakni mampu meningkatkan kepekaan terhadap kebutuhan pengikut (karyawan), dengan memberikan pengarahan langsung dalam membangun hubungan dan keterikatan kerja pada karyawan (Wailulu et al., 2019). Gaya kepemimpinan transformasional akan meningkatkan tingkat kedewasaan para karyawan yang berhubungan dengan prestasi, aktualisasi diri, dan kesejahteraan dari organisasi dan lingkungan dan merupakan sebuah syarat penting agar karyawan menjadi lebih terikat (Raharjo et al., 2016). Pada PT XYZ di Kabupaten Bekasi kepemimpinan merupakan faktor penting dalam perusahaan, dimana kepemimpinan ini mejadi hal utama dalam menentukan keterikatan kerja di perusahaan,

Penelitian sebelumnya (Kriswanta, et al., 2021) disimpulkan bahwa kepemimpinan tidak mempengaruhi keterikatan kerja karyawan dalam organisasi, akan tetapi kepemimpinan merupakan hal penting dan dibutuhkan untuk menjaga keterikatan karyawan. Tidak adanya pengaruh kepemimpinan terhadap keterikatan kerja maka dilakukannya penelitian lanjutan dimana kepemimpinan transformasional terhadap keterlibatan kerja di mediasi oleh komitmen organisasi.

**2. METODE PENELITIAN**

Populasi untuk penelitian di ada karyawan PT. XYZ di Kabupaten Bekasi, perusahaan tersebut bergerak pada bidang kemasan plastik. Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2019), sedangkan Arikunto (2016) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Populasi penelitian ini berjumlah kurang dari 100 maka teknik sampling menggunakan sampel jenuh. Sampel jenuh ialah teknik untuk menentukan sampel dengan langkah mengambil semua populasi sebagai responden atau sampel sehingga sampel pada penelitian ini berjumlah 55 orang responden.



Gambar 1. Desain Penelitian

Untuk desain penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari variabel independen (X1) : Kepemimpinan Transformasional, variabel mediasi (X2) : Komitmen Organisasi dan variabel dependen (Y): Keterikatan Kerja. Pada Gambar 1 tersebut menunjukkan ada pengaruh antar variabel yaitu kepemimpinan transformasional (X), Komitmen Organisasi (X2) dan keterikatan kerja (Y). Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H1: Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan kerja.
- H2: Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi.
- H3: Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan kerja.
- H4: Kepemimpinan transformasional dan komitmen organisasi berpengaruh langsung terhadap keterikatan kerja

Penelitian ini melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat apakah kuesioner yang dibuat bisa dipahami responden serta mempunyai konsistensi dalam pengukuran (Ghozali, 2018). Uji validitas menggunakan cara membandingkan nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, artinya kuesioner penelitian dinyatakan valid. Pernyataan valid apabila nilai korelasi yang ada di dalam kolom pada Corrected Item Correlation  $> 0,300$ . Uji reliabilitas merupakan indeks yang menandakan sejauh mana alat pengukur bisa dipercaya dan bisa diandalkan (Ghozali, 2018). Pengambilan keputusan pada uji reliabilitas didasari dari nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$  dan untuk metode analisis datanya menggunakan penelitian kuantitatif dengan cara menyebarkan kuisoner sebagai data primer. Kuesioner menggunakan interval nilai 1-10 sebagai alat pengumpulan data untuk menggambarkan penilaian responden dari penilaian 1 sangat tidak setuju sampai 10 sangat setuju (Mulyanto & Wulandari, 2010). Analisa datanya menggunakan alat analisis dengan metode PLS (partial least square) dimana pengolahannya dilakukan dengan software Smart PLS 3.0. Investigasi progresif melalui pengujian instrumen, model fit dan pengujian teori.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dapat disajikan dengan dukungan tabel, grafik atau gambar sesuai kebutuhan, untuk memperjelas penyajian hasil secara verbal. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: a) jenis kelamin, yaitu wanita (35%) dan pria (65%); b) umur, mayoritas 18-25 tahun (55%); c) masa kerja, mayoritas sudah bekerja 5 tahun ke bawah (73%), karakteristik koresponden dapat dilihat pada gambar 2

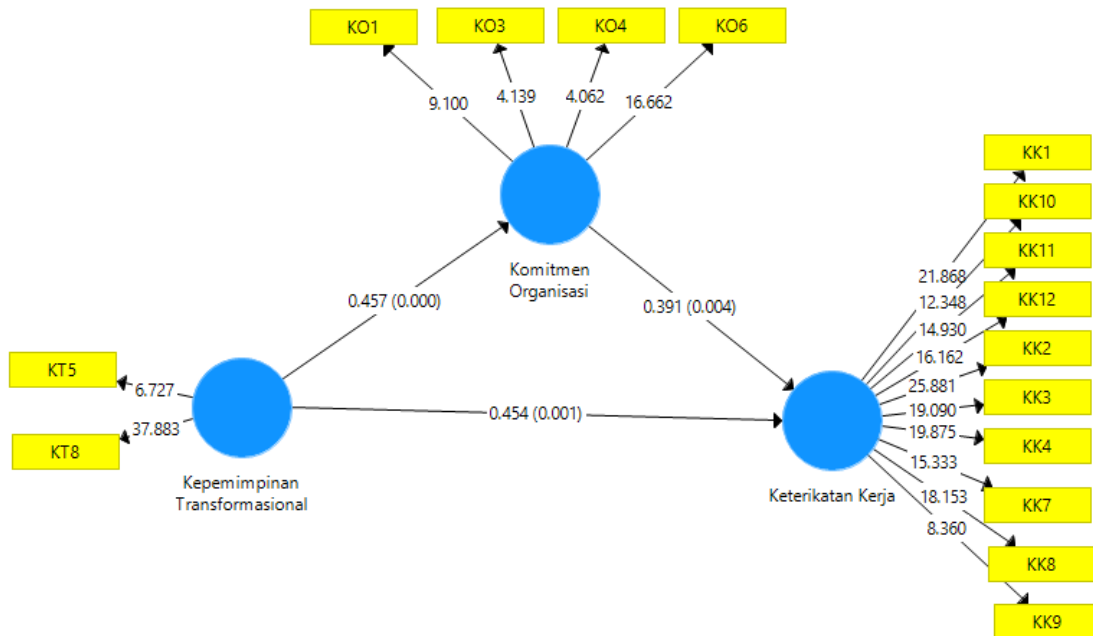


Gambar 2. Karakteristik Koresponden

Sebelum melakukan uji statistik, diperlukan pengujian alat ukur penelitian. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Hampir seluruh indikator pada setiap variabel telah valid karena telah lebih besar daripada 0,7 dan variabel juga telah reliabel karena telah memenuhi cut off yang digunakan dalam penelitian ini maka dapat dinyatakan bahwa variabel dalam penelitian ini valid dan reliabel.

**Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dari variabel kepemimpinan transformasional (X1), variabel komitmen organisasi (X2) dan variabel keterikatan kerja (Y)



Gambar 3. Gambar Hasil Analisis

Adapun untuk tabel estimasi disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Estimasi

Alur	Jenis	Std. Estimates	P-Value	Kesimpulan
Kepemimpinan transformasional → Keterikatan kerja	Langsung	0,454	0,001	Signifikan
Kepemimpinan transformasional → Komitmen Organisasi	Langsung	0,457	0,000	Signifikan
Komitmen Organisasi → Keterikatan kerja	Langsung	0,391	0,004	Signifikan
Kepemimpinan Transformasional -> Komitmen Organisasi -> Keterikatan Kerja	Tidak Langsung	0,179	0,053	Tidak Signifikan

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

**Kepemimpinan Transformasional terhadap Keterikatan Kerja**

Berdasarkan hasil analisa std. Estimasi 0,457 menunjukkan bahwa, hubungan antarvariabel Kepemimpinan Transformasional dengan Keterikatan Kerja menghasilkan signifikansi dimana nilai p-value 0,001. Hasil tersebut menjelaskan terdapat hubungan linear antara Kepemimpinan Transformasional terhadap Keterikatan Kerja di PT. PT. XYZ di Kabupaten Bekasi. Pengaruh kepemimpinan dengan gaya Transformasional diperusahaan



ini menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta terpenuhinya kebutuhan karyawan dalam hal sosial, estimasi serta aktualisasi diri yang secara positif turut meningkatkan keterikatan kerjanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin positif penilaian terhadap Kepemimpinan Transformasional yang diterapkan oleh pimpinan, maka Keterikatan kerja karyawan PT. X juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan (Wisobroto & Prihatsanti, 2017) mendukung hasil penelitian ini, yang dimana pengaruh Kepemimpinan Transformasional cukup tinggi yaitu 64,3% terhadap Keterikatan Kerja, sehingga hipotesis pertama yaitu pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Keterikatan Kerja diterima.

### **Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasi**

Berdasarkan hasil analisa std. Estimasi 0,454 dimana nilai p-value 0,000, menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif pada variabel Komitmen Organisasi melalui Kepemimpinan Transformasional, sehingga hipotesis kedua yaitu pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasi diterima. Keinginan agar anggotanya menjadi “*team player*” adalah harapan dari setiap pemimpin sehingga mampu bekerja dengan dinamis serta independent dalam mencapai tujuan organisasi, tentu hal ini bisa terwujud bila karyawan memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi yang ditempatinya saat ini. Dalam penelitiannya (Humala, 2014) mengungkapkan Kepemimpinan Transformasional menyumbangkan 30,3% terhadap Komitmen Organisasi, yang juga diperkuat oleh pengalaman kerja, lingkungan pekerjaan serta interdependen antar karyawan yang tentunya bisa terbentuk oleh gaya kepemimpinan Transformasional. Pandangan (Yukl, 2005) terhadap Kepemimpinan Transformasional ialah menjelaskan pemahaman karyawan agar focus terhadap hasil kerja; mengarahkan karyawan untuk dapat focus terhadap kepentingan organisasi; serta memenuhi kebutuhan karyawan di level yang lebih tinggi.

### **Komitmen Organisasi terhadap Keterikatan Kerja**

Berdasarkan hasil analisa std. Estimasi 0,391 menunjukkan bahwa, hubungan antarvariabel Kepemimpinan Transformasional dengan Keterikatan Kerja menghasilkan signifikansi dimana nilai p-value 0,004. Hasil tersebut menjelaskan terdapat hubungan linear antara Komitmen Organisasi terhadap Keterikatan Kerja di PT. X. Dalam penelitiannya (Wardianto & Hendrati, 2015) mengungkapkan bahwa Komitmen Organisasi merupakan sikap yang relatif stabil dan penerimaan yang kuat atas nilai-nilai dan tujuan organisasi, adanya kemauan untuk tetap berusaha menggunakan segala daya untuk kepentingan organisasi, serta keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi.

### **Kepemimpinan Transformasional terhadap Keterikatan Kerja melalui Komitmen Organisasi**

Berdasarkan hasil Analisa std. Estimasi 0,179 dengan p-Value 0,053 berarti bahwa Kepemimpinan Transformasional tidak berpengaruh signifikan terhadap Keterikatan Kerja melalui Komitmen Organisasi sebagai mediasi. Disamping adanya hubungan langsung antara Kepemimpinan Transformasional dengan Keterikatan Kerja, menurut (Lismiatun, 2018) dari hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa dengan perilaku pemimpin yang mampu menumbuhkan rasa bangga dan kepercayaan bawahan, menginspirasi dan memotivasi bawahan, memperlakukan bawahan secara individu, selalu melatih, dan pengarahan, akan menumbuhkan komitmen yang kuat terhadap organisasi, namun nyatanya hasil yang tidak signifikan ini membuktikan bahwa Variabel Kepemimpinan Transformasional di PT. XYZ di Kabupaten Bekasi sudah cukup kuat untuk membentuk Keterikatan Kerja karyawan, sehingga tidak memerlukan adanya mediasi.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa Variabel kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan kerja,

kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, variabel komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan kerja, namun variabel komitmen organisasi tidak berpengaruh secara signifikan dalam memediasi pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan kerja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keterikatan organisasi di PT. PT. XYZ di Kabupaten Bekasi sudah terbentuk melalui adanya pemimpin yang mengayomi serta terlibat aktif dalam pengembangan karyawannya yaitu melalui gaya kepemimpinan transformasional, dibuktikan dengan diterimanya hipotesis pertama. Hal serupa juga ditemukan pada keterikatan kerja karyawan yang terbentuk dari adanya keinginan pribadi untuk tetap antusias dan gigih dalam melakoni pekerjaannya selama karyawan tersebut masih menjadi anggota organisasi PT. PT. XYZ di Kabupaten Bekasi dibuktikan dengan diterimanya hipotesis kedua. Hasil yang tidak signifikan ditunjukkan ketika komitmen organisasi menjadi mediasi antara kepemimpinan transformasional terhadap keterikatan kerja. Hal ini menjadi masukan pada penelitian selanjutnya untuk mencari variabel lain dan menambah konten indikator serta memperbanyak pernyataan dalam kuesionernya. Pemilihan populasi yang tidak terbatas hanya di satu bagian/ departemen tertentu juga akan memperkaya variasi jawaban dari responden sehingga data yang didapatkan bisa lebih valid dan variatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bitha, S., & Ardana, I. (2017). Pengaruh Keterikatan Kerja, Persepsi Dukungan Organisasional Dan Komitmen Organisasional Terhadap Turnover Intention Karyawan Muji Motor. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 241746.
- Humala, R. (2014). Kepimpinan transformasional dengan komitmen organisasi karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 02(02), 228–240. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jipt/article/viewFile/1999/2101>
- Lismiatun, L. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior Dan Komitmen Organisasi Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Peran Mediasinya (Studi Pada Karyawan PT. 3M Mining, Manufacturing, Mineshota Indonesia Departemen Supply Chain). *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 1(3), 215–239. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v1i3.1287>
- Polii, L. R. G. (2015). THE ANALYSIS OF JOB EMBEDDEDNESS AND WORK ENVIRONMENT TO JOB SATISFACTION AND TURNOVER INTENTIONS AT SILOAM HOSPITAL MANADO. *Jurnal EMBA*, 3, 178–190.
- Pri, R., & Zamralita, Z. (2018). Gambaran Work Engagement Pada Karyawan Di Pt Eg (Manufacturing Industry). *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 295. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.981>
- Raharjo, D. C., Rini, □, Witiastuti, S., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2016). PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KETERIKATAN KERJA MELALUI KEADILAN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. In *Management Analysis Journal* (Vol. 5, Issue 4). <http://maj.unnes.ac.id>
- Thesiasari, F. D. R., Prasetyo, I., & Riswati, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Employee Engagement Pada CV. Perjuangan Steel Surabaya. *Jurnal Menejerial Bisnis*, 2(3), 243–252.

- Wailulu, K. N., Dewi, F. I. ., & Idulfilastri, R. M. (2019). PERAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KETERIKATAN KERJA PADA KARYAWAN MILENIAL DENGAN VARIABEL KOMUNIKASI SEBAGAI MEDIATOR. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(2), 328. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i2.5881>
- Wardianto, M., & Hendrati, F. (2015). Korelasi Motivasi Berprestasi Dan Kepemimpinan Transformasional Dengan Komitmen Organisasi Pengurus Pondok Pesantren. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(03). <https://doi.org/10.30996/persona.v3i03.416>
- Wisobroto, S., & Prihatsanti, U. (2017). *HUBUNGAN ANTARA KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DENGAN KETERIKATAN KERJA PADA PERAWAT RAWAT INAP RUMAH SAKIT ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG* (Vol. 6, Issue 1).
- Zulkarnain, -, & Hadiyani, S. (2014). Peranan Komitmen Organisasi dan Employee Engagement terhadap Kesiapan Karyawan untuk Berubah. *Jurnal Psikologi*, 41(1), 17. <https://doi.org/10.22146/jpsi.6955>

## Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa

Ratno Wijaya Kusuma<sup>1</sup>, Muhamad Guntur<sup>2</sup>  
Prodi Magister Manajemen UPB

[Ratnowijayakusuma@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:Ratnowijayakusuma@mhs.pelitabangsa.ac.id)  
[Muhamadguntur@pelitabangsa.ac.id](mailto:Muhamadguntur@pelitabangsa.ac.id)

### Abstrak

*Pendidikan merupakan usaha agar manusia dapat mengembangkan potensi dirinya melalui pembelajaran atau cara lain yang dikenal dan diakui oleh masyarakat. Undang-undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 ayat (1) menyebutkan bahwa setiap negara berhak mendapat pendidikan, dan ayat (3) menegaskan bahwa pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem nasional dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa yang diatur dengan undang-undang*

*Penelitian kuantitatif ini melakukan observasi dan mengumpulkan data menggunakan teknik kuesioner sebanyak 88 responden pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki nilai koefisien dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Lokasi memiliki nilai koefisien dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Secara parsial memiliki nilai koefisien signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka variable promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 89,3%*

**Kata kunci :** *Promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian*

### Abstract

*Education is an effort so that humans can develop their potential through learning or other ways that are known and recognized by the community. The 1945 Constitution of the Republic of Indonesia Article 31 paragraph (1) states that every country has the right to education, and paragraph (3) emphasizes that the government seeks and organizes a national system in the context of the intellectual life of the nation which is regulated by law. This quantitative study conducted observations and collected data using a questionnaire technique as many as 88 respondents to Pelita Bangsa University students Batch 2019. The results showed that promotion had a coefficient value with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . Location has a coefficient value with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . Service quality has a coefficient value with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . Partially has a significant coefficient value of  $0.000 < 0.05$ . Then the variables of promotion, location and service quality have a significant effect on purchasing decisions by 89.3%*

**Keywords:** *Promotion, location, service quality and purchasing decisions*

## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor pendukung yang memegang peranan penting disegala sektor. Manusia membutuhkan Pendidikan dalam kehidupannya. Pendidikan merupakan usaha agar manusia dapat mengembangkan potensi dirinyamelalui proses pembelajaran atau cara lain yang dikenal dan diakui oleh masyarakat.

Pendidikan mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. (Subandowo,2010 dalam Artini I Dewa Ayu Juli, dkk,2014) menyatakan pendidikan merupakan salah satu faktor yang sangat fundamental dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan. Pendidikan dipandang sebagai sarana yang paling strategis untuk mengangkat harkat dan martabat suatu bangsa. Lulusan siswa SMA/SMK sederajat menjadi peluang bagi seluruh perguruan tinggi yang ada di cikarang. Siswa dapat melanjutkan studinya ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, baik pada Perguruan Tinggi Negeri (PTN), maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS), dalam hal ini baik itu PTN maupun PTS memiliki peluang yang sama untuk dipilih oleh calon mahasiswa.

Perguruan tinggi Universitas Pelita Bangsa berlokasi diwilayah Kabupaten Bekasi, dimana letak strategisnya di Cikarang Pusat yang menjadi sebuah peluang besar karena berada ditengah-tengah sebuah kawasan industri yang menjadi salah satu alternatif untuk menjadi minat para karyawan diperusahaan swasta mendaftarkan dirinya menjadi mahasiswa.

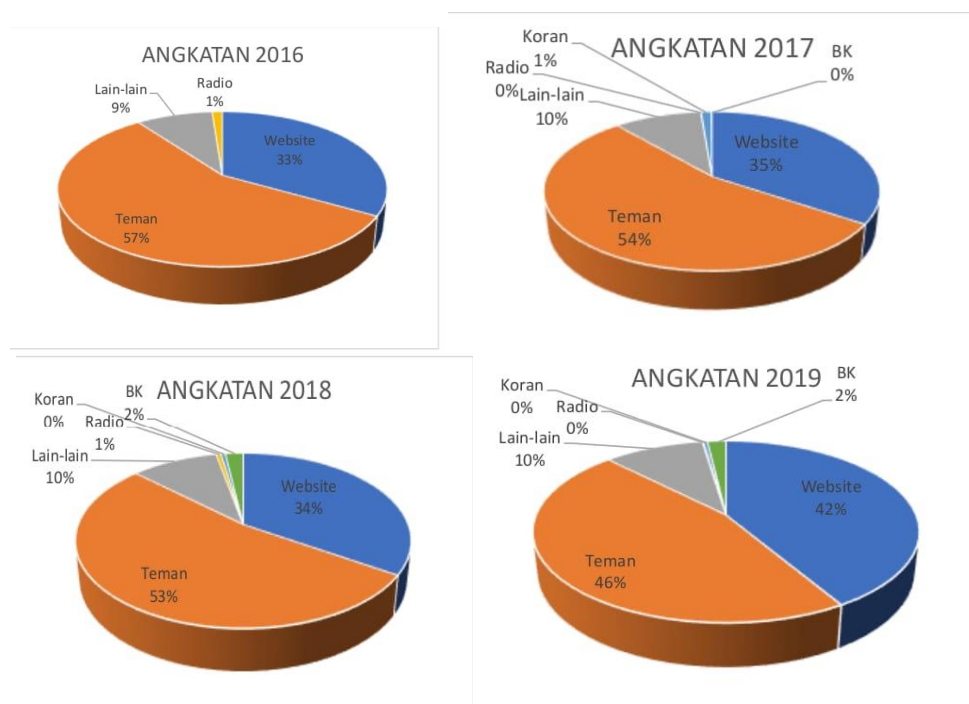
Universitas Pelita Bangsa masuk kategori kampus alternatif yang banyak dicari oleh calon mahasiswa yang ada di Kabupaten Bekasi khususnya Prodi Manajemen, begitu juga banyak fasilitas yang ditawarkan oleh Universitas Pelita Bangsa salah satunya penawaran kelas karyawan, yang dimana mahasiswa/i bisa mengatur jadwal kuliah tanpa bentrok dengan jam kerjanya masing-masing, Biaya perkuliahan yang terjangkau. Karena sebagian besar mahasiswa/i Universitas Pelita Bangsa adalah karyawan Pabrik yang merantau di Cikarang yang berasal di beberapa daerah yang ada di Indonesia. Berikut adalah bukti bahwa pengaruh promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih Universitas Pelita Bangsa Prodi Manajemen adalah program study yang paling banyak diminati oleh mahasiswa Universitas Pelita Bangsa.

**Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Tahun 2016-2019**

No	Jurusan	TA 2016	TA 2017	TA 2018	TA 2019	Jumlah
1	Manajemen	1.495	1.700	1.766	1.575	6.536
2	Akuntansi	188	231	172	167	758
3	Hukum	0	0	0	16	16
4	PGSD	0	0	62	109	171
5	Arsitektur	103	115	82	114	414
6	Teknik Industri	0	0	202	3	205
7	Teknik Informatika	801	885	846	809	3.341
8	Teknik Lingkungan	142	235	175	179	731

(Sumber : Data Akademik Universitas Pelita Bangsa Tahun 2020)

Program studi manajemen menunjukkan bahwa paling banyak diminati para mahasiswa Universitas Pelita Bangsa dibandingkan dengan prodi lain yang ada Universitas Pelita Bangsa, data tersebut diambil dari bagian akademik Universitas Pelita Bangsa tahun 2020 yang sudah di pastikan kebenarannya, di dukung juga dengan Akreditasi prodi dan prospek kerja setelah lulus. Banyak factor yang mempengaruhi konsumen atau calon mahasiswa Universitas Pelita Bangsa dalam melakukan keputusan dalam memilih studynya diantaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan promosi yang intensif. Kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007 dalam Shandy Widjono Putro dan Samuel Hatane 2014) (Shandy Widjono Putro at al : 2014). Pelayanan yang baik dapat menentukan keputusan konsumen, kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Mengatasi hal tersebut perlu diterapkan konsep pemasaran dalam dunia pendidikan, dimana konsep pemasaran intinya adalah memuaskan konsumen dalam hal ini adalah mahasiswa. Mengalami peningkatan peminat yang cukup signifikan. Ini Terjadi setiap tahunnya. Perubahan pola preferensi pemilihan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa merupakan hal yang menarik untuk diteliti lebih lanjut dengan kajian bauran pemasaran yang membuat mahasiswa begitu antusias terhadap Universitas Pelita Bangsa khususnya prodi manajemen. Persaingan yang begitu tajam Perguruan Tinggi Swasta tidak hanya mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa semata, melainkan semua Perguruan Tinggi Swasta dituntut untuk menjalin hubungan baik yang dinamis, harmonis dengan para mahasiswanya atau pengguna jasa mereka melalui pemasaran. Universitas Pelita Bangsa salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Cikarang. Berikut adalah data yang di ambil ketika penerimaan mahasiswa baru yang dimana ditanyakan melalui daftar online mahasiswa baru mengenal Universitas Pelita Bangsa, pertanyaan berupa mengetahui Universitas Pelita Bangsa dari Website,teman,radio,koran,guru BK atau lain-lain, guna untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan di lakukan di tahun yang akan datang.



Gambar 1. Sumber Informasi yang di terima calon mahasiswa baru dari TA 2016-2019

Data tersebut menunjukkan bahwa dominan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa berkuliah dan memilih prodi manajemen mengetahui dari teman, seperti teman kerja, teman sekolah, dan lainnya, hal ini menunjukkan bahwa sesuai dengan teori Kotler : 2017. Menunjukkan bahwa jika konsumen merasa puas ,terhadap loyalitas yang diberikan, sehingga sangat penting bagi pihak kampus untuk meningkatkan promosi dengan menggunakan metode word of mount dan kualitas pelayanan supaya mahasiswa merasa puas berkuliah di pelita banggsa, sehingga terus mengalami kenaikan jumlah mahasiswa di setiap tahun, karena data sudah menunjukkan mahasiswa yang datang untuk kuliah atas informasi dari teman paling banyak , Berbagai strategi telah dilakukan Universitas Pelita Bangsa untuk mempertahankan mahasiswa. Pihak Universitas Pelita Bangsa harus menjalin hubungan baik dengan mahasiswanya supaya menjadi salah satu strategi promosi dengan menggunakan metode word off moun. Berbagai promosi telah dilakukan, sarana pendidikan ditingkatkan, lokasi yang strategis, biaya perkuliahan yang terjangkau, tidak memberlakukan biaya perkualihan semester, lebih meringankan tanggungan para mahasiswanya, biaya perkuliahan menggunakan system SPP yang bisa dibayar setiap bulan atau di cicil. Universitas Pelita Bangsa juga memberikan Beasiswa kepada calon mahasiswa yang berprestasi kepada pelajar SMA/SMK yang sudah menamatkan studinya. Sebagian besar mahasiswa tertarik kuliah Universitas Pelita Bangsa karena waktu kuliah yang fleksibel, Biaya yang lebih terjangkau di bandingkan kampus-kampus lain yang ada di kabupaten bekasi, dan juga prodi manajemen sudah terakreditasi (B) jurusan yang paling banyak diminati di Universitas Pelita Bangsa di lihat dari Prosfek kerja ketika mahasiswa sudah lulus, konsentrasi yang di tawarkan oleh prodi manajemen pun begitu pariativ diantaranya konsentrasi, Pemasaran, MSDM, Keuangan, Operasional dan Kewirausahaan, mahasiswa bisa memilih konsentrasi dengan keahliannya masing masing.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). PLS adalah model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. Menurut Ghozali (2015), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori sedangkan PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerfull (Ghozali, 2015), karena tidak didasarkan pada banyak asumsi terdistribusi normal, sampel tidak harus besar. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa/i Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa Angkatan 2019 yang berjumlah 1.575 Mahasiswa/i. Sampel merupakan sebagian dari populasi sasaran, dan bagian itu harus dipilih secara hati-hati untuk dapat mewakili populasi tersebut. Dalam suatu survey tidak perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi, karena akan memakan banyak waktu dan biaya. Dengan melakukan penelitian kepada sebagian dari pupulasi, diharapkan bahwa hasil yang didapat mampu menggambarkan populasi yang bersangkutan (Shandy Widijoyo Putro *at al*,2014 ). Sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 responden.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian outer yang digunakan untuk pengujian validitas dan reliabilitas disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Outer Model

Variabel/Indikator	Outer Loading	Crombach Alpha	Composite Reliability	Kesimpulan
Promosi		0,713	0,839	Reliabel
- Promosi Penjualan	0,733			Valid
- Hubungan Masyarakat	0,824			Valid
- Pemasaran Langsung	0,830			Valid
Lokasi		0,702	0,813	Reliabel
- Akses	0,714			Valid
- Visibilitas	0,818			Valid
- Sarana (Parkir)	0,658			Valid
- Ekspansi	0,693			Valid
Kualitas Pelayanan		0,808	0,866	Reliabel
- Reliabilitas	0,623			Valid
- Responsif	0,722			Valid
- Jaminan	0,795			Valid
- Empati	0,798			Valid
- Nyata	0,804			Valid
Keputusan Pembelian		0,801	0,863	Reliabel
- Pengenalan Kebutuhan	0,743			Valid
- Pencarian Informasi	0,814			Valid
- Evaluasi Alternatif	0,624			Valid
- Keputusan Pembelian	0,772			Valid
- Keputusan Pasca Pembelian	0,756			Valid

Sumber : Hasil Pengolahan, 2021

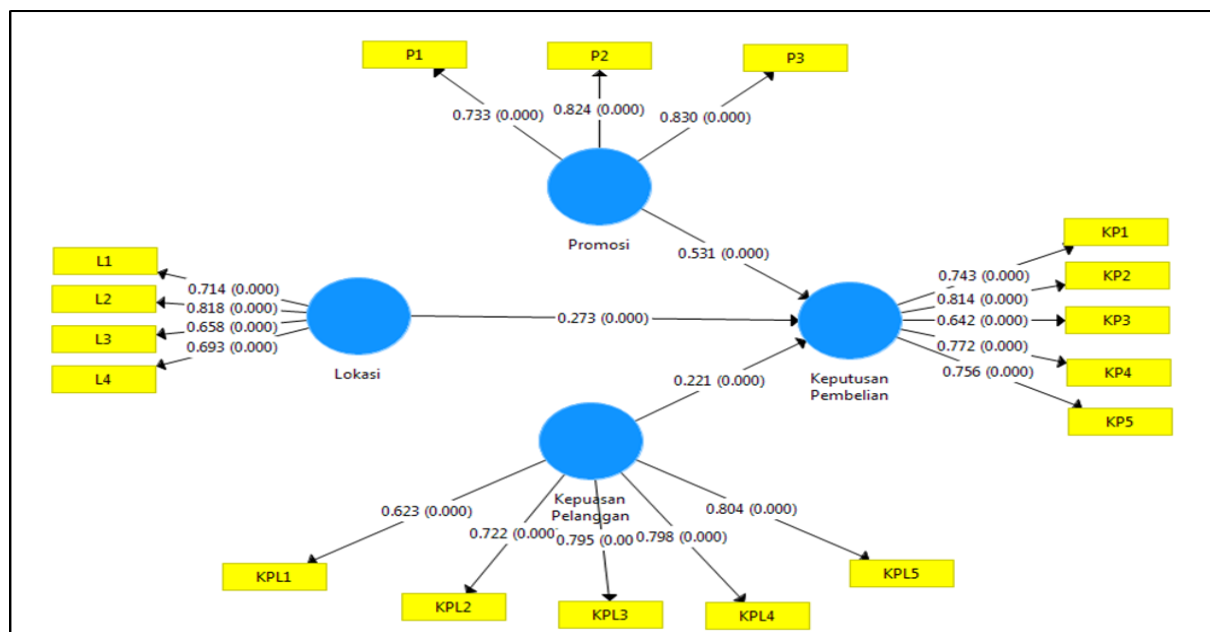


Tabel 3. Indeks Pengujian Model

Endogenous Variabel R <sup>2</sup>	Cut Off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Keputusan Pembelian	≥	0,918	Fit

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Hampir seluruh indikator pada setiap variabel telah valid karena telah lebih besar daripada 0,7. Seluruh variabel juga telah reliabel karena telah memenuhi cut off yang digunakan dalam penelitian ini (cronbach alpha promosi 0,713; lokasi 0,702; kualitas pelayanan 0,808; dan keputusan pembelian 0,801 lebih besar dari 0,7 sedangkan composite reliability persepsi promosi 0,839; lokasi 0,813; kualitas pelayanan 0,866; dan keputusan pembelian 0,863 lebih besar daripada 0,8).



Sumber : Olah Data, 2021

Gambar 2. Hasil Analisis

Gambar 2 menunjukkan estimasi dari indikator ke variabel dan keterkaitan antar variabel. Seluruh indikator telah berkontribusi membentuk variabel masing-masing. Indikator P merupakan indikator utama pembentuk promosi, KPL sebagai indikator utama kualitas pelayanan, L merupakan indikator utama pembentuk lokasi, dan KP merupakan indikator utama dari keputusan pembelian.

Tabel 4. Estimasi

Alur	Jenis	Std. Estimates	P-Value	Kesimpulan
Promosi => Keputusan Pembelian	Langsung	0,531	0,000	Didukung
Lokasi => Keputusan Pembelian	Langsung	0,273	0,000	Didukung

---

Kepuasan Pelanggan => Keputusan Pembelian	Langsung	0,221	0,000	Didukung
--	----------	-------	-------	----------

---

*Sumber : Data Penelitian yang diproses, 2021*

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terbukti bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa, artinya semakin baik promosi yang dilakukan berakibat pada semakin baik dan meningkat keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa.
2. Terbukti bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa
3. Terbukti bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan, berakibat pada semakin baik dan meningkat juga mahasiswa memilih prodi manajemen Universitas Pelita Bangsa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto: 2010 dalam Mia 2017 “pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen”
- Babin, 2011 “Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado, hal 51-59 ISSN 2303-1174. “Dandy Daud, 2013.
- Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani, Hapzi Ali 2017. “The Influence of Quality Products, Price, Promotian, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta.
- Buchari Alma 2003 dalam Ahmad Sidik 2017 “pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di minimarket indomaret (studi kasus minimarket indomaret bumi cikarang indah).
- Dandy Daud, 2013. “Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado, hal 51-59 ISSN 2303-1174
- Fandy Tjiptono dalam Ahmad Sidik 2017 “pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di minimarket indomaret (studi kasus minimarket indomaret bumi cikarang indah).
- Fandy Tjiptono, 2002 dalam Rizal Fachrul, Muhammad Adam, Mahdani, 2017 “Pengaruh Harga, Desain dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pasca Pembelian Perumahan di kota Banda Aceh” Jurnal Manajemen dan Inovasi Vol. 8 No. 3 2017 76-87
- Heizer dan Render 2006 dalam Ahmad Sidik 2017 “pengaruh Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di minimarket indomaret (studi kasus minimarket indomaret bumi cikarang indah).

- 
- I Dewa Ayu Juli Artini, I Ketut Kirya, I Wayan Suwendra. 2014 e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, SUBANDOWO
- Iis Solihah, 2017 “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. STIE Pelita Bangsa”.
- Irmayanti Hamidah, Rony Ika Setiawan, 2014, pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan motor merek honda tipe vario (studi kasus pada pt mitra pinasthika mustika tbk).
- Kotler dan Amstrong dalam Iis Solihah, 2017 “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”.
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lidiya mongi, lisbeth mananeke dan agustarefi, 2014, Kualitas produk , strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu simpati telkomsel di kota manado.
- Mahmud I. Nour, mohammad salamm almahirah, Sultan "Mohammed Said," Sultan Freihah, 2014, The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions.
- Mahsa Familmaleki, Alireza Aghighi and Kambiz Hamidi, 2015, Analyzing the Influence of Sales Promotion on Customer Purchasing Behavior.
- Mau Gunna, Michae Schuhen, 2016, Emerald insight Vol. 17 iss 2 “How children make purchase decisions : purchase strategies of the cued processors at the point of sale”
- Mia, 2017 “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Mahasiswa Memilih STIE Pelita Bangsa Prodi Manajemen”
- Riefirman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. (2013). Consumer Behavior, 10 Edition, Prentice Hall, Singapore.
- Sugiyono dalam Dandy Daud, 2013. “Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado, hal 51-59 ISSN 2303-1174
- Sutisna., & Sunyoto. (2013:86). Tiga hal penting dari memahami model keputusan pembelian konsumen.
- Tjiptono, 2017, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Jurna manajemen pemasaran Vol.2 No 1 2014. WIDJOYO SHANDY
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra 2012, Pemasaran Strategi, ANDI. Zaitmal et al 1985 dala Mia 2017 “pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih prodi manajemen”

<http://repository.unimus.ac.id/806/3/BAB%20II%20.pdf>

[www.pelitabangsa.ac.id](http://www.pelitabangsa.ac.id)

## Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Cairnhill Serviech Inti

Robert Yan<sup>1</sup>, Tio Go Ban<sup>2</sup>  
Prodi Magister Manajemen UPB

[robert74@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:robert74@mhs.pelitabangsa.ac.id)  
[tio\\_goban@mhs.pelitabangsa.ac.id](mailto:tio_goban@mhs.pelitabangsa.ac.id)

### Abstrak

*Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Produk, Harga, Tempat, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen di PT Cairnhill Serviech Inti. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikasi dengan pendekatan kuantitatif. Sumber penelitian ini menggunakan data primer. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ini sebanyak 45 konsumen PT Cairnhill Serviech Inti dengan menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Produk, Harga, Tempat, dan Promosi secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen, dimana variabel tersebut memberikan pengaruh sebesar 74,4% terhadap kepuasan konsumen. Secara Parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Besar pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan adalah 33.24% dan besar pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen adalah 25.80%. Namun, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga dan Tempat secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di PT Cairnhill Serviech Inti*

**Kata kunci :** *Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian*

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the Product, Price, Place, and Promotion of Consumer Destinations at PT Cairnhill Serviech Inti. This research method uses descriptive and verification analysis with a quantitative approach. The source of this research uses primary data. This research data collection using a questionnaire. The sample of this research is 45 consumers of PT Cairnhill Serviech Inti using simple random sampling technique. Data analysis was done by descriptive analysis and multiple regression analysis. The results showed that there was a positive and significant influence between Product, Price, Place, and Promotion simultaneously on consumer satisfaction, where these variables gave an effect of 74.4% on consumer satisfaction. In general, there is a positive and significant effect between products and promotions on consumer satisfaction. The influence of the product on customer satisfaction is 33.24% and the influence of promotion on consumer satisfaction is 25.80%. However, there is no significant effect between the Price and Place variables partially on consumer satisfaction at PT Cairnhill Serviech Inti*

**Keywords:** *Product, Price, Place, Promotion, Purchase Decision*

**PENDAHULUAN**

Pada jaman globalisasi sekarang, kehidupan perekonomian semakin bertambah ketat. Hal ini juga memicu para pebisnis untuk lebih memaksimalkan kinerja perusahaannya agar bisa ikut bersaing di pasar. Kini perusahaan pun saling berlomba-lomba untuk mendapatkan pangsa pasarnya masing-masing, sehingga kini perusahaan berusaha untuk terus maju dalam memperbaiki inovasi bisnisnya. Di masa kemajuan teknologi dan informatika seperti sekarang ini perusahaan harus mengikuti perkembangan jaman. Bauran pemasaran ialah salah satu usaha dalam menarik penjualan dimana produk yang dihasilkan harus dapat diterima oleh konsumen.

Bauran pemasaran juga dapat digunakan perusahaan untuk mencari respon dari konsumen yang di dalamnya terdapat unsur bagaimana mengelola produk, harga, serta penempatan lokasi yang bagus untuk melakukan promosi agar memudahkan dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Perusahaan sangat mengharapkan kepuasan dari konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan juga harus tahu apakah barang yang ia pasarkan akan diterima konsumen atau tidak, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian berulang.

Perusahaan juga berharap dapat memuaskan konsumen mereka. Memuaskan kebutuhan hidup konsumen merupakan faktor terpenting dalam keberlangsungan hidup perusahaan juga dapat memperkuat dalam persaingan bisnis. Jika pembeli terpuaskan dengan produk yang dihasilkan suatu perusahaan, maka pembeli juga dapat membeli kembali barang/ atau jasa yang mereka beli dari perusahaan. Maka dari itu artinya kepuasan konsumen ialah faktor penentu agar pembeli dapat membeli produk berulang yang merupakan bagian terbesar dari volume penjualan perusahaan. Suatu hubungan yang dapat menimbulkan hubungan pertukaran merupakan arti dari pemasaran. Akan tetapi pemasaran bukanlah satu-satunya cara yang mudah untuk sekedar menciptakan kegiatan penjualan saja. Pertukaran merupakan kegiatan awal dalam suatu proses pemasaran. Pemasaran dilakukan pada saat sebelum maupun sesudah kegiatan pertukaran berlangsung.

Semua sistem yang ada pada kegiatan bisnis harus lebih meninjau ke pasar ataupun konsumennya. Keputusan dari bidang pemasaran juga harus menentukan produk, pasar, harga, serta bagian promosinya. Konsumen harus merasa terpuaskan agar perusahaan memiliki kesinambungan dalam berbisnis. Sehingga perusahaan memiliki reputasi yang baik di mata konsumen.

PT Cairnhill Serviech Inti merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasok peralatan dan perlengkapan kebutuhan industri. Produk yang dihasilkan dari perusahaan ini merupakan produk berteknologi tinggi dengan spesifikasi market industrial tertentu. Oleh karena itu, dalam dunia bisnis yang kompetitif ini maka pihak manajemen PT Cairnhill Serviech Inti harus dapat merumuskan bauran pemasaran yang dilakukannya dengan sebaik-baiknya guna mengoptimalkan kepuasan konsumen yang mungkin diraih.

**2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif, menurut Sugiyono (2015:62) ialah metode verifikatif dipakai agar menjawab pertanyaan riset yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari riset ini ialah agar menguji atau memverifikasi suatu teori. Tujuan dari penelitian ini ialah agar melihat apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) terhadap kepuasan konsumen. Metode analisis verifikatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel dan menguji hipotesis dalam penelitian ini secara sistematis, maka alat analisis yang dipakai ialah analisis regresi berganda dengan memakai software SPSS 23.0.

Data penelitian ini diperoleh menggunakan kuesioner/angket. Sampel untuk penelitian sebanyak 45 konsumen PT Cairnhill Serviech Inti. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik simple random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang

diambil secara acak. Data primer lain berupa kuesioner yang diisi oleh para responden akan diolah menggunakan analisis regresi. Model regresi digunakan untuk mengasumsikan bahwa terdapat pengaruh Bauran Pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti. Sehingga bentuk umum persamaan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Model 1: } Y = a_1 + b_1X_1 + b_1X_2 + b_1X_3 + b_1X_4 + e$$

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4.116	1.515		2.716	.010
x1	.225	.088	.399	2.561	.014
x2	.006	.176	.007	.035	.973
x3	.166	.145	.212	1.145	.259
x4	.283	.137	.315	2.075	.044

a. Dependent Variable: y

Pada uji t diatas didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- Pada hipotesis mengenai pengaruh Produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh bahwa nilai thitung sebesar 2.561 dengan ttabel sebesar 2.02 sehingga nilai thitung > dari ttabel dan diketahui sig. (0,014) < 0,05 sehingga H0 ditolak yang artinya bahwa ada pengaruh antara Produk terhadap kepuasan konsumen.
- Pada hipotesis mengenai pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh bahwa nilai thitung sebesar 0.035 dengan ttabel sebesar 2.02 sehingga nilai thitung < dari ttabel dan diketahui sig. (0,973) > 0,05 sehingga H0 diterima yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap kepuasan konsumen
- Pada hipotesis mengenai pengaruh Tempat terhadap kepuasan konsumen diperoleh bahwa nilai thitung sebesar 1.145 dengan ttabel sebesar 2.02 sehingga nilai thitung < dari ttabel dan diketahui sig. (0,259) > 0,05 sehingga H0 diterima yang artinya bahwa tidak terdapat pengaruh antara Tempat terhadap kepuasan konsumen.
- Pada hipotesis mengenai pengaruh Promosi terhadap kepuasan konsumen diperoleh bahwa nilai thitung sebesar 2.075 dengan ttabel sebesar 2.02 sehingga nilai thitung > dari ttabel dan diketahui sig. (0,044) < 0,05 sehingga H0 ditolak yang artinya bahwa ada pengaruh antara Promosi terhadap kepuasan konsumen.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 <sup>a</sup>	.767	.744	1.85382

a. Predictors: (Constant), x4, x1, x3, x2

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan Tabel 5. diperoleh nilai R-Square sebesar 0,744 yang menunjukkan bahwa besar persentase pengaruh yang diberikan oleh Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 74,4%, sedangkan sisanya sebesar (1-R<sup>2</sup>) = 25,6% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Dari hasil analisis regresi linier berganda didapatkan hasil analisis yaitu terdapat pengaruh variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill

Serviech Inti. Hal ini sejalan dengan penelitian Akbar Andhika, Annisa Uswatun Hasanah, Intan Rahmawati, Vicky F Sanjaya (2020) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel Produk, Harga, Tempat dan Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti adalah 74.4% yang menunjukkan bahwa besar presentase pengaruh yang diberikan oleh Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 74,4%, sedangkan sisanya sebesar  $(1-R^2) = 25,6\%$  dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Selain itu nilai korelasinya adalah 0.876 yang menunjukkan hubungan yang kuat dan positif. Artinya jika semakin baik Produk, Harga, Tempat dan Promosi maka Kepuasan Konsumen juga akan semakin baik.

Selain itu, hasil analisis regresi linier berganda didapatkan kesimpulan bahwa secara parsial Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Ita Purnama Sari, Ratya Anindita, Putri Budi Setyowati (2018) yang menyatakan bahwa produk dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel produk terhadap kepuasan konsumen adalah 33.24% menunjukkan bahwa produk memberikan pengaruh secara parsial sebesar 33.24% terhadap Kepuasan konsumen. Untuk variabel promosi memiliki nilai korelasi parsial sebesar 25.80% menunjukkan bahwa produk memberikan pengaruh secara parsial sebesar 25.80% terhadap Kepuasan konsumen.

Namun, untuk variabel harga dan tempat tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Andini Nurwulandari, Septi Maharani (2021) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Andro Fahreza (2019) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Produk (Product) terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, dimana variabel Produk memberikan pengaruh sebesar 33.24% terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti.
- 2) Adanya pengaruh positif namun tidak signifikan antara Harga terhadap terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, dimana variabel harga memberikan pengaruh sebesar 0.56% terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti.
- 3) Adanya pengaruh positif namun tidak signifikan antara Tempat terhadap terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, dimana variabel tempat memberikan pengaruh sebesar 17.09% terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti.
- 4) Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, dimana variabel Promosi memberikan pengaruh sebesar 25.80% terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti.
- 5) Adanya pengaruh positif dan signifikan antara Produk, Harga, Tempat, Promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti, dimana variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi secara simultan memberikan pengaruh sebesar 74.4% terhadap kepuasan konsumen pada PT Cairnhill Serviech Inti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Subagyo. 2015. Manajemen Koperasi Simpan Pinjam. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Akbar Andhika, Annisa Uswatun Hasanah, Intan Rahmawati, Vicky F Sanjaya. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Cafe Inspirasi Corner). Jurnal UMITRA. Vol.1 No.2

- Andi, Tri Haryono, dkk. Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih), *Journal of Management* Vol. 1 No. 1 2015
- Diyatma Jatmika Aris, 2017. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar". *Jurnal e-Proceeding of Management* Vol.4, No.1 April 2017.
- Fahreza, Andro. 2019. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Fino 125 di PT. Alfa Scorpii Binjai. *Jurnal Pancabudi*. Vol. 1 No.1
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Gujarati, Damodar. 2013. *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Edisi Sembilan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15. Global Edition: Pearson.
- Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality. Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sari, Ita Purnama, Ratya Anindita, Putri Budi Setyowati. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Berubah Menjadi Loyalitas Pelanggan Pada Coldplay Juice Soji. *Jurnal Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. 2020. *Consumer Behaviour, Fifth. Editions*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Stanton, William J. 2014. *Prinsip pemasaran*. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta