

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK SULUT GO CABANG TUMINTING MANADO

Dewi Horman^{*1}, Jemmry R. Winokan^{*2}, Juliet Makinggung^{*3}
Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}dewihorman18@icloud.com, ^{*2}jemmrywinokan@gmail.com, ^{*3}julietmakinggung22@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data didapat dari PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado dan objek penelitian dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah PT. Bank Sulut Go. Populasi yang diambil pada semua Nasabah dengan jumlah 88 nasabah sehingga semua populasi dijadikan sampel dengan metode Teknik Sampling Jenuh. Analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, hipotesis. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado. Hal ini ditunjukkan oleh nilai thitung $10.427 > t_{tabel} 1,987$. Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Service Quality (X) has on Customer Satisfaction (Y) at PT. Bank Sulut Go Tuminting Manado Branch. This type of research is quantitative research. Source of data obtained from PT. Bank Sulut Go Tuminting Manado Branch and the object of research was carried out by distributing questionnaires to customers of PT. Bank Sulut Go. The population is taken from all customers with a total of 88 customers so that all populations are sampled using the Saturated Sampling Technique method. The analysis used is descriptive statistics, validity and reliability tests, simple linear regression analysis, hypotheses. The effect of service quality on customer satisfaction PT. Bank Sulut Go, Tuminting Manado Branch. This is indicated by the tcount value of $10,427 > t_{table} 1.987$. Then the decision H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus there is a significant influence between service quality on customer satisfaction PT. Bank Sulut Go, Tuminting Manado Branch.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu tangible (bukti langsung), reability (keandalan), responssiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), empathy (empati) dan access. Kelima dimensi kualitas pelayanan yang bagus dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga akan mempengaruhi pada pangsa pasar yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas. Kepuasan Nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Hartono, 2009). Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas pelayanan ataupun jasa merupakan tantangan penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama.

Kualitas Pelayanan PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado melayani tidak memuaskan. Seperti, complain- complain nasabah tentang gangguan ATM, masi ada sala satu karyawan cara komunikasinya terhadap nasabah yang kadang tidak terlalu ramah . Nasabah tidak puas karena sering terjadi gangguan pada ATM,cara komunikasi

karyawan yang tidak terlalu ramah. Kepuasan pelanggan pada umumnya diimplementasikan dalam perbaikan secara menyeluruh terhadap kualitas produk dan jasa yang diberikan pada pelanggan. Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya dapatlah tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Pada PT Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado pelayanan kepada nasabah merupakan salah satu tujuan agar nasabah puas dan mempercayai pihak perusahaan. PT Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado khususnya yang melayani berbagai keperluan nasabah, seperti melayani apabila ada keluhan- keluhan terhadap apapun itu. Tujuan dengan melakukan pelayanan yang berkualitas baik adalah memperoleh kepuasan nasabah. Kotler (2000) berpendapat bahwa kepuasan oleh perasaan kesenangan atau kekecewaan adalah hasil membandingkan performa produk yang diterima dalam hubungannya dengan perkiraannya. Sedangkan Yi (1990, dalam Smith & Wright, 2004) berpendapat kepuasan pelanggan atau output dari persepsi, evaluasi dan reaksi psikologis dalam pengalaman konsumsi pada sebuah produk atau pelayanan. kepuasan nasabah. PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting tidak hanya mengandalkan produk dan jasa semata, melainkan dituntut untuk menjalani hubungan baik dengan para pengguna jasa yang ditawarkan. Terciptanya kualitas pelayanan tentunya menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang ada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjadi hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan nasabah.

B. LANDASAN TEORI

1. Kualitas Pelayanan

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda. Salah satunya adalah bahwa kualitas adalah keadaan dinamis yang terkait dengan produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Definisi lain juga menjelaskan “kualitas sebagai strategi bisnis dasar yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit”. Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan banyak persaingan yang lebih banyak untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus dilakukan agar dapat bertahan dan menjaga kepercayaan pelanggan.

Sedangkan definisi kualitas menurut Kotler adalah, “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Kualitas juga adalah suatu kondisi dinamis yang mempengaruhi produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Ketepatan pengiriman seimbang dengan permintaan konsumen dan harapan konsumen Tjiptono (2007). Hal ini dapat dilihat dari persepsi konsumen terhadap karakteristik jasa perusahaan, atau dengan membandingkan jasa yang sebenarnya diterima atau didapat dengan jasa yang sebenarnya diharapkan/dibutuhkan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan baik dan memuaskan, dan apabila pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen maka kualitas pelayanan dianggap sangat baik dan bermutu tinggi. Tapi bila sebaliknya Kualitas layanan dianggap rendah. Menurut Lewis & Booms Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik suatu tingkat pelayanan dapat memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan adalah tindakan produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai kepuasannya. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku sebelum dan sesudah transaksi, pada umumnya pelayanan yang berkualitas tinggi menimbulkan kepuasan yang tinggi dan seringnya pembelian yang berulang. Dari definisi kualitas pelayanan tersebut dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan berbagai konsep kualitas di atas dapat diartikan bahwa kualitas kehidupan kerja haruslah suatu sikap, yang dapat menerjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar konsumen ke dalam suatu proses manajemen dan proses untuk menghasilkan pelayanan yang kualitas untuk memenuhi persepsi kualitas layanan konsumen.

2. Kepuasan Nasabah

Kotler (1997) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah. dan mereka dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

3. Faktor- Faktor Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi yang dikutip Nina Indah Febriyana, terdapat 5 (lima) faktor utama harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan, antara lain sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk Hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas akan membuat pelanggan merasa puas. Produk yang berkualitas akan dituntut konsumen pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, di benak konsumen memberikan nilai tambah pada kualitas produk yang baik.
- b. Kualitas Pelayanan Dibidang jasa pada kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai pada yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Persepsi terhadap produk perusahaan cenderung membuat pelanggan yang puas.
- c. Emosional Pelanggan akan merasa senang dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Bukan karena kualitas produk kepuasan dapat diperoleh, tetapi dari nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk-merk tertentu.
- d. Harga dan Biaya Pada Lupiyoadi dikutip Nina Indah Febriyana, yaitu bahwa “produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya”. Teori selanjutnya yaitu bahwa “pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya”.

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017), metode deskriptif adalah penelitian yang

melukiskan, menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan.

Untuk memperoleh data dan informasi maka metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*) Metode ini mengadakan penelitian langsung ke lapangan atau perusahaan untuk memperoleh data yang dibutuhkan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
- b. Metode Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai literatur yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah baik dari perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Skala pengukuran variable penelitian untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu :

1) Data Primer

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti. Dalam hal ini penulis mendapatkan data primer berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu, data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam hal ini penulis mendapatkan data sekunder berupa data populasi nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado.

Teknik Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Uma Sekaran (2006), pengertian *convenience sampling* adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Dengan begitu siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data.

Analisi data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : (1) analisis tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan deskriptif statistik, (2) analisis tentang kepuasan nasabah dengan menggunakan analisis deskriptif statistik, (3) analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado dengan menggunakan regresi linear sederhana. Semua perhitungan analisis kuantitatif yang digunakan diselesaikan dengan bantuan program SPSS 24.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Hasil deskriptif statistik variabel kualitas pelayanan pada Tabel 5.5 diperoleh nilai Maximum 69 dan Minimum 33 atau memiliki Range 36 dan nilai *Standard Error* 0,803. Hal ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian. Pada tabel 5.5 tersebut juga diperoleh nilai *Mean* 54,43 dengan nilai *Skewness* 0.065 dan nilai *Kurtosis* -0.382 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi kualitas pelayanan disekitar nilai *Median* 54,5. Hal ini menggambarkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang ada pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado terdistribusi normal dengan *Standard Deviation* 7.536. Hasil deskriptif statistik variabel kepuasan nasabah pada Tabel 5.5 diperoleh nilai Maximum 40 dan Minimum 18 atau memiliki Range 22 dan nilai *Standard Error* 0,529. Hal ini menggambarkan bahwa kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian. Pada tabel 5.5 tersebut juga diperoleh nilai *Mean* 30,61 dengan nilai *Sewness* 0.101 dan nilai *Kurtosis* 0,565 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi kepuasan nasabah disekitar nilai *Median* 30. Hal ini menggambarkan bahwa variabel kepuasan nasabah yang ada pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado terdistribusi normal dengan *Standard Deviation* 4,965.

Persamaan regresi linear diatas dapat dikatakan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Mnado. Nilai koefisien regresi sebesar 0,492. Nilai konstanta sebesar 3.818. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel

independent (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent (Y). Dari tabel tersebut, dapat dilihat dari uji t yang dilakukan, maka diperoleh nilai untuk variabel kualitas pelayanan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 24 diperoleh angka $t_{hitung} 10.427 > t_{tabel} 1,987$. Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado.

2. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian didapati Kualitas Pelayanan yang ada di PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado belum sepenuhnya mampu diterapkan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengamatan banyak nasabah- nasabah yang mengcomplain masalah gangguan ATM dan masi ada karyawan yang kurang ramah dalam melayani nasabah.

Adapun hasil analisis regresi sederhana untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah . hasil ini sesuai dengan analisis regresi linear sederhana membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang ada di PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado dengan nilai koefisien korelasi $r = 747$ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting. Adapun hal yang menjadi persamaan dengan penelitian sebelumnya dimana pada penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable yang berkaitan dengan kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 10.427$ lebih besar $t_{tabel} = 1,987$ berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulut Go

Cabang Tuminting Manado. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Untuk itu penempatan kerja sebaiknya harus memenuhi persyaratan- persyaratan agar kualitas pelayanan akan semakin baik, persyaratan dalam hal ini yaitu memenuhi indikator- indikator. Dengan begitu maka tujuan, fungsi, visi dan misi organisasi dapat tercapai.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado akan disimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu :

1. Hasil analisis regresi sederhana dikatakan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan mempunyai arah positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Hasil uji t dikatakan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 24 diperoleh angka $t_{hitung} 10.427 > t_{tabel} 1,987$. Maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado.

Saran

Saran yang dapat diberikan khususnya kepada pihak PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting yaitu :

1. PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado harus memperhatikan lagi tingkat pelayanan dari semua nasabah yang datang ditempat ini, sebaiknya mempertahankan apa yang telah dilakukan dalam hal pelayanan nasabah.
2. Setiap 3 bulan sekali PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado perlu melaksanakan survei kepuasan nasabah, sehingga dapat diadakan tindakan koreksi dan perbaikan terhadap kepuasan nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, G. A. P. R. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, P. G. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pt bpr hoki di kabupaten tabanan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Madona, F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. [Skripsi] (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Nina, I. Febriyana (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*.
- Pramana, I. G. Y., & Rastini, N. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Risal, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah. *Manajemen dan Bisnis*.
- Randi, S., Mery, T., & Purbo, J. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah (Doctoral dissertation, Universitas Bung Hatta).
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. *Jurnal Manajemen Daya Saing*.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*.

ANALISIS SWOT STRATEGI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN KEPESERTAAN PEKERJA PENERIMA UPAH BADAN USAHA (PPU BU) BADAN PENYELENGGARAAN JAMINAN SOSIAL KESEHATAN KANTOR CABANG MANADO

Margaretha M. Tololiu *¹, Mikke R. Marentek *², Jemmry R. Winokan *³

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ¹margarethatololiu1@gmail.com, ²Mikke.rmarentek@gmail.com, ³jemmrywinokan@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang masalah dari penelitian ini adalah penurunan kepesertaan yang terjadi di BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado, sehingga diperlukan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan kepesertaan segmen Pekerja Penerima Upah Badan Usaha dengan menggunakan bauran promosi yaitu iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Perusahaan juga dituntut untuk terus menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, khususnya di Kantor Cabang BPJS Kesehatan Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi apa yang efektif dalam meningkatkan kepesertaan Pekerja Penerima Upah Badan Usaha pada Kantor Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Cabang Manado melalui analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan staf perluasan dan petugas hubungan. Selain metode wawancara, penulis juga menggunakan metode observasi, dan angket untuk memperdalam data yang diperoleh. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi penulis. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT, berupa matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks kuadran SWOT dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi yang efektif digunakan untuk meningkatkan kepesertaan Pekerja Penerima Upah Badan Usaha pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado yang berada pada kuadran 1 yaitu mendukung strategi agresif (SO) Strength – Opportunities dengan mengusung mengeluarkan beberapa strategi, yaitu sebagai berikut (1) Membangun kerjasama dengan instansi terkait, (2) Melakukan kegiatan sosialisasi dengan bantuan pemerintah, (3) Memanfaatkan canvassing untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan peserta.

Kata Kunci : Analisis SWOT dan Strategi Promosi

ABSTRACT

The background of the problem from this research is the decrease in participation that occurs at BPJS Kesehatan Manado Branch Office, so that the right promotion strategy is needed to increase the membership of the Business Entity Wage Recipient Worker

segment by using a promotional mix, namely advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing. Companies are also required to continue to analyze the internal and external environment for the company, especially at BPJS Kesehatan Manado Branch Office. This study aims to find out what promotion strategies are effective in increasing the participation of Business Entity Wage Recipient Workers at the Manado Branch Office of the Health Social Security Administration through a SWOT analysis. This research uses quantitative research. Primary data was collected through interviews with the expansion staff and relationship officers. In addition to the interview method, the author also uses the method of observation, and questionnaires to deepen the data obtained. Secondary data obtained through the author's documentation. The data that has been collected is then analyzed using SWOT analysis, in the form of IFAS matrix, EFAS matrix, IE matrix, SWOT quadrant matrix and SWOT matrix. The results showed that an effective promotion strategy was used to increase the participation of Business Entity Wage Recipient Workers at the Health Social Security Administering Agency Manado Branch Office which was in quadrant 1 which was to support the aggressive strategy (SO) Strength - Opportunities by carrying out several strategies, namely as follows (1) Building cooperation with relevant agencies (2) Conducting outreach activities with government assistance (3) Utilizing canvassing to establish long-term relationships with participants.

Keywords : SWOT Analysis and Promotion Strategy

A. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk atau jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini berarti salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu meningkatnya kepesertaan.

Dalam meningkatkan kepesertaan, peran bidang perluasan peserta dan kepatuhan sangat penting untuk suksesnya pencapaian target suatu perusahaan. Karena mempunyai tugas untuk mempromosikan dan memasarkan produk BPJS Kesehatan, untuk mencapai tujuan tersebut bidang perluasan peserta dan kepatuhan melakukan berbagai strategi promosi yang diperuntukan kepada masyarakat. Menurut Daryanto (2011), strategi promosi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis. Agar menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan.

Dengan menggunakan analisis SWOT, dimana dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan memilih strategi dengan melihat faktor internal yang dimiliki toko yakni kekuatan atau keunggulan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta memperhatikan faktor eksternal yang ada dan akan dihadapi toko yakni peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), sehingga dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dituntut untuk selalu berinovasi mencari strategi promosi yang tepat dengan menyesuaikan dan melihat secara objektif kondisi-kondisi faktor internal yang dimiliki dan faktor eksternal yang muncul, sehingga perusahaan akan lebih mudah mengontrol adanya perubahan dari luar dan mampu, meningkatkan kepesertaan secara signifikan yang sesuai dengan harapan perusahaan.

B. LANDASAN TEORI

1. Definisi Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli (Moekijat, 2000). Sedangkan menurut Lamb, Hair, McDaniel (2001) mendefinisikan bahwa strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan.

2. Bauran Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*Advertising*), penjualan perseorangan (*Personal Selling*), promosi penjualan (*Sales Promotion*), hubungan masyarakat (*Public Relations*), dan penjualan langsung (*Direct Marketing*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran.

1) *Advertising* (periklanan)

Periklanan menurut Basu Swastha (2014) adalah bentuk presentasi dan promosi nonpribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor.

2) *Sales Promotion* (promosi penjualan)

Promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen, efektivitas penjualan, atau mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjual dengan mengintegrasikan antara kemampuan tenaga penjual,

iklan, dan dukungan promosi penjualan, promosi yang dilakukan penjual akan menjadi daya tarik yang dapat mempercepat terjadinya proses pembelian diarahkan pada pengguna akhir sebuah barang atau jasa.

3) *Public Relation* (hubungan masyarakat)

Tjiptono (2004) menyatakan bahwa hubungan masyarakat dan publisitas adalah upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut.

4) *Personal Selling* (Penjualan secara pribadi)

Tjiptono (2004) menyatakan bahwa *personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pembeli/ calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya.

5) *Direct Marketing* (pemasaran langsung)

Menurut Morris (2010) pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan calon target pelanggan dengan maksud untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi penjualan.

3. Analisis SWOT

Menurut H. Abdul Manap (2016), Analisis SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang mungkin terjadi. Menurut Freddy Rangkuti (2009) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Menurut Gitosudarmo (2001), kata SWOT merupakan pendekatan dari *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity*, and *Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Data

1) Data Primer

Data Primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh suatu organisasi atau perorangan. Menurut Sugiyono (2019) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data pada penelitian ini sumber data yang berupa wawancara atau informasi yang di dapat dari BPJS Kesehatan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Disini penulis berusaha untuk mencari data seluas-luasnya dan selengkap mungkin yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.

2. Prosedur Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT. SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Analisis SWOT yaitu bagaimana kita bisa mengetahui faktor faktor yang ada di dalam lingkungan perusahaan dan diluar lingkungan perusahaan. Dimana SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya (Suliyanto, 2010).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapatkan dilokasi penelitian melalui observasi dan wawancara dengan pihak perusahaan, maka penulis dapat merumuskan faktor-faktor internal dan eksternal strategi promosi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado adalah sebagai berikut :

Faktor Internal

1) Kekuatan (*Strengths*)

Adapun yang menjadi kekuatan dari strategi promosi yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado, yaitu sebagai berikut :

- a) Pendaftaran yang sifatnya wajib dilakukan
- b) Kerjasama dengan Pemerintah

- c) *Canvassing* dengan PPU BU.
- 2) Kelemahan (*Weaknesses*)
- Adapun yang menjadi faktor kelemahan strategi promosi yang dilakukan BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado, yaitu sebagai berikut:
- Belum maksimalnya iklan di media cetak dan media elektronik
 - Belum ada media sosial pribadi KC Manado
 - Tenaga pemasar yang kurang.

Faktor Eksternal

1) Peluang (*Opportunities*)

Faktor peluang tersebut terdiri dari :

- Pemerintah mendorong dengan sosialisasi
- Kerjasama yang semakin luas
- Peran *direct marketing* yang semakin kuat.

2) Ancaman (*Threats*)

Faktor ancaman dari strategi promosi untuk meningkatkan kepesertaan PPU BU, yaitu sebagai berikut:

- Jenis iklan yang digunakan pesaing memiliki konsep yang lebih menarik.
- Strategi promosi penjualan yang digunakan oleh pesaing lebih menarik
- Tidak tercapainya target.

2. Pembahasan

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis maka dapat dibuat *Matriks Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) (luar BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado) yaitu Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*), dan *Matriks Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) (dalam BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado) yaitu Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*), dan Analisis SWOT Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Kepesertaan Pekerja Penerima Upah Badan Usaha (PPU BU) Pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado, sebagai berikut :

1) *Matriks Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor-Faktor Internal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :				
1. Pendaftaran yang sifatnya wajib dilakukan	117	0,23	4	0,92
2. Kerja sama dengan pemerintah	112	0,22	4	0,88

3. Canvassing dengan PPU BU	108	0,22	4	0,88
Total	337	0,67		2,68
Kelemahan :				
1. Belum maksimalnya iklan melalui media cetak dan media elektronik	56	0,11	2	0,22
2. Tenaga Pemasar yang kurang	51	0,10	2	0,20
3. Belum ada media sosial pribadi KC Manado	57	0,11	2	0,22
Total	164	0,33		0,64
Total Kekuatan dan Kelemahan	501	1,00		3,32

Dapat disimpulkan bahwa BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado memiliki kekuatan lebih tinggi yaitu 2,68, dibandingkan dengan faktor kelemahan 0,64 yang ada di dalam BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado. Sehingga penjumlahan dari total skor kekuatan dan kelemahan dari matrik IFAS adalah sebesar 3,32.

2) Matriks Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)

Faktor-Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Skor
Peluang :				
1. Pemerintah mendorong dengan sosialisasi	112	0,22	4	0,88
2. Kerjasama semakin luas	115	0,23	4	0,92
3. Peran <i>direct marketing</i> yang semakin kuat	111	0,22	4	0,88
Total	338	0,67		2,68
Ancaman :				
1. Jenis iklan yang digunakan pesaing memiliki konsep yang lebih menarik	56	0,11	2	0,22
2. Strategi promosi penjualan yang digunakan oleh pesaing lebih menarik	54	0,11	2	0,22
3. Tidak tercapainya target	58	0,11	2	0,22
Total	168	0,33		0,66
Total Peluang dan Ancaman	506	1,00		3,34

Dapat disimpulkan bahwa BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado memiliki peluang yang cukup besar yaitu 2,68 dibandingkan dengan ancaman yang akan timbul yaitu 0,66. Sehingga penjumlahan dari total skor peluang dan ancaman mendapatkan jumlah skor dari matrik EFAS adalah sebesar 3,34.

3) Matriks Internal Eksternal (IE)

Faktor Internal	4,0	3,0	2,0
Faktor Eksternal	3,32		

Tinggi 4,0 3,34	BPJS Kesehatan KC Manado	II	III
Menengah 3,0	IV	V	VI
Rendah 2,0	VII	VIII	IX

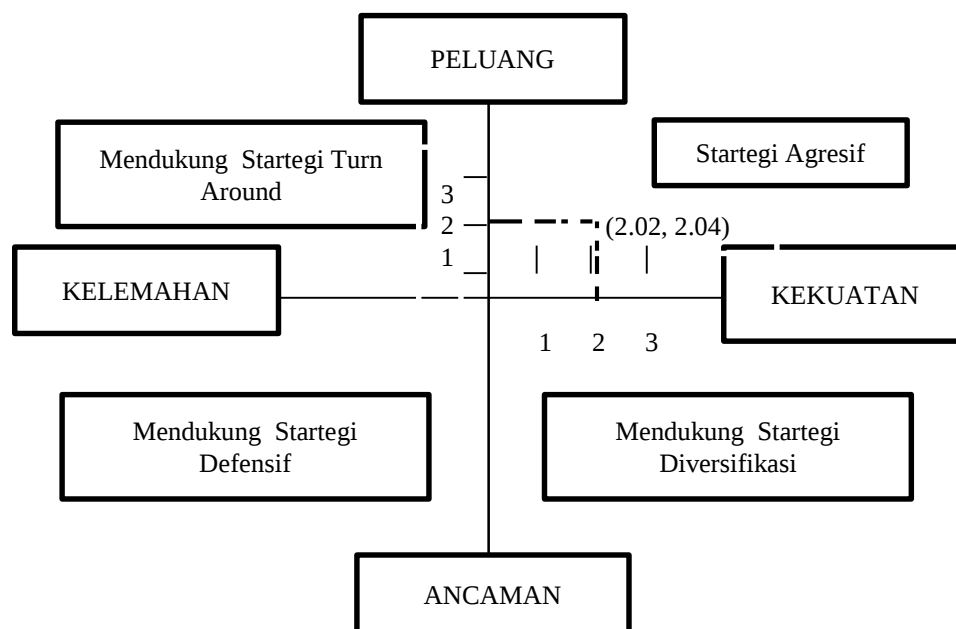
Berdasarkan Tabel di atas, BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado berada di sel 1, yang artinya BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado sedang dalam strategi tumbuh dan membangun. Oleh karena itu, strategi yang diadopsi oleh BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado untuk meningkatkan kepesertaan merupakan strategi intensif. Strategi intensif meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, serta pengembangan produk.

4) Matriks SWOT

EFAS IFAS	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>
	1. Pendaftaran yang sifatnya wajib dilakukan 2. Kerja sama dengan pemerintah 3. Canvassing dengan PPU BU	1. Belum maksimalnya iklan di media cetak dan elektronik 2. Tenaga pemasar yang kurang 3. Belum ada media sosial pribadi KC Manado
<i>Opportunities</i>	Strategi SO	Strategi WO
1. Pemerintah mendorong dengan sosialisasi 2. Kerjasama semakin luas 3. Peran <i>direct and digital marketing</i> di Indonesia semakin menguat	1. Membangun kerja sama dengan instansi terkait 2. Melakukan kegiatan sosialisasi dengan bantuan pemerintah 3. Memanfaatkan canvassing untuk membuat hubungan jangka panjang dengan Peserta	1. Memaksimalkan jumlah tenaga marketing untuk menarik peserta. 2. Memanfaatkan <i>direct marketing</i> untuk kegiatan pemasaran. 3. Memperluas kegiatan promosi dengan sosialisasi dari pemerintah
<i>Threats</i>	Strategi ST	Strategi WT
1. Jenis iklan yang digunakan pesaing memiliki	1. Meningkatkan kegiatan canvassing pada BU yang ada dengan	1. Meningkatkan kegiatan promosi melalui iklan yang menarik

konsep yang lebih menarik	menginformasikan manfaat yang ada pada BPJS Kesehatan	2. Menambah tenaga marketing untuk memberikan informasi kepada peserta.
2. Strategi promosi penjualan yang digunakan oleh pesaing lebih menarik	2. Mempertahankan kerjasama pemerintah agar bisa melakukan pertukaran data mengenai tenaga kerja	
3. Tidak tercapainya target		

5) Matriks Kuadran SWOT



Dari hasil analisis Diagram SWOT diatas, dapat dilihat bahwa BPJS (Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial) Kesehatan Kantor Cabang Manado berada pada posisi Kuadran I atau agresif, artinya perusahaan memiliki peluang lingkungan sebesar 2,02 dan kekuatan internalnya sebesar 2,04. Posisi tersebut memiliki bobot nilai yang baik pada lingkungan internal BPJS (Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial) Kesehatan Kantor Cabang Manado pada posisi kekuatan (*strengths*) serta bobot nilai yang baik juga pada lingkungan eksternal BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado pada posisi peluang (*opportunities*). Dapat disimpulkan bahwa BPJS (Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial) Kesehatan Kantor Cabang Manado berada pada posisi persaingan kuadran I atau agresif merujuk hasil analisis Diagram SWOT. Hal ini menunjukkan bahwa BPJS (Badan

Penyelenggaraan Jaminan Sosial) Kesehatan Kantor Cabang Manado memiliki peluang serta banyaknya kekuatan yang dapat mendorong dimanfaatkannya peluang-peluang yang ada.

Dalam hal ini, BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado sebaiknya melakukan strategi SO, dimana strategi SO, penulis memadukan berbagai kekuatan dengan peluang yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut penulis sajikan strategi SO beserta klarifikasi setiap strategi yang ada dalam strategi SO.

a) Membangun kerja sama dengan instansi terkait.

Membangun kerja sama dengan instansi terkait adalah sesuatu hal yang penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Dengan bekerja sama dengan pihak terkait misalnya dinas tenaga kerja maupun bpjs ketenagakerjaan dengan membuat hubungan kerja sama yang baik. Dengan melakukan pertukaran data tenaga kerja yang terdaftar pada instansi tersebut, menjadi peluang bagi BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado untuk meningkatkan kepesertaan segmen PPU BU. Pertukaran data tersebut penting dilakukan untuk melihat data tenaga kerja yang terdaftar maupun belum terdaftar di BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado. Dengan memegang data yang ada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado lebih mudah untuk melakukan promosi kepada target pasar yang ada agar target pasar bisa memenuhi kewajibannya yaitu mendaftarkan dirinya dan pekerja beserta keluarganya kepada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado dengan sebenar-benarnya.

b) Melakukan kegiatan sosialisasi dengan bantuan pemerintah.

Melakukan kegiatan sosialisasi dengan bantuan pemerintah, kegiatan tersebut dapat dilakukan dengan bantuan pemerintah yaitu sosialisasi pemerintah dan BPJS Kesehatan dengan tujuan untuk menghimbau para badan usaha yang ada untuk mendaftarkan dirinya dan pekerja beserta keluarganya kepada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado dengan sebenar-benarnya. Dengan bantuan pemerintah dalam mensosialisasikan produk tersebut yaitu jaminan kesehatan bagi segmen Pekerja Penerima Upah Badan usaha (PPU BU), diharapkan dapat membuat badan usaha sadar akan kewajiban yang harus di lakukannya.

c) Memanfaatkan canvassing untuk membuat hubungan jangka panjang dengan Peserta.

Canvassing merupakan aktivitas terencana yang dilakukan sebagai salah satu strategi perluasan peserta segmen Pekerja Penerima Upah (PPU) Badan Usaha (BU) yang dilakukan untuk memberikan advokasi kepada BU tentang kewajiban Pemberi Kerja untuk mendaftarkan seluruh karyawan dan anggota keluarganya menjadi peserta JKN-KIS dan memetakan BU berdasarkan wilayah terkecil (kelurahan, kecamatan) untuk mendapatkan data potensi peserta. Dengan memanfaatkan kegiatan canvassing ini diharapkan badan usaha bisa mendaftarkan dirinya dan pekerja beserta keluarga dengan data yang sebenar-benarnya ke BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado. Dengan tujuan bisa membina hubungan jangka panjang dengan peserta sehingga apabila ada penambahan pekerja maupun penambahan cabang badan usaha bisa langsung dilakukan pendaftaran ke BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Hasil dari identifikasi SWOT BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado dapat diketahui, sebagai berikut :
 - a) Kekuatan : Pendaftaran yang sifatnya wajib dilakukan, kerja sama dengan pemerintah serta Canvassing dengan PPU BU
 - b) Kelemahan : Belum maksimalnya iklan di media cetak dan elektronik, tenaga pemasar yang kurang serta belum ada media sosial pribadi KC Manado
 - c) Peluang : Pemerintah mendorong dengan sosialisasi, kerjasama semakin luas serta peran *direct and digital marketing* di Indonesia semakin menguat
 - d) Ancaman : Jenis iklan yang digunakan pesaing memiliki konsep yang lebih menarik, strategi promosi penjualan yang digunakan oleh pesaing lebih menarik serta tidak tercapainya target
- 2) Kondisi BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado berada pada kuadran I, ini menunjukkan bahwa BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki banyak kekuatan dan peluang. Oleh sebab itu BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado

harus dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk merebut peluang, untuk meningkatkan kepesertaan Pekerja Penerima Upah Badan Usaha (PPU BU). Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado untuk meningkatkan kepesertaan Pekerja Penerima Upah Badan Usaha (PPU BU) adalah strategi agresif dengan mendukung pertumbuhan yang agresif.

2. Saran

Dengan mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan diatas, maka saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan pada BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan strategi promosi yang telah penulis analisis dengan menggunakan analisis SWOT yakni :
 - a) Membangun kerja sama dengan instansi terkait
 - b) Melakukan kegiatan sosialisasi dengan bantuan pemerintah
 - c) Memanfaatkan canvassing untuk hubungan jangka panjang dengan peserta
- 2) Perlu ditingkatkan lagi Strategi Promosi untuk meningkatkan kepesertaan PPU BU dengan strategi pada sel I yaitu tumbuh dan membangun, yang mengacu pada strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.
- 3) Bagi penulis selanjutnya diharapkan bisa memperbaiki usulan – usulan strategi yang mungkin bisa dilakukan pihak manajemen maupun pihak peneliti. Untuk analisis strategi promosi lebih banyak lagi mencari referensi sehingga penelitian selanjutnya lebih berkembang

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., Kartikaningsih, D., & Simandjuntak, R. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Peserta Didik pada Lembaga Pendidikan Aviasi dengan Analisis SWOT (Study Sekolah Pramugari HAS Trans Academy Tasikmalaya)*.
- Asriyadi, D. (2019). *Strategi Pemasaran PT Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life) Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang, 16(19), 50-59.
- Baskoro, F. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Kepesertaan Bukan Penerima Upah Pada BPJS Ketenagakerjaan kantor Cabang Perintis Ponorogo*. (Doctoral dissertation, Iain Ponorogo).
- Dewi, N. L. P. E. K. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Program BPJS/JKN di Rumah Sakit Swasta*. Jurnal Manajemen Bisnis, 15(2), 81-99.

IFAS-EFAS untuk Strategy Planning. (2022). <https://sis.binus.ac.id/2021/02/05/ifas-efas-untuk-strategy-planning/>. (di akses 19 Juni 2022 Pukul 20.11)

Kesehatan, B. (2022). BPJS Kesehatan. <https://www.bpjs-kesehatan.go.id/bpjs/home> (di akses 19 Juni 2022 Pukul 20.11)

Media, K. (2022). Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya <https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi->. (di akses 19 Juni 2022 Pukul 20.11)

IMPLEMENTASI PROSEDUR KEARSIPAN PADA PT MANADO MEDIA GRAFIKA (TRIBUN MANADO)

Gratia N. Kaparang^{*1}, Inka M.S. Tumengkol^{*2}, Fresi B. Lendo^{*3}

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}granat.liem@gmail.com, ^{*2}inkamarrysteviartytumengkol@gmail.com, ^{*3}fresilendo@gmail.com

ABSTRAK

Prosedur kearsipan sangat penting di setiap perusahaan dalam rangka melakukan penemuan kembali arsip berupa dokumen atau warkat yang diperlukan. Oleh sebab itu, perlu adanya penataan kearsipan sesuai prosedur agar tidak membingungkan di kemudian hari saat pencarian arsip. PT Manado Media Grafika (Tribun Manado) khususnya di bagian keuangan memiliki banyak arsip dokumen keuangan yang kurang tertata dengan rapi sehingga memerlukan banyak waktu saat akan mencari arsip yang diperlukan, juga tidak adanya arsiparis sebagai penanggung jawab arsip keuangan yang berakibat karyawan yang mengambil arsip, tidak tertib dalam pengembalian arsip. Penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu bagian keuangan PT Manado Media Grafika (Tribun Manado). Kesimpulannya, PT Manado Media Grafika perlu melakukan pengaturan kembali mengenai arsip keuangan yang sudah ada sehingga lebih spesifik lagi dan memudahkan karyawan dalam menemukan kembali arsip yang diperlukan, dan perlu adanya arsiparis sebagai penanggung jawab arsip-arsip keuangan, mengingat arsip keuangan sangat penting di perusahaan dan harus di jaga dengan baik agar tidak disalahgunakan strategi alternatif yang bisa diambil oleh pemilik usaha kuliner yakni, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi dan juga penciutan.

Kata kunci: Prosedur, Kearsipan

A. PENDAHULUAN

Prosedur kearsipan merupakan kegiatan penting dalam suatu perusahaan guna untuk mempercepat penemuan kembali dokumen yang diperlukan, yang telah disimpan. Prosedur kearsipan ada dua yaitu prosedur permulaan dan prosedur penyimpanan. Prosedur permulaan untuk surat masuk, meliputi kegiatan-kegiatan administrasi pencatatan dan pendistribusian surat, sedangkan untuk surat keluar meliputi administrasi pembuatan, pencatatan dan pengiriman surat. Prosedur penyimpanan untuk surat masuk dan keluar

meliputi kegiatan pemeriksaan, pengindeksan, pengkodean, penyortiran, dan peletakan arsip.

PT. Manado Media Grafika (Tribun Manado) terutama di bagian keuangan merupakan salah satu bagian yang memiliki banyak sekali dokumen-dokumen penting menyangkut keuangan. Dokumen-dokumen tersebut perlu disimpan dengan aman serta ditata dengan rapi agar dikemudian hari memudahkan untuk melakukan penemuan kembali. Namun pada prakteknya, masih terdapat karyawan yang belum melakukan penataan arsip dengan baik, sehingga banyak dokumen-dokumen yang masih berada di meja kerja karyawan, tidak tersusun rapi, sehingga sulit untuk ditemukan kembali saat dibutuhkan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlu dikaji lebih dalam mengenai “Implementasi Prosedur Kearsipan Pada PT Manado Media Grafika (Tribun Manado)”.

B. LANDASAN TEORI

Menurut Undang-Undang nomor 7 tahun 1971 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Kearsipan, rumusan arsip yaitu: 1. Naskah-naskah yang dibuat dan diterima oleh lembaga-lembaga negara dan badan-badan pemerintah dalam bentuk corak apapun, baik dalam keadaan tunggal maupun kelompok, dalam rangka pelaksanaan kegiatan pemerintahan; 2. Naskah-naskah yang dibuat dan diterima oleh badan-badan swasta dan atau perorangan, dalam bentuk corak apapun, baik dalam rangka pelaksanaan kehidupan kebangsaan.

Sutarto (1980) berpendapat arsip adalah sekumpulan warkat yang memiliki guna tertentu yang disimpan secara sistematis dan setiap saat diperlukan dapat diketemukan kembali dengan cepat. Sejalan dengan Sutarto, adapun Sugiharto, dkk (2005) menyatakan bahwa arsip merupakan suatu warkat yang disimpan secara sistematis karena mempunyai kegunaan agar setiap kali diperlukan dapat secara cepat ditemukan kembali. The Liang Gie (2002) menyatakan bahwa arsip adalah kumpulan daripada surat-menyurat yang terjadi oleh karena pekerjaan aksi, transaksi, tindak-tanduk documenter, yang disimpan sehingga pada tiap-tiap saat dibutuhkan dapat dipersiapkan untuk pelaksanaan tindakan-tindakan selanjutnya.

Mulyadi (2016) menekankan bahwa arsip merupakan kumpulan wakat yang disimpan secara sistematis dan mempunyai peranan sebagai sumber informasi dan dokumen. Selanjutnya, Mulyadi (2016) juga mengatakan bahwa arsip memiliki fungsi

untuk membantu pengambilan keputusan, menunjang perencanaan, mendukung pengawasan, sebagai alat pembuktian, memori perusahaan, efisiensi instansi/lembaga, menyediakan informasi produk, sebagai rujukan historis, menyediakan informasi personalia atau keuangan dan sejenisnya, memelihara aktivitas hubungan masyarakat, untuk kepentingan politik, pendidikan, untuk menyelamatkan diri, serta untuk menelusuri silsilah.

Dalam rangka penyimpanan arsip, Amsyah (2005) berpendapat bahwa langkah-langkah penyimpanan arsip adalah (1) Pemeriksaan, langkah ini dilakukan dengan cara memeriksa setiap lembar warkat untuk memperoleh kepastian bahwa warkat-warkat tersebut siap disimpan. (2) Mengindeks, merupakan pekerjaan untuk menentukan pada nama apa atau subjek apa atau kata-tangkap surat akan disimpan, yang mana nama atau subjek atau kata-tangkap ini tergantung pada sistem penyimpanan yang dipergunakan. (3) Memberi tanda atau pengkodean, yakni pemberian tanda sederhana dengan memberi garis atau lingkaran dengan warna mencolok pada kata-tangkap yang sudah ditentukan saat mengindeks. (4) Menyortir, merupakan pekerjaan mengelompokkan warkat-warkat untuk persiapan penyimpanan. (5) Penyimpanan, yakni menempatkan dokumen pada tempat penyimpanan sesuai dengan sistem penyimpanan dan peralatan yang digunakan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kasus memerhatikan semua aspek penting dari suatu kasus yang diteliti untuk mengungkapkan gambaran yang mendalam dan mendetail tentang suatu situasi atau objek (Yusuf, 2017). Sehingga dalam penelitian ini perlu menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh data yang dibutuhkan, mendalam dan mengandung makna (Sugiyono, 2012). Pelaksanaan penelitian ini pada kantor Tribun Manado (PT Manado Media Grafika) dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada informan yaitu di bagian keuangan PT Manado Media Grafika untuk menilai indikator-indikator yang seharusnya dilakukan sebagai petugas arsip bagian keuangan. Kemudian, dilakukan observasi langsung dalam melihat kenyataan yang terjadi di lapangan tentang proses pengarsipan dokumen-dokumen keuangan. Selanjutnya melakukan dokumentasi di tempat penelitian.

D. PEMBAHASAN

Langkah-langkah penyimpanan arsip yang diharapkan, dimulai dari pemeriksaan, kemudian mengindeks, memberi tanda, menyortir, dan terakhir menyimpan. Dari hasil wawancara dan observasi langsung di lapangan, maka diperoleh informasi bahwa di bagian keuangan memulai pengarsipan dengan pemeriksaan warkat-warkat yang sudah berjalan dengan benar. Kemudian, pada tahap mengindeks, di bagian keuangan tidak melakukan pengindeksan, hanya memberikan keterangan di setiap odner tentang warkat apa yang ada di dalam odner tersebut, misalnya "REKENING KORAN 2019", "LAPORAN PENJUALAN 2019", dan sebagainya. Hal ini menyulitkan ketika akan mencari arsip tentang rekening koran bank tertentu, karena semua rekening koran sudah disusun sekaligus. Juga laporan keuangan dari penanggung jawab tertentu juga sulit ditemukan kembali karena sudah tersusun sekaligus.

Berlanjut pada tahap pemberian tanda, pada bagian odner tidak diberikan tanda khusus untuk dokumen-dokumen tertentu atau seperti dijelaskan sebelumnya, penyusunan dilakukan sekaligus, tidak ada tanda tertentu. Seperti yang diamati, penyimpanan arsip hanya langsung pada tahap pengelompokkan dan penyimpanan saja. Jadi, setelah selesai dikumpulkan maka warkat-warkat langsung di kelompokkan dan disimpan tanpa ada pemilihan dan pemilahan warkat-warkat tertentu.

Penataan seperti ini tentunya menyebabkan sulitnya untuk menemukan kembali arsip keuangan yang mereka perlukan, karena kurang rapinya penyimpanan arsip yang ditata. Selain itu juga, belum adanya arsiparis di bagian keuangan, sehingga data-data keuangan masih disimpan sendiri oleh bagian masing-masing yang menyulitkan karyawan lain saat membutuhkan data keuangan di masa lampau. Adapun pimpinan bagian keuangan juga mengalami kesulitan dalam menemukan arsip keuangan karena adanya dokumen-dokumen yang disusun tidak sesuai dengan aturan kearsipan, dan tidak adanya karyawan lain yang mengetahui dimana diletakkan arsip yang diperlukan tersebut karena saat laporan diberikan kepada pimpinan, hanya diletakkan di atas meja kerja pimpinan saja, tidak membantu untuk menyimpan dokumen tersebut sebagai arsip.

Selain itu juga, ada karyawan yang tidak mengembalikan arsip ke tempat awal diambilnya arsip tersebut, sehingga ketika karyawan lain membutuhkan arsip tersebut, membutuhkan waktu untuk mencari arsip yang dibutuhkan tersebut. Ini membuang waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk mengerjakan pekerjaan lainnya di kantor. Tidak

dikembalikannya arsip ke tempat awal, dikarenakan karyawan kurang mengerti akan pentingnya arsip dan prosedur pelayanan arsip, sehingga perlu adanya arsiparis agar penataan kearsipan menjadi lebih baik lagi dan sanksi bagi karyawan yang kurang tertib dalam hal itu.

Odner yang digunakan untuk menyusun rekening koran, seharusnya bisa menggunakan penataan sesuai dengan tahun rekening koran. Kemudian, di dalam odner tersebut dikelompokkan lagi sesuai bulannya, yang hal ini sesuai dengan teori sistem penyimpanan arsip dalam Rosalin (2017) berdasarkan tanggal (chronological filling system). Penataan seperti ini bisa memudahkan bagi yang memerlukan arsip tersebut dalam pencariannya karena ada klasifikasi tahun dan bulan dalam odner tersebut.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Dari penelitian mengenai Implementasi Prosedur Kearsipan yang dilakukan di PT Manado Media Grafika (Tribun Manado) maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penanganan kearsipan di bagian keuangan PT Manado Media Grafika (Tribun Manado) belum maksimal sehingga perlu dibenahi kembali agar memudahkan karyawan dalam menemukan kembali arsip keuangan yang diperlukan.
- b. Penyusunan warkat-warkat pada odner terlalu umum, sehingga perlu diberikan indeks dan kode-kode tersendiri agar memudahkan penemuan kembali arsip yang diperlukan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

- a. Perlu adanya arsiparis yang menangani khusus bagian arsip bagian keuangan agar memudahkan menemukan arsip yang diperlukan.
- b. Perlu menggunakan arsip digital berupa layanan google drive agar bisa menemukan arsip keuangan lebih cepat dan real time.

DAFTAR PUSTAKA

- Amsyah, Zulkifli. (2005). Manajemen Kearsipan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarto. (1980). Sekretaris dan Tata Warkat. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- The, Liang Gie. (2002). Administrasi Perkantoran Modern. Liberty. Yogyakarta
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif”. Bandung : Alfabeta.
- Sugiharto, Agus dan Teguh Wahyono. (2005). Manajemen Kearsipan Modern: Dari Konvensional ke Basis Komputer. Yogyakarta: Gaya Media.
- Yusuf, Muri A. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenada Media.
- Rosalin, Sovia. (2017). Manajemen Arsip Dinamis. Malang: UB Press.
- Mulyadi (2016). Pengeolaan Arsip Berbasis Otomasi. Jakarta: Rajawali Pers.

THE USE OF ROLE PLAY TOWARD THE IMPROVEMENT OF THE FIRST-SEMESTER STUDENTS' SPEAKING SKILLS IN BUSINESS ADMINISTRATION MAJOR AT MANADO STATE POLYTECHNIC

Reski Amalia. S

Politeknik Negeri Manado, Jl. Raya Politeknik Kelurahan Buha Manado (0431) 815212
Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: reskiamaliaas@polimdo.ac.id

ABSTRACT

The objective of this research was to find out the effectiveness of Role play toward the improvement of students speaking skills majoring in Business Administration at Manado State Polytechnic. This research employed a quasi-experimental namely non-equivalent control group design with pre-test and post-test. There were two variables in this research; the independent variable (role play) and the dependent variable (students' speaking skills). The population of this research was first-semester students majoring in Business Administration which consist of 55 students. The sample of this research consisted of 40 students taken by using a purposive sampling technique, 20 students from 1AB1 as the experimental class and 20 students from 1AB2 as the control class. Pre-test and post-test were used as the instrument in this research. The data explained that there was a significant difference between the students' post-test in the experimental class and post-test in the control class. The mean score of the post-test (77) in the experimental class was higher than the mean score on the post-test (65) in the control class. The standard deviation on the post-test is (10,43) in the experimental class and the standard deviation of the post-test in the control class is (11,12). Based on the finding and discussion of the research, the researcher concluded that role play was effective to improve students' speaking skills.

Keywords: *Role play, improvement, speaking skill*

A. BACKGROUND

Speaking is one of the four basic language skills: listening, writing, reading, and speaking (Afrisal, 2015). It shows that speaking is part of learning English. Speaking is required to master to be able to communicate in spoken discourse. Richards in Kurnia (2015) explained that one of the main characteristics of the approach is language teaching begins with the spoken language. Based on that statement, it shows that in learning

English, speaking is the most needed skill. Speaking might influence communication in real life because when someone makes an error in speaking, it will lead to misunderstanding.

In the teaching and learning process, students should be given some opportunities to practice a target language and produce it in spoken form. They can practice the language in dialogs, monologs, discussions, games, or role plays. Moreover, students must speak fluently in English and pronounce phonemes correctly, use appropriate stress and intonation patterns, and speak in connected speech and different genres and situations.

The students need suitable and fun techniques in speaking activities that actively engage students, and provide relevant and contextual topics and learning experiences in their life. Therefore, researchers apply the technique of role-play in teaching speaking to Business Administration students at Manado State Polytechnic.

The researcher chooses role play for teaching speaking to bring a technique of learning that is not monotonous for students, to engage all students to participate in learning activities, and to improve the frequency of using English in learning activities. Working in this strategy, it is not only speaking skills that can be improved, but also it will simultaneously give a positive impact on the student's vocabulary, pronunciation, and listening skills.

Based on the previous background, the researcher formulated the problem statements as follows "Is the Business Administration students' speaking achievement improved significantly by applying role play?"

The researcher's hypothesis was H_a : The students' speaking achievement is significantly improved by applying role play for the students majoring in Business Administration at Manado State Polytechnic.

B. LITERATURE REVIEW

There are some reviews of related research finding from the previous researcher, as follows:

Arifin (2021) stated that the role-playing method can give a positive impression on students during the teaching and learning process. It might be caused by during the

teaching process the student trying to be another person in another version and playing the role. Karomat and Xadicha (2021) stated:

Role play is a very important technique in teaching speaking because it allows students to practice communicating in different social contexts and different social roles. In addition, it also allows students to be creative and put themselves in another person's place for a while. The role play would seem to be the ideal activity in which students could use their English creatively and it aims to stimulate a conversation situation in which students might find themselves and allow them to practice and develop their communication skills.

It shows how important role play is in teaching activities which bring the students to be another person to practice their English during the teaching activities. Karomat and Xadicha (2021) also stated that Adopting Role plays as a teaching technique in the teaching and learning process of English learners encourages these students to learn, achieve, explore, and simulate their creativity, imagination, and personal likes. Arham, Yassi, and Arafah (2016) on their research also found several uses of role-play in speaking class. They explained role play show that it is designed to improve students' speaking performance significantly.

Based on Anjaniputra's (2013) on his research about the strategies for teaching speaking. He investigated several strategies that are effective to improve students' speaking performance, those are cooperative activities, creative tasks, role play, and drilling. In this research, role play reveals positive attitude from the students. Role play also helped the students to speak, as well as students' spoken language production whose participation was emphasized.

C. RESEARCH METHOD

In this research, the researcher applied a quasi-experiment design, exactly a Non-equivalent Control Group Design that involved two groups of classes. Charles, C.M. in Latief (2013) stated that it is not possible to select the sample randomly out of all the population students. In this design select one of the classes into the experimental group and the other one into the control group. There was a treatment for the experimental group and a control treatment for the control group.

This research consists of two variables, dependent and independent variables. Independent variable (X) is a variable that influences another variable to achieve the researcher's expectation. In this research, the independent variable is role play. The

dependent variable (Y) is the result that expects through implement of the independent variable. In this research, the dependent variable is students' speaking English.

The population of this research was the first-semester students of Business Administration consisted of 55 students. The sample of the research consisted of 40 students taken by using a purposive sampling technique, 20 students from 1AB1 as the experimental class and 20 students from 1AB2 as the control class.

This research was conducted on first-semester students majoring in Business Administration in November-December 2022. It was held in an English class with the theme of occupation.

In the experimental class, the researcher divided the students into several groups, then gave them the topic of occupation. Afterward, students discussed the topic with their classmates and used the role-play method to practice in class, allowing students to take on their roles. Unlike the control group, they were given the same topics but used the class presentation method. So that at the end of the study, it can be shown the differences in the use of role-play with conventional methods.

D. FINDING AND DISCUSSION

The result of this research implies that the student's scores were much higher after the treatment in the experimental class using role play. The performance of the students' speaking skills improved by using role-play, the students in the experimental class showed improvement more than the control class. Most of them were good and had excellent scores. The use of role-play in speaking activities was surely beneficial to improve the student's speaking ability.

The analysis of the mean score gap in the post-test between the experimental and control class ensured that the strategy was effective. The mean score of the experimental class was 77 and 65 for the control class. It means the gap between the students' scores in the experimental and control class was 12. The explanation of the gap between the two classes indicated that the experimental class showed higher improvement than the control class.

1. The Classification of Students' Pre-test Scores in Experimental and Control Class
Table 1 The distribution of frequency and percentage score of experimental class score in the pre-test

No	Classification	Score	Frequency	Percentage
1	Excellent	86 - 100	0	0
2	Very good	76 - 85	0	0
3	Good	66 - 75	5	25%
4	Average	66 - 75	7	35%
5	Poor	36 - 55	8	40%
6	Very poor	0 - 35	0	0%
Total			20	100%

The table above shows the rate percentage score of experimental class in the pre-test from 20 students, there were 5 (25%) students obtained good score and others were under of it.

Table 2 The distribution of frequency and percentage score of control class score in the pre-test

No	Classification	Score	Frequency	Percentage
1	Excellent	86 - 100	0	0
2	Very good	76 - 85	2	10%
3	Good	66 - 75	3	15%
4	Average	66 - 75	7	35%
5	Poor	36 - 55	8	40%
6	Very poor	0 - 35	0	0
Total			20	100%

The table shows the rate percentage score of control class in the pre- test from 20 students, there were 2 (10%) students obtained very good score but most of the students obtained poor score.

2. The Classification of Students' Post-test Scores in Experimental and Control Class

Table 3 The distribution of frequency and percentage score of experimental class score in the post-test

No	Classification	Score	Frequency	Percentage
1	Excellent	86 - 100	5	25%
2	Very good	76 - 85	9	45%
3	Good	66 - 75	3	15%
4	Average	66 - 75	3	15%
5	Poor	36 - 55	0	0
6	Very poor	0 - 35	0	0
Total			20	100%

The table explains the students' score were increase, most of the students (45%) were in a Very Good Score and there were 5 (25%) students obtained excellent score.

Table 4 The distribution of frequency and percentage score of control class score in the post-test

No	Classification	Score	Frequency	Percentage
1	Excellent	86 - 100	0	5%
2	Very good	76 - 85	2	10%
3	Good	66 - 75	9	45%
4	Average	66 - 75	4	20%
5	Poor	36 - 55	5	25%
6	Very poor	0 - 35	0	0
Total			20	100%

The table shows that none of the students obtained excellent score, 2 (10%) students in very good score and 9 (45%) students in a good score and under of it.

Table 5 The mean score and standard deviation of experimental class and control class in the Pre-test and the Post-Test

Class	Pre-test		Post-test	
	Mean score	Standard Deviation	Mean score	Standard Deviation
Experimental	61	9, 29	77	10, 43
Control	61, 45	11, 13	65	11, 12

The table above shows that, the mean and the standard deviation of the experimental and the control class in a pre-test and post-test.

The result above concluded that the rate percentage in the post-test for the experimental class was higher than the rate percentage of the control class. Although for both of the class improved.

Role play influenced the first-semester students' speaking skills in some aspects, such as role-play has simple rules that generate a wide range of complex interactions. It showed that role play built classroom interaction among students. It created a good condition where interaction between students is established smoothly according to their respective roles. It makes them learn to be new people and in new situations. In the role-play method, they play a new role in a new environment so they can learn new vocabulary related to it. The new vocabulary they get can help them speak more fluently in certain situations. This strategy involved ways taught to the students how to be good speakers or listeners.

In summary, the researcher asserted that the role-playing strategy is one of the various methods that are useful in teaching speaking. Some points make role-play in teaching speaking effectively were: every student had a chance to practice in class, to provide class interaction, to use English more than Indonesian during classroom activities, to allow them to learn new roles and environments or communities, to allow them to learn from peers, to involve in critical thinking.

E. CONCLUSSION AND SUGGESTION

Teaching speaking by using role play to the first-semester students of Business Administration at Manado State Polytechnic was improved significantly. It means that the research hypothesis (Ha) was accepted. It helps the students to increase the way they speak in front of many people and a new version of themselves in communities.

Considering the conclusion above, the researcher puts some suggestions as follows;

1. Role play is suggested to be used by teachers as an appropriate strategy in teaching speaking.
2. Role play is a way to organize medium-to large-group students that promotes student engagement and can be used to model small-group activities, as the researcher found in the implementation of this strategy.

BIBLIOGRAPHY

- Afrizal, M. (2015) "Improving English Speaking Ability Through Classroom Discussion." *Lentera: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, vol. 15, no. 14.
- Anjaniputra, A. G. (2013). Teacher's Strategies in Teaching Speaking to Students at Secondary Level. *Journal of English and Education*, 1(2), 1-8.
- Arham, R., Yassi, A. H., & Arafah, B. (2016). The Use of Role Play to Improve Teaching Speaking. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(3), 239-241.
- Arifin, E. L. (2021). Application of Role playing Techniques in Improving the Speaking Ability of Students. *Indonesian Journal of Learning and Instruction* Volume 4, Issue 1.
- Kurnia, N, I. (2014) Improving Students' Spoken Recount Skill through Fishbowl Technique. *Under graduate thesis*. Semarang State University.
- Karomat, T and Xadicha, M. (2021). Advantages of Role Play Technique in Teaching Speaking English Foreign Language Classes. *Academic Globe: Inderscience Research*. Volume 2, Issue 12.
- Latief, MA. (2013) *Research Methods on Language Learning an Introduction*. Malang: UM Press.

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN ETOS KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS PEGAWAI PADA PT. BANK SULUTGO KANTOR PUSAT MANADO

Jeane Maramis*¹, Tiara Felia Ondang*², Adelaida Joroh*³

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: *1jeanemaramis1958@gmail.com, *2tiaraondang25@gmail.com, *3jorohadelaida84@gmail.com

ABSTRACT

In the industrial era 4.0, the Indonesian government is trying to make the development of the Indonesian nation better following the times. The purpose of this study is to determine the Effect of Work Motivation and Work Ethic on Employee Productivity at PT. Bank SulutGo Manado Head Office. This type of research is quantitative research and research methods use Descriptive research methods. Research that took samples from a single population using questionnaires as a data collection tool. The population taken by employees of PT. Bank SulutGo Manado Head Office. The employees in question totaled 78 employees but the sample involved amounted to 65 respondents using the Simple Random Sampling method. The analysis used is Descriptive Statistical Analysis, Total Score, Multiple Linear Regression Analysis and Correlation. The results of the research analysis the value of the correlation coefficient simultaneously $r = 0.428$ shows that work motivation and work ethic have a strong and significant relationship with increasing employee productivity at PT. Bank SulutGo Manado Head Office. The value of the coefficient of determination shows that the increase in employee productivity, 42.8% is influenced by work motivation and work ethic together, while the remaining 57.2% is influenced by other factors. The results of the analysis show that work motivation and work ethic have a significant influence on increasing employee productivity at PT. Bank SulutGo Manado Head Office. For this reason, work motivation and work ethic need to be considered and maximized by leaders and companies by paying more attention to internal and organizational factors regarding work motivation and work ethic so as to increase employee productivity.

Keywords: *Work Motivation, Work Ethic, Employee Productivity*

1. PENDAHULUAN

Pada era 4.0 pemerintah Indonesia berusaha agar pembangunan bangsa Indonesia menjadi lebih baik mengikuti perkembangan jaman. Keberhasilan pembangunan bangsa Indonesia tidak lepas dari peran dan fungsi organisasi pemerintah yang mengemban tugas-tugas pemerintah karena keberhasilan organisasi pemerintah dalam mencapai

tujuan sangat mendukung tercapainya tujuan pembangunan nasional. Indonesia merupakan salah satu Negara berkembang yang saat ini sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan di segala bidang untuk menuju Indonesia maju.

Pemerintah Indonesia mengusahakan adanya peningkatan mutu sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai peranan yang penting dalam perusahaan lain untuk menciptakan pekerjaan yang berkualitas. Menurut Bangun (2012:31), manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang manajemen yang melaksanakan kegiatan pengadaan, pelatihan, dan pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, serta pemeliharaan sumber daya manusia. SDM bukan hanya sekedar menjadi sumber daya, namun telah menjadi modal utama dalam mencapai keberhasilan, dimana dengan SDM yang berkualitas maka dapat menyelesaikan pekerjaan secara maksimal.

Salah satu hal yang mempengaruhi produktivitas pegawai adalah motivasi kerja. Motivasi kerja adalah kondisi atau energi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan, dan energi tersebut menimbulkan semangat atau dorongan untuk bekerja. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Siagian (2002:89) sebagai daya dorong bagi seseorang untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya demi keberhasilan organisasi mencapai tujuannya, dengan pengertian bahwa tercapainya tujuan organisasi berarti tercapai pula tujuan pribadi para anggota organisasi yang bersangkutan. Karena tanpa adanya motivasi kerja, maka segala kegiatan yang akan dilakukan akan mendatangkan hasil yang kurang memuaskan dan tidak sesuai dengan harapan. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya pencapaian sasaran dan tujuan organisasi atau perusahaan serta dapat juga menghambat jalannya program organisasi yang dibuat.

Pemimpin dalam sebuah perusahaan harus melakukan etos kerja yang ada diperusahaan dengan baik agar budaya perusahaan, visi dan misi dapat tercapai dan perusahaan dapat mendapatkan hasil yang baik. Etos kerja adalah seberapa tingginya semangat yang dimiliki seorang pegawai dalam bekerja. Etos kerja merupakan seperangkat perilaku positif dan fondasi yang mencakup motivasi yang menggerakkan mereka, karakteristik utama, spirit dasar, kode etik, kode moral, kode perilaku, sikap-sikap, aspirasi, keyakinan-keyakinan, prinsip-prinsip, dan standar-standar (Sinamo, Darodjat ; 2015:77). Peraturan sangat diperlukan dalam perusahaan agar pegawai mendapatkan motivasi dalam menciptakan tata tertib yang baik di perusahaan dimana

dengan tata tertib dapat dilaksanakan dengan baik, maka produktivitas pegawai akan meningkat.

Produktivitas kerja adalah suatu ukuran perbandingan kualitas dan kuantitas dari seorang tenaga kerja dalam satuan waktu untuk mencapai hasil atau prestasi kerja secara efektif dan efisien dengan sumber daya yang digunakan. Menurut Martono (2019) menjelaskan bahwa produktivitas merupakan rasio antara besaran volume output terhadap besaran input yang digunakan. Suatu keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini dari pada hari kemarin dan hari esok lebih baik dari pada hari ini. Oleh karena itu suatu perusahaan harus meningkatkan motivasi kerja dan etos kerja agar dapat meningkatkan produktivitas pegawai agar visi dan misi perusahaan akan tercapai.

PT. Bank Sulut (Bank) dahulu bernama PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado beralamat di Jl. Sam Ratulangi No. 9, Wenang Utara, Kecamatan Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Hari kerja dari perusahaan ini dimulai pada hari senin-jumat dengan waktu kerja dari pukul 08.00-16.00 wita.

Dalam perusahaan motivasi kerja harus ditingkatkan dalam upaya untuk menggerakkan diri pegawai yang terarah dan tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan, dan energi tersebut menimbulkan semangat atau dorongan untuk bekerja. Faktor yang mempengaruhi motivasi kerja pertama gaji yang sesuai, kedua budaya perusahaan, ketiga tujuan bekerja, dan yang terakhir tujuan pribadi. Tanpa motivasi kerja pegawai akan sulit mencapai tujuan maupun target yang telah ditetapkan perusahaan.

Etos kerja yang dilakukan oleh pegawai masih sangat kurang hal ini dilihat dari masih kurangnya keyakinan pegawai dalam melakukan pekerjaan, kurangnya dorongan pegawai dalam bekerja dari pemimpin, masih kurangnya motivasi yang diberikan pimpinan, dan dalam hal produktivitas yang ada dalam perusahaan masih terdapat permasalahan seperti kurangnya evaluasi pekerjaan perusahaan, masih ada pegawai yang bekerja tidak memperhitungkan waktu yang ada, selalu menunda-nunda pekerjaan, dan juga pegawai belum mampu mengerjakan pekerjaan sesuai target.

Dengan adanya motivasi kerja dan etos kerja oleh pimpinan kepada pegawai, diharapkan para pegawai lebih tanggung jawab dan aturan yang berlaku dalam

perusahaan agar supaya produktivitas pegawai meningkat dan apa yang menjadi tujuan perusahaan tercapai.

1.1 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Motivasi Kerja dan Etos Kerja Memiliki Pengaruh Terhadap Produktivitas Pegawai di PT. Bank Sulut Go?
2. Seberapa Besar Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut Go ?
3. Seberapa Besar Pengaruh Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut Go ?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui Apakah Motivasi Kerja dan Etos Kerja Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai di PT. Bank Sulut GO .
2. Menganalisis Seberapa Besar Pengaruh Motivasi Kerja dan Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut GO.
3. Menganalisis Seberapa Besar Pengaruh Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut GO

1.3 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh motivasi kerja dan etos kerja terhadap produktivitas kerja pegawai di perusahaan.

2. Praktis

Memberikan kontribusi positif bagi pengembangan karir pegawai di PT. Bank Sulut Go, sekaligus membantu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis dan strategi perusahaan secara lebih efektif.

2. LANDASAN TEORI

a. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi kerja menurut Siagian (2002:89) sebagai daya dorong bagi seseorang untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya demi keberhasilan organisasi mencapai tujuannya, dengan pengertian bahwa tercapainya tujuan organisasi berarti tercapai pula tujuan pribadi para anggota organisasi yang bersangkutan.

b. Pengertian Etos Kerja

Menurut Sinamo (2015:77), etos kerja adalah seperangkat perilaku positif yang berakar pada keyakinan fundamental yang disertai komitmen total pada paradigma kerja yang internal.

c. Pengertian Produktivitas Pegawai

Menurut Ravianto dalam Sutrisno (2017), bahwa produktivitas pada dasarnya mencakup sikap mental yang selalu mempunyai panangan bahwa kehidupan hari ini harus lebih baik dari kemarin dan hari esok harus lebih baik dari hari ini.

3. METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu, variabel yang mempengaruhi (variabel independen) dan variabel yang dipengaruhi (variabel dependent). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja dan etos kerja sebagai variabel bebas (independent) terhadap produktivitas pegawai sebagai variabel terikat (dependent). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Metode deskriptif (*Descriptif Metode*)

Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran terhadap tiga variabel utama yaitu, motivasi kerja dan etos kerja serta produktivitas pegawai.

2) Metode Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai motivasi kerja dan etos kerja serta produktivitas pegawai.

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu :

1) **Menurut Sugiyono (2016: 225)**, data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.. lebih lanjut dikatakan oleh Siregar (2011:128), data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari pegawai pada PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado. Dalam hal ini yaitu data hasil kuesioner terhadap pegawai yang diolah langsung oleh Penulis dan menggunakan google form lewat *online*.

2) **Data sekunder menurut Sugiyono (2016:225)**, data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen, lebih lanjut dikatakan oleh Siregar (2011:128), data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Data ini berupa gambaran umum perusahaan, seperti profil perusahaan, struktur organisasi yang diperoleh dari perusahaan, data jumlah pegawai pada PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Motivasi Kerja dan Etos Kerja terhadap Produktivitas Pegawai pada PT. Bank Sulut Go

Pengujian yang dilakukan sudah membuktikan bahwa nilai Fhitung didapat sebesar 23.204, sedangkan nilai Ftabel didapat sebesar 2,75 dengan demikian Fhitung berada di daerah penolakan H_0 berarti H_0 ditolak, maka H_a diterima. H_a ini berarti memang betul ada pengaruh secara simultan dan signifikan antara motivasi kerja, etos kerja terhadap produktivitas kerja pegawai di PT Bank Sulut Go Manado.

Hasil penelitian memberikan makna bahwa semakin baik motivasi kerja dan etos kerja maka semakin tinggi produktivitas kerja pegawai, begitu sebaliknya semakin buruk produktivitas kerja maka semakin rendah produktivitas kerja pegawai.

Dalam meningkatkan produktivitas kerja maka ada beberapa hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan terkait dengan motivasi kerja dan etos kerja pegawai pada PT.

Bank Sulut Go Manado. Ide penulis ini untuk memaksimalkan proses pemberian motivasi oleh pimpinan serta upaya untuk lebih memperbaiki etos kerja yang ada pada pegawai perusahaan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja pegawai

b. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut Go

Pengujian yang dilakukan membuktikan bahwa nilai t hitung didapat sebesar 4,140, sedangkan nilai t tabel didapat sebesar 1,998 dengan demikian dapat dikatakan t hitung berada di daerah penolakan H_0 berarti H_0 ditolak, maka H_a diterima. Dengan adanya hal ini berarti bahwa memang betul ada pengaruh positif secara parsial dan signifikan antara motivasi kerja terhadap produktivitas kerja pegawai di Bank Sulut Go Manado.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan makna bahwa semakin tinggi motivasi kerja maka semakin tinggi produktivitas kerja pegawai begitu sebaliknya semakin rendah motivasi kerja maka semakin rendah produktivitas kerja pegawai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Yoga Prastyo (2020), Lumbantoruan Lastiar (2019), dan Widiantri dan Santoso (2019) yang mendapatkan hasil bahwa motivasi kerja berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai.

Agar dapat meningkatkan produktivitas tentunya PT. Bank Sulut Go Manado perlu memberikan motivasi kepada Pegawai dalam menjalankan tugas, agar bisa terciptanya loyalitas dan tanggung jawab pada diri pegawai, pemberian semangat dan motivasi dari pimpinan kepada Pegawai yang ada, agar pegawai tersebut bisa menanamkan sikap yang baik di dalam perusahaan agar bisa tercapainya tujuan perusahaan tersebut.

Berdasarkan tabel deskripsi motivasi, indikator X1.4 (kebutuhan sosial) memiliki nilai tertinggi artinya indikator X1.4 memberikan pengaruh paling besar untuk variabel motivasi kerja. Hal ini juga menunjukkan bahwa perlu adanya komunikasi atau interaksi antar pimpinan perusahaan dengan pegawainya, dengan demikian motivasi kerja akan semakin efektif dan akan berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas kerja pegawai pada PT. Bank Sulut Go Manado.

c. Pengaruh Etos Kerja Terhadap Produktivitas Kerja di PT. Bank Sulut Go

Pengujian yang dilakukan membuktikan bahwa nilai thitung didapat sebesar 2,699, sedangkan nilai t tabel didapat sebesar 1,988 dengan demikian thitung berada di daerah penolakan H_0 berarti H_0 ditolak, maka H_a diterima. Dengan adanya hal ini berarti bahwa memang betul ada pengaruh positif secara parsial dan signifikan antara etos kerja terhadap produktivitas kerja di PT Bank Sulut Go Manado.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan makna bahwa semakin tinggi etos kerja maka semakin tinggi produktivitas kerja pegawai, begitu sebaliknya semakin rendah etos kerja maka semakin rendah produktivitas kerja pegawai. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Tettie Setiyarti et al (2020) yang mendapat hasil bahwa etos kerja berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai.

Dengan semangat atau etos kerja yang tinggi maka akan meningkatkan produktivitas kerja pegawai. Untuk membakar semangat dan meningkatkan etos kerja, maka diperlukan langkah-langkah pasti dari perusahaan seperti membuat tantangan dengan peluang yang terbuka untuk semua pegawai agar tercapainya produktivitas pembahasan kerja yang diharapkan oleh perusahaan.

Hal ini didasari dari hasil analisis pada tabel deskripsi etos kerja, dimana indikator X2.2 (keberanian menciptakan tantangan baru) terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap variabel etos kerja. Untuk itu, perusahaan perlu mempersiapkan tantangan-tantangan agar dapat mewujudkan tujuan perusahaan.

Pentingnya produktivitas kerja pegawai yang tinggi sangatlah diharapkan oleh perusahaan, semakin banyak pegawai yang mempunyai produktivitas tinggi, maka produktivitas perusahaan secara keseluruhan akan meningkat sehingga perusahaan akan dapat bertahan dalam bentuk persaingan global.

Produktivitas pada PT. Bank Sulut Go manado sudah baik tapi masih perlu ditingkatkan lagi. Hasil penelitian menyebutkan bahwa motivasi kerja dan etos kerja terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai di PT. Bank Sulut Go Manado. Mencermati dari hasil penelitian ini dimana produktivitas kerja dari pegawai yang ditentukan oleh adanya motivasi kerja dan etos kerja, maka manajemen harus memonitor produktivitas pegawai, karena hal itu mempengaruhi semangat kerja, hasil pekerjaan pegawai, rendahnya produktivitas pegawai dan masalah pegawai lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemberian motivasi kerja masih perlu dimaksimalkan dan ditingkatkan dengan lebih baik lagi. Hasil analisis jawaban responden total skor untuk variabel motivasi kerja pada PT. Bank Sulut Go Manado termasuk di kategori sudah baik masih perlu ditingkatkan lagi.
2. Etos kerja pegawai yang ada belum maksimal masih harus ditingkatkan karena dari hasil analisis jawaban responden total skor untuk variabel etos kerja pada PT. Bank Sulut Go Manado termasuk di kategori sudah baik masih perlu di perhatikan, dimaksimalkan dan ditingkatkan.
3. Produktivitas kerja pegawai masih perlu dimaksimalkan dengan lebih baik lagi. Dari hasil analisis tentang jawaban total skor responden, menunjukkan bahwa produktivitas kerja pegawai pada PT. Bank Sulut Go Manado dikategorikan baik tapi masih perlu dimaksimalkan lagi agar lebih baik lagi.
4. Motivasi kerja dan etos kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja pegawai pada PT. Bank Sulut Go Manado. Bila motivasi kerja dan etos kerja pegawai meningkat maka akan meningkatkan produktivitas kerja pegawai pada PT. Bank Sulut Go Manado. Hal ini menunjukkan bahwa produktivitas kerja pegawai dipengaruhi oleh motivasi kerja dan etos kerja yang diterapkan pada PT. Bank Sulut Go Manado.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pegawai lebih bersemangat dengan tantangan yang diberikan, etos kerja pegawai lebih ditingkatkan agar produktivitas kerja dapat sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

2. Pemimpin perusahaan perlu meningkatkan lagi komunikasi dengan pegawai, agar pegawai bisa lebih termotivasi dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2011. *Manajemen Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Bernard, A. S. 2012. *An Introduction to Enterprise Architecture*. Bloomington: AuthorHouse. Bumi Aksara.
- Haiman, H., & Hoelgert, R. 2004. *Supervision : Concepts and Practice Management*. Cincinnati, Ohio: Ohio: South-Western Publishing Co.
- Handoko, T. Hani. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- . 2003. *Manajemen Edisi 2*. BPFE. Yogyakarta.
- Katiandagho Christian, Sylvia L. Mandey, Lisbeth Mananeke. 2014. *Pengaruh Disiplin Kerja Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt. Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado*. jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1592-1602.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Moekijat. 1994. *Koordinasi (suatu tinjauan teoritis)*. Bandung : Mandar maju.
- . 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- S.P, Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*, Cetakan Kelima, PT Refika Aditama, Bandung.
- . 2017. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Siagian, Sondang. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-24. Jakarta: Bumi Aksara.
- , 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Bandung.

———, P. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Pertama). Jakarta: Binapura Aksara.

Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jakarta : Penerbit Kencana

PENGARUH KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT BANK PERKREDITAN RAKYAT PRISMA DANA MANADO

Febbisania F. Lalawi*¹, Selfy Manueke*², Precylia R. Raming*³, Iyam L. Dua*⁴

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

⁴ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: *²self22r@gmail.com, *³precylia.ribka87@gmail.com *⁴iyampantulu@gmail.com

ABSTRACT

PT Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Prisma Dana Manado is a company engaged in the banking sector. This company experiences various problems of employees who have excessive tasks while the compensation received is not in accordance with the number of tasks carried out. This study aims to determine the effect of compensation on employee performance at PT BPR Prisma Dana Manado. The research method used is a quantitative method with 2 variables, namely variable X is compensation and variable Y is employee performance. The analytical method used is the method of correlation and simple regression. The research results obtained indicate that there is a correlation between compensation and employee performance where compensation has a very strong relationship ($r = 0.821$) with employee performance, which means that if compensation increases, employee performance also increases. Likewise, the results of the simple regression analysis ($Y = -3.575 + 1.162X$) show that compensation has a significant effect on employee performance. As a recommendation, the company should pay more attention to compensation for each employee based on the work of each employee so that employees can be satisfied and make their performance increase. In addition, the company must pay more attention to giving fair rewards to all employees such as bonuses, leave pay, and other incentives.

Keywords: *Compensation, Employee Performance*

1. PENDAHULUAN

PT BPR Prisma Dana Manado merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Karyawan di PT BPR Prisma Dana dihadapkan dengan berbagai tugas yang berlebihan dan sudah tidak sesuai dengan job description yang ada misalnya seorang customer service yang seharusnya mempunyai tugas yaitu melayani nasabah untuk membuka atau upgrade data rekening, memberi saran atas keluhan – keluhan nasabah, dan menyiapkan berkas nasabah deposito. Tetapi kenyataan yang terjadi customer service

melakukan pekerjaan yang seharusnya dilakukan oleh karyawan dana yang bertugas dilapangan seperti mengantar bunga deposito dan bilyet ke nasabah, Menarik atau menyetor uang di bank lain (BSG, BCA, BRI, BNI, Mandiri, dan bank lainnya), dan membeli peralatan kantor. Tugas seorang customer service yang sudah di luar job description tersebut dapat memperlambat operasional yang ada di dalam kantor misalnya banyak nasabah di kantor dan yang melayani mereka hanya satu orang customer service membuat nasabah-nasabah tersebut menunggu terlalu lama akibatnya citra perusahaan menjadi buruk dimata nasabah.

Beban pekerjaan yang banyak tersebut membuat karyawan merasa pemberian kompensasi penting untuk meningkatkan kinerja dalam bekerja. Untuk itu seharusnya perusahaan lebih memperhatikan setiap karyawannya agar para karyawan merasa puas akan kerjanya dan pemberian kompensasi yang adil sesuai dengan beban kerja dan hasil kerja yang dihasilkan membuat karyawan akan merasa dihargai akan setiap tugas dan tanggung jawabnya. Permasalahan lain misalnya terlalu banyak tekanan dalam bekerja dengan tujuan agar target perusahaan dapat tercapai. Contohnya karyawan di PT. BPR Prisma Dana dituntut harus menyelesaikan target bulanan, banyaknya nasabah diakhir bulan dan juga para karyawan dihadapkan dengan pekerjaan yang berhubungan dengan pergantian sistem aplikasi yang digunakan dari sistem MIBAS ke sistem terra data yang membuat karyawan harus mempelajari dan ikut pelatihan menggunakan sistem terra data tersebut dan memindahkan atau memasukkan data - data nasabah yang ada ke dalam sistem terra data. Pekerjaan - pekerjaan tersebut tentunya membutuhkan tenaga dan waktu yang banyak untuk dapat diselesaikan. Dengan adanya tekanan pekerjaan tersebut dapat membuat karyawan menjadi tertekan.

Dalam kondisi tersebut akan membuat karyawan kesulitan untuk berkonsentrasi, tidak semangat, dan sulit berpikir dengan optimal, hingga akhirnya menyebabkan penurunan kinerja. Dari permasalahan diatas pemberian kompensasi dirasa masih kurang cukup untuk setiap karyawannya.

Berdasarkan pengamatan penulis, kompensasi yang diterima oleh masing-masing karyawan setiap bulannya berbeda-beda dan tidak sesuai dengan kerja yang dihasilkan. Dari uraian permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT BPR Prisma Dana Manado". Permasalahan yang diteliti dirumuskan sebagai berikut Apakah

Kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT BPR Prisma Dana Manado? Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan Pada PT BPR Prisma Dana Manado.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Kompensasi

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Menurut Hasibuan (2003), kompensasi merupakan pengeluaran dan biaya bagi perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar kompensasi yang dibayarkan memperoleh imbalan prestasi kerja yang lebih besar dari karyawan. Kompensasi tidak saja diberikan dalam bentuk uang, tetapi dapat juga berbentuk materiil tau benda dapat juga berupa fasilitas yang disediakan perusahaan antara lain fasilitas lingkungan kerja, kesehatan, antar - jemput, makan siang, dan fasilitas perumahan (Hamali,2016). Terdapat juga beberapa pengertian kompensasi menurut beberapa tokoh sebagai berikut. Sastrohadiwiryo menyatakan bahwa kompensasi adalah imbalan atau balas jasa yang diberikan perusahaan kepada para tenaga kerja karena para tenaga kerja tersebut telah memberikan sumbangan tenaga dan pikiran mereka demi kemajuan perusahaan guna mencapai tujuan yang ditetapkan. Selanjutnya, Sedarmayanti (2011) mengatakan bahwa kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa kerja mereka. Sedangkan, menurut Ardana (2012), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa atas kontribusinya kepada perusahaan atau organisasi.

Tujuan pemberian kompensasi menurut Rivai dalam Subekhi & Jauhar (2012) adalah untuk membantu perusahaan mencapai tujuan keberhasilan strategi perusahaan dan menjamin terciptanya keadilan internal dan eksternal. Keadilan eksternal menjamin bahwa pekerjaan akan dikompensasi secara adil dengan membandingkan pekerjaan yang sama dengan pasar kerja. Tujuan manajemen kompensasi yang efektif meliputi 1) memperoleh SDM yang berkualitas Kompensasi yang cukup tinggi sangat dibutuhkan untuk memberi daya tarik kepada para pelamar. Tingkat pembayaran harus responsif terhadap penawaran dan permintaan pada kerja karena para pengusaha berkompetisi untuk mendapatkan karyawan yang diharapkan. 2) mempertahankan karyawan yang ada.

Para karyawan dapat keluar jika besaran kompensasi tidak kompetitif dan akibatnya akan menimbulkan perputaran karyawan yang cukup tinggi. 3) menjamin keadilan.. Manajemen kompensasi selalu berupaya agar keadilan internal dan eksternal dapat terwujud. 4) Penghargaan terhadap perilaku yang diinginkan. Pembayaran hendaknya memperkuat perilaku yang diinginkan dan bertindak sebagai inisiatif untuk perbaikan perilaku dimasa depan, rencana kompensasi efektif, menghargai kinerja, ketaatan, pengalaman, tanggung jawab, dan perilaku - perilaku lainnya. 5). Mengendalikan biaya. Sistem kompensasi yang rasional membantu perusahaan memperoleh dan mempertahankan para karyawan dengan biaya yang beralasan. Tanpa manajemen kompensasi efektif, bisa jadi pekerja dibayar dibawah atau atas standar. 6). Mengikuti aturan hukum. Sistem gaji dan upah yang sehat mempertimbangkan faktor - faktor legal yang dikeluarkan pemerintah dan menjamin pemenuhan kebutuhan karyawan.

Kompensasi harus diberikan secara adil menurut Mutiara Penggabean dalam Albani (2019) Dalam pemberian kompensasi, keadilan ada dua macam yang harus menjadi prioritas utama, yaitu keadilan distributif dan keadilan prosedural. Keadilan distributif berusaha untuk menjelaskan bagaimana seseorang bereaksi terhadap jumlah dan bentuk kompensasi yang diberikan, sedangkan keadilan prosedural berkaitan dengan prosedur yang digunakan untuk menentukan kompensasi.

Indikator kompensasi terdiri dari beberapa aspek. Menurut Rivai (2009) indikator kompensasi sebagai berikut: 1) Gaji. Gaji adalah balas jasa dalam bentuk uang yang diterima karyawan sebagai konsekuensi dari kedudukannya sebagai seorang karyawan yang memberikan sumbangan tenaga dan pikiran dalam mencapai tujuan perusahaan. Atau dapat juga dikatakan sebagai bayaran tetap yang diterima seseorang dari keanggotaannya dalam sebuah perusahaan. 2) Upah. Upah merupakan imbalan financial langsung yang dibayarkan kepada karyawan berdasarkan jam kerja, jumlah barang yang dihasilkan atau banyaknya pelayanan yang diberikan. Jadi tidak seperti gaji yang jumlahnya relatif tetap, besarnya upah dapat berubah - ubah tergantung pada keluaran yang dihasilkan. 3) Insentif. Insentif merupakan imbalan langsung yang dibayarkan kepada karyawan karena kinerjanya melebihi standar yang ditentukan. Insentif merupakan bentuk lain dari upah langsung diluar upah dan gaji yang merupakan kompensasi tetap, yang bisa disebut kompensasi berdasarkan kinerja. 4) Kompensasi tidak langsung (fringe benefit). Kompensasi tidak langsung merupakan kompensasi

tambahan yang diberikan berdasarkan kebijakam perusahaan terhadap semua karyawan. Contohnya berupa fasilitas seperti : asuransi - asuransi, tunjangan - tunjangan, uang pensiun, dan lain - lain.

2.2 Konsep Kinerja Karyawan

Pengertian Kinerja istilah kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance (prestasi kinerja tau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang (Mangkunegara dalam Subekhi & Jauhar (2012). Pengertian kinerja atau prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Rivai, Basri (2005) bahwa kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang atau keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Kinerja karyawan adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Menurut Armstrong dalam Hamali (2016) manajemen kinerja dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk meningkatkan kinerja organisasi dengan mengembangkan kinerja individu dan tim. \Penilaian Kinerja Menurut Wibisono (2006) adalah evaluasi kinerja merupakan penilaian kinerja yang dibandingkan dengan rencana atau standar- standar yang telah di sepakati. Menurut Handoko (2002) pengukuran kinerja adalah usaha untuk merencanakan dan mengontrol proses pengelolaan pekerjaan sehingga dapat dilaksanakan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Suatu perusahaan atau organisasi melakukan penilaian kinerja disarkan pada beberapa alasan yaitu (Edison dkk, 2016): 1) Manajemen perlu mengetahui kemampuan karyawan (atau pihak yang dinilai) dalam menjalankan tugasnya. 2) Manajemen perlu memastikan bahwa karyawan telah bekerja dengan benar sesuai dengan tujuan perusahaan atau organisasi 3) Manajemen memberi sinyal kepada pegawai / karyawan bahwa setiap proses dan/atau hasil yang dicapai akan dinilai dan dihargai sesuai kontribusi dan prestasi yang dicapai.

Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Penilaian Kinerja Menurut Keith Davis dalam Hamali (2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian sukses kinerja sebagai berikut : a. Faktor kemampuan (Ability) Kemampuan (ability) karyawan secara psikologis terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realitas (knowledge +

skill), yang berarti karyawan yang memiliki IQ diatas rata - rata dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari maka karyawan tersebut akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan. b. Faktor motivasi (Motivation) Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (tujuan kerja). Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong diri karyawan untuk berusaha mencapai prestasi kerja secara maksimal. Indikator Kinerja Karyawan atau dimensi kinerja karyawan sebagai berikut menurut Edison, dkk (2016) terdiri dari: 1) Target. Target merupakan indikator terhadap pemenuhan jumlah barang, pekerjaan, atau jumlah uang yang dihasilkan 2) Kualitas. Kualitas adalah elemen penting karena kualitas yang dihasilkan menjadi kekuatan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. 3) Waktu Penyelesaian. Penyelesaian yang tepat waktu membuat kepastian distribusi dan penyerahan pekerjaan menjadi pasti. Ini adalah modal untuk membuat kepercayaan pelanggan. 4) Taat asas. Tidak saja harus memenuhi target, kualitas dan tepat waktu tapi juga harus dilakukan dengan cara yang benar, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertempat pada PT BPR Prisma Dana Manado Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi berjumlah 40 orang karyawan. Teknik sampling yang digunakan yaitu Non - Probability sampling. Menurut Sugiyono (2017) Non Probability Sampling Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Metode analisa yang digunakan untuk menganalisis variabel operasional yaitu variabel X (Kompensasi) dan variabel Y (Kinerja Karyawan) maka analisis korelasi dan analisis regresi sederhana. Adapun skala pengukuran variabel Kompensasi (X), dan Kinerja Karyawan (Y) yang digunakan yaitu dengan menggunakan skala Likert.

Tabel 3.3
Penilaian Skala Likert

Penilaian	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Siregar (2011), yang menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dalam kaitan dengan penelitian ini, penggunaan skala likert adalah untuk menganalisis pengaruh variabel Kompensasi (X) dan Kinerja Karyawan (Y) dengan menggunakan metode statistik umum yaitu analisis korelasi yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variabel independen dengan beberapa variabel dependen. Semua perhitungan analisis kuantitatif yang digunakan diselesaikan dengan bantuan program Microsoft Excel dan SPSS.

3.1 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Kompensasi (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) digunakan analisis korelasi dengan mengikuti formulasi Pearson. Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut (Riduwan, 2010).

Tabel 3.1

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan, 2010

3.2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana. Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan. Rumus persamaan Regresi sebagai berikut : $Y = a + bX$

Keterangan :

Y: Kinerja Karyawan
X: Kompensasi
a: Nilai Intercept atau Konstan
b: Koefisien Regresi

3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan adalah Uji t. Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Variabel Independen dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila signifikan $< \alpha$ yaitu 0,05 (Rini Ardista, 2021). Persamaan Uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t: Nilai t yang dihitung selanjutnya disebut t-hitung

r: Koefisien Korelasi

n: Jumlah

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Kompensasi (X) terhadap variabel terikat yaitu Kinerja Karyawan (Y). Hasil analisis korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Hasil Analisis Korelasi Variabel Kompensasi Terhadap Variabel Kinerja Karyawan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.674	.666	4.546

Sumber : Pengolahan Data 2022

Tabel diatas menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) adalah sebesar 0,821, yang berarti korelasi antara variabel Kompensasi dan variabel Kinerja Karyawan

mempunyai hubungan yang sangat kuat. Dikatakan mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan melihat panduan tabel koefisien korelasi dengan nilai yaitu 0,80 - 1,000. R Square atau koefisien determinasi menunjukkan angka 0,674 hal ini menunjukkan 67,4 % pengaruh dari variabel bebas (Kompensasi) terhadap variabel terikat (Kinerja Karyawan), sedangkan sisanya yaitu 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.2 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Uji Regresi digunakan untuk analisis antara satu variable dengan variable lain yang secara konseptual mempunyai pengaruh yang kuat. Dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 40 responden diperoleh data dan tabulasi menurut variabel penelitian. Hasil analisis regresi sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah berikut:

Tabel 4.2
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.575	6.195		-.577	.567
Kompensasi	1.162	.131	.821	8.874	.000

Sumber: Pengolahan data 2022

Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = -3,575 + 1,162$$

Hasil ini menunjukkan bahwa nilai konstan (a) bertanda negative, yaitu -3,575 artinya apabila kompensasi sama dengan nol (0) maka kinerja karyawan mengalami penurunan. Dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti kompensasi secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Pengujian keputusan dalam uji regresi sederhana dapat mengacu pada dua hal yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05 :

- a. Jika nilai signifikansi < 0.05 , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y
- b. Jika nilai signifikansi > 0.05 , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.627.530	1	1.627.530	78.740	.000 ^b
Residual	785.445	38	20.670		
Total	2.412.975	39			

Sumber: Pengolahan data 2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 78,740 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti $< 0,05$, Jadi model regresi dapat dipakai untuk menyatakan bahwa variabel kompensasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja karyawan.

4.3 Pengujian Hipotesis melalui Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Pengujian Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Kompensasi	1.162	.131	.821	8.874	.000

Sumber : Pengolahan data 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa besar t-hitung adalah 8,874 sedangkan t-tabel dari df 38 adalah 2,024. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima. Nilai t hitung sebesar $8,874 > t_{tabel} 2.024$, Hasil pengujian

hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT BPR Prisma Dana Manado.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapatlah disimpulkan bahwa hasil analisis korelasi dengan formulasi Pearson menunjukkan variabel kompensasi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kinerja karyawan. Selanjutnya, hasil analisis regresi sederhana diperoleh bukti bahwa kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan, yang mengindikasikan bahwa apabila kompensasi meningkat maka kinerja karyawan akan meningkat pula. Hal ini sejalan dengan hasil analisis dengan menggunakan t-hitung dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel. Untuk itu, direkomendasikan bahwa pimpinan PT. BPR Prisma Dana Manado harus memperhatikan dengan adil pemberian kompensasi kepada karyawannya agar kinerja karyawan dapat meningkat sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Albani, Aldi.2019. Pemberian Kompensasi Yang Adil. Jurnal. STAI Darul Kamal NW Kembang Kerang.
- Anoraga, Pandji. 2005. Psikologi Kerja. Jakarta. Rineka Cipta.
- Bangun, Wilson. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung. Erlangga.
- Edison, dkk.2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Hamali, Arif. 2016. Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia.Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Handoko, T. H.2002. Sistem Manajemen Kinerja. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2003. “Manajemen Sumber Daya Manusia”. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Riduwan.2010. Skala Pengukuran Variabel – variabel. Bandung. Penerbit: Alfabeta.
- Rivai, Veitzhal. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

- Rivai, Veitzhal & Basri. Performance Appraisal: Sistem Yang Tepat Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veitzhal & Ella Jauvan. 2009 Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Alfabeta Siregar, Syofian. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta. Kencana.
- Subekhi, Akhmad & Mohammad Jauhar. 2012. Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Jakarta. Prestasi Pustaka.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung. Alfabeta.
- Sumendap, Brayen. 2021. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sinar Terang Mandiri. Manado.
- Suliyanto. 2009. Metode Riset Bisnis. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sutrisno, Edy. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan kedua. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. Tika, Pabundu. 2006. Metodologi Riset Bisnis. Jakarta. Penerbit Bumi Aksara.
- Wibowo. 2013. Manajemen Kinerja. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wirawan. 2013. Kepemimpinan: Teori, Psikologi, Perilaku Organisasi, Aplikasi dan Penelitian. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

BUSINESS MODEL LEAN CANVAS BERBASIS USAHA RINTISAN DI DESTINASI PARIWISATA SUPER PRIORITAS LIKUPANG KABUPATEN MINAHASA UTARA PROVINSI SULAWESI UTARA

Agustinus Walansendow*¹, Geofane Daud*²

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: walansendowagus@gmail.com

ABSTRAK

Startup merupakan organisasi yang dirancang untuk menciptakan produk atau layanan di bawah kondisi yang tidak pasti. Startup yang sukses bukan berasal dari pendahulunya yang berhasil tetapi dapat dipelajari dan dapat diajarkan. Tujuan Penelitian adalah pertama Merancang suatu model business lean canvas yang cocok untuk UMKM di Destinasi Pariwisata Super prioritas Likupang Kabupaten Minahasa Utara kemudian yang kedua Menentukan map model Bisnis Canvas Bagi UMKM kuliner dan UMKM Kerajinan dan yang ketiga Menjelaskan penggunaan Bisnis Model Canvas Bagi UMKM Kuliner dan UMKM Kerajinan, UMKM kuliner dan UMKM Kerajinan sebagai salah satu rintisan dalam penyediaan makanan dan minuman serta cendra mata menawarkan kemudahan dan menyediakan pemasaran yang telah disediakan, dengan menggunakan Lean Canvas dalam menentukan ide dan dokumentasi dalam melangkah dan memutuskan sasaran pasar sehingga akan membuat UMKM dan juga pelanggan dari UMKM tersebut akan mendapatkan banyak kemudahan dan lebih menghemat biaya. Penerapan bisnis model seperti Business Model Canvas dan Lean Canvas dalam startup UMKM Kuliner dan UMKM Kerajinan bertujuan untuk mewakili bagaimana suatu perusahaan bisa beroperasi dan dapat menggambarkan suatu hubungan dari pengembang teknologi yang dapat menghasilkan suatu nilai ekonomi. Lean Canvas lebih berfokus pada masalah dan sebagai alat untuk menyederhanakan dan mendokumentasikan model bisnis serta mengukur kemajuan dalam bisnis.

Kata kunci : Bisnis Model, *Lean Canvas*, UMKM, Model

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis startup di Indonesia belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dimana banyak sekali bermunculan startup-startup baru yang saling bersaing di dalam bidangnya, perkembangan bisnis startup ini tidak lain juga didukung oleh perkembangan jaman yang semakin hari juga semakin pesat perkembangannya dan menjadi sangat lumrah dengan masyarakat Indonesia yang juga sekarang mulai susah untuk lepas dari gawai masing-masing yang menuntut agar semua

fasilitas yang ada makin praktis dan juga mudah didapatkan tanpa harus keluar rumah. Didalam bisnis startup banyak pengembangnya yang mempunyai Teknik atau cara agar startup buatan mereka laku dan tidak gampang tergeser oleh yang lainya diantaranya adalah pengoptimalan kinerja suatu pengembang startup dengan menggunakan model canvas, yang tentunya banyak yang menggunakan model canvas tersebut untuk memberikan suatu gambaran kerangka kerja yang lebih mudah di pahami, dan bisa dibilang karena itulah suatu model canvas itu sangatlah penting untuk suatu perusahaan startup dalam mengembangkan produknya.

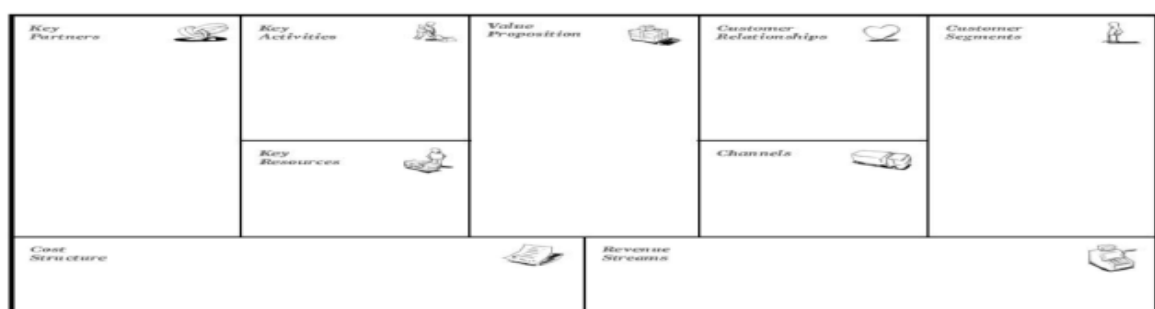
Dalam sebuah bisnis model canvas memiliki pendekatan luar-dalam melibatkan eksplorasi peluang untuk inovasi dengan melihat organisasi melalui berbagai jenis model bisnis ideal, atau pola dasar model bisnis (Joyce and Paquin 2016). *Business Model Canvas* ini juga mempunyai Sembilan blok model yang mana setiap blok tersebut menjelaskan hubungan antar blok, dalam perkembangan startup saat ini banyak yang menggunakan *Business Model Canvas* seperti ini dikarenakan lebih mudah dipahami dan lebih fleksibel dalam pengembangan bisnisnya jika suatu saat ada perubahan terkait model bisnis yang dipakai. Selain menggunakan *Business Model Canvas* konvensional seperti yang biasanya dipakai ada juga model canvas lain diantaranya Lean Canvas yang mana dalam model Canvas ini terdapat beberapa perbedaan dan fokus yang di tujukan dalam pengembangan startup. Walaupun pada dasarnya mengusung dasar yang sama dengan *Business Model Canvas* konvensional, tetapi memang ada beberapa perbedaan yang harus diketahui sebagai pengembang startup yang menggunakan Lean Canvas dalam mencapai sebuah target bisnis mereka Hasil penelitian Jaya, et al (2017) menyatakan bahwa data yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa tim sangat berpengaruh bagi kesuksesan startup, kualitas SDM, skill, dan kemampuan codingnya, sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah startup. Tim sangat penting dalam sebuah startup, tim merupakan aset paling berharga. SDM startup tidak dapat bekerja sendiri, oleh karena itu dibutuhkan sinergi antar satu dengan yang lainnya. Tim adalah aspek utama dari startup.

Dari sudut pandang venture capitalist, tim adalah elemen paling penting saat menentukan apakah seorang investor akan berinvestasi atau tidak (Uzzaman, 2015) Persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya memacu semangat pelaku usaha untuk lebih meningkatkan produktivitas maupun sistem yang telah dimiliki. Persaingan bisnis

semakin berat dan ketat, setiap perusahaan selalu dituntut untuk berkembang. Salah satu cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha untuk dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi – strategi yang baru. Namun strategi itu sendiri tidaklah cukup, perusahaan harus punya model bisnis yang kuat dan baik serta tepat pada perusahaan miliknya. *Business model canvas* (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Rainaldo et al., 2017). Menurut penelitian Euis et al. (2014), yang telah dilakukan bahwa *business model canvas* (BMC) memiliki sembilan elemen yang penting dalam membantu mengidentifikasi model bisnis pada beberapa UMKM dan membantu untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memerlukan perbaikan untuk membantu keberlangsungan usaha di masa depan. Bisnis model kanvas juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru.

Langkah Langkah yang akan dilakukan dalam model bisnis kanvas adalah membuat hipotesis awal kemudian dikonfirmasi kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung (*on line*). Konfirmasi dilakukan dengan *test the problem* dan *test the solution* kepada konsumen dan penjualan produk (Blank dan Dorf, 2012). Model bisnis kanvas terdiri dari sembilan komponen bisnis yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1. Model Bisnis kanvas



Sumber : Komponen bisnis pada model bisnis kanvas (Osterwalder et al., 2010).

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penelitian

Pada tahapan perencanaan bisnis model kanvas, beberapa hal yang harus dilakukan adalah menentukan hipotesis awal komponen-komponen dalam model bisnis kanvas

untuk usaha kuliner dan souvenir & Give. Komponen-komponen bisnis dalam model bisnis awal ini kemudian diuji kesesuaiannya sehingga diperoleh perubahan-perubahan untuk perbaikan komponen-komponen model bisnis kanvas berdasarkan masukan-masukan yang ada. Tahapan dalam perancangan komponen-komponen dalam model bisnis kanvas untuk produk UMKM kuliner dan UMKM Souvenir & Gift setelah penyusunan hipotesis awal adalah pengujian hipotesis dan verifikasi model bisnis.

2.2. Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini metode yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan business model canvas melalui wawancara dan FGD (*focus group discussion*) yang dilakukan terhadap informan.

Langkah pertama dilakukan dalam model bisnis kanvas adalah membuat hipotesis awal kemudian dikonfirmasi kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung (*on line*). Konfirmasi dilakukan dengan *test the problem* dan *test the solution* kepada konsumen dan penjualan produk (Blank dan Dorf, 2012). Model bisnis kanvas terdiri dari sembilan komponen bisnis yang terdiri dari :

1. *Customer segment* (CS), yaitu menentukan segmen target customer dari produksi Makanan dan Souvenir & Gift yang akan dikembangkan,
2. *Value proposition* (VP), yaitu memperkirakan kebutuhan *customer* yang sudah diidentifikasi pada *customer segment*,
3. *Customer relationship* (CR), yaitu mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan *customer*,
4. *Channel* (CH), yaitu suatu cara untuk mencapai *customer*,
5. *Revenue stream* (RS) yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *customer segment*,
6. *Key resource* (KR) adalah sumber daya utama yang menjelaskan mengenai *asset* terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis,
7. *Key activities* (KA) adalah kegiatan utama,
8. *Key partners* (KP) adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra,

9. *Cost structure* (CR) adalah struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan

2.3 Teknik Penentuan Narasumber

Teknik penentuan narasumber yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu dimana pengambilan sampel harus berdasarkan karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi, sehingga narasumber yang digunakan adalah customer produk Souvenir & Gift. Survei langsung pada tahap ini menggunakan 10 Informan calon konsumen potensial untuk menguji permasalahan dan pengujian solusi. Informan untuk pengujian masalah dan pengujian solusi terdiri dari 6 UMKM Keraajinan dan 4 Informan dari kalangan UMKM Kuliner

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam rencana penentuan bisnis Souvenir & Gift mengacu pada teori dari Moleong (2012) yaitu:

1. Mengumpulkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui wawancara
2. Reduksi data, membuat abstraksi berupa rangkuman mengenai inti dari penelitian, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Kategorisasi di mana peneliti dituntut untuk menyusun data ke dalam kategori yang disusun berdasarkan pandangan, pendapat atau kriteria tertentu.
4. Pemeriksaan keabsahan data untuk menunjukkan bahwa isi data penelitian benar-benar asli atau valid dengan menggunakan teknik triangulasi

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengumpulan Ide

Metode populer untuk menghasilkan ide adalah teknik brainstorming kelompok di mana kelompok mengikuti aturan, aturan-aturan ini menginstruksikan anggota kelompok untuk membangun ide-ide sebelumnya, untuk tidak mengkritik ide apa pun, untuk menghasilkan sejumlah besar ide, dan merasa bebas untuk berkontribusi. Pada tahap brainstorming ini bertujuan untuk pengumpulan ide sebanyak mungkin untuk diterapkan ke dalam blok yang tersedia, setelah mendapat ide, setiap anggota akan memaparkan ide-

ide yang didapatkan dan dikumpulkan menjadi satu. Pada saat melakukan proses ini setiap anggota tim akan bertemu untuk mengeluarkan semua ide yang ada di dalam pikiran yang akan diolah untuk mengisi satu persatu blok yang tersedia sesuai kebutuhan, para anggota tim akan menulis setiap ide yang dikeluarkan kedalam flipchart atau sticky note untuk mendokumentasikan ide yang muncul dan dapat digunakan sebagai perangsang munculnya ide-ide yang lain karena semakin banyak ide yang ditemukan akan semakin baik pula dalam penentuan pengisian blok.

3.2 Proses Gambar Canvas

Proses penggambaran blok yang ada dalam Lean Canvas dan Business Model Canvas sangat mirip, hanya ada perbedaan di beberapa judul yang ada di dalam blok yang tersedia. Pada proses ini dilakukan dua kali dikarenakan sebelum menggunakan Lean Canvas, terlebih dahulu untuk mengembangkan dan menampung ide-ide yang telah kami dapat dalam penentuan ide masing-masing blok yang tersedia di dalam Business Model Canvas. Beberapa perubahan dijelaskan pada Gambar 2 berikut:



Dari gambar diatas maka didapatkan beberapa perubahan dalam blok yang ada di Lean Canvas perubahan tersebut dapat dijelaskan kedalam tabel berikut:

Table 3 : Perubahan blok pada Busines Model Canvas ke Lean Canvas

BMC	Keterangan	Lean Canvas	Keterangan
Key partner	Sebagai mitra usaha pengembangan usaha	Problem	Masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen

Key Activities	Sebagai aktivitas utama dan paling penting agar bisnis model berfungsi dan beroperasi	Solution	Suatu solusi yang mungkin atas masalah blok problem
Key Resources	Sumber daya utama yang dibutuhkan untuk membuat suatu model bisnis bekerja	Key Metrics	Aktivitas utama yang akan digunakan untuk melacak penggunaan solusi
Customer Relationship	Hubungan pelanggan adalah bagaimana suatu perusahaan dapat menjalin dan memelihara suatu hubungan dengan pelanggan.	Unfair advantage	keunggulan yang benar benar tidak dapat disalin dengan mudah oleh pesaing

3.3 Prioritas Mulai

Menempatkan setiap ide yang ditemukan ke dalam masing-masing blok. semula akan banyak ide yang dimasukan ke dalam blok. namun dengan berjalanya waktu, ide terus mengecil sehingga menghasilkan ide-ide yang dianggap sesuai dengan blok yang ada.

Tahapan berikutnya akan terus berulang dan terus berkembang mengikuti perkembangan dari startup rintisan, karena pada dasarnya semakin lama dan semakin berkembang banyak startup-startup lain juga yang menyaingi dan mencoba menggeser posisi startup yang ada maka dalam penentuan ini bisa diulang dilakukan sampai mendapatkan ide dan solusi yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan masalah yang harus diselesaikan dengan solusi dan perkembangan startup yang sedang dirintis

3.4 Target Pasar

Target pasar adalah merupakan kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan. Apabila perusahaan ingin menentukan segmen pasar mana yang akan dimasukinya.(Vermana 2004). Dalam pengembangan ide dari startup Umkm Makanan dan UMKM Souvenir & Give penentuan pasar dilakukan bertujuan untuk memastikan bahwa pemasaran tepat sasaran dan sesuai dengan ide dalam blok Customer Segment. Hal ini penting dilakukan untuk peningkatan penjualan dan sebagai alat ukur tingkat keberhasilannya, target utama startup Umkm

Makanan dan UMKM Souvenir & Give adalah customer yang berada di Likupang, pemilihan target pasar ini dikarenakan Likupang yang merupakan destinasi super prioritas pariwisata dari 5 destinasi prioritas Indonesia maka, merupakan hal yang wajar jika dibutuhkan customer yang merata. untuk memenuhi kebutuhan makanan serta souvenir. Hal ini dapat dilihat dari data yang telah diperoleh dimana banyaknya bertebaran umkm kuliner dan souvenir didaerah destinasi wisata Likupang Dengan jumlah yang terbatas dan bisa menjadi sebuah peluang target pasar.

Penyesuaian ideasi dalam blok Lean Canvas Dalam tahapan wawancara yang telah dilakukan didapatkan, dua Informan yang sesuai dengan kriteria yang diterapkan pada teknik Purposive Sampling dan bekerja dari UMKM Kuliner dan Kerajinan yang berbeda, 10 Informan tersebut adalah:

Untuk memvalidasi ideasi pada tahap brainstorming agar sesuai dengan customer maka dihasilkan simpulan hasil wawancara pada Tabel 4:

Tabel 4 Pertanyaan dan hasil

Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Apa masalah yang dihadapi dalam memakai sistem?	Memastikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan	Penggunaan manual terkendala penyimpanan.
Apakah ada keluhan/masalah dari Pelanggan jika pelayanan manajemen masih manual?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Beberapa Informan berpendapat pelayanan manual masih ditemukan kendala
Apakah akan terbantu jika disediakan platform itu semua secara system?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Semua Informan berpendapat bahwa akan terbantu jika ada sistem yang disediakan
Apakah bersedia memberikan penilaian serta kritik dan saran?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok channel	beberapa Informan bersedia memberikan penilaian jika sistem tersedia
Apakah bisa pengumpulan data Pelanggan diterapkan secara sistem tanpa harus ke kantor?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Informan mengatakan pengumpulan sudah berada dalam sistem, tapi pengumpulan berkas masih manual

Apakah kurang efisiensi data Pelanggan pada manajemen bisa menjadi kendala?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Dari semua Informan setuju bahwa kurang efisiennya data menjadi kendala manajemen
Apakah memakai sistem? Atau manual?	Mengetahui jenis manajemen yang digunakan	Masih ada Informan yang menggunakan sistem secara manual
Apakah transaksi masih manual?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Salahsatu Informan sudah menggunakan sistem
Jika ada apakah bersedia untuk membayar atau berlangganan?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok Revenue Stream terhadap customer	Kedua Informan berpendapat akan terbantu, walau masih ragu
Pengumpulan data dan tracking dengan manual atau tidak?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Tracking masih manual

Dari tabel 4 didapatkan respon dari target calon pengguna terkait ideasi yang diterapkan untuk memvalidasi pengisian setiap blok yang ada pada Lean Canvas, sudah cukup sesuai dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan dan mendapatkan beberapa saran yang dirasa penting bagi calon pengguna. Untuk mendukung dan memperkuat ideasi yang telah dilakukan terkait blok-blok yang tersedia, dilakukan pula penyebaran kusioner ditargetkan untuk pengguna umum yang kemungkinan berpotensi menjadi Pelanggan atau pelanggan dari UMKM Kuliner dan Kerajinan. Maka didapatkan Tabel 5 yang berisi simpulan dari hasil kusioner sebagai berikut.

Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
Pertanyaan	Tujuan	Hasil

Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
---	--	--

Berdasarkan Tabel 6 bahwa banyak target calon pengguna atau Pelanggan dari UMKM Kuliner dan Kerajinan tidak mengetahui dan tidak paham terkait sistem yang disediakan untuk mempermudah pelayanan, namun meskipun begitu seluruh Informan memilih jika disediakan sistem secara digital akan lebih membantu dan efisien dalam manajemen maupun pelayanan.

Penerapan Pada Lean Canvas Pada proses ini merupakan tahapan pengimplementasian rancangan yang telah dijelaskan sebelumnya pada blok perencanaan Lean Canvas, pengisian tersebut dihasilkan dari brainstorming dan rancangan yang telah disusun sebelumnya, yang kemudian didukung dengan validasi pada tahapan wawancara dan kusioner terhadap beberapa Informan. Maka dihasilkan rancangan yang diimplementasikan seperti pada tabel 7.

Tabel 7 : Pemetaan hasil rancangan

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
- Kurang Efisien Data Pelanggan - Keluhan dari Pelanggan yang mengeluhkan pelayanan manual - Kurang Tracking Transaksi	Menyediakan Platform data pelanggan keuangan secara digital sehingga mudah diakses	Desan yang masih sederhana		pelanggan kuliner dan souvenir
Key Metric				Chanel
-Mengunjungi Web UMKM - Login Masuk -Mengisi Kebutuhan Pelanggan				-iklan -stori Telling -Demo
Cost Structure		Revenue Stream		
- Promosi -Gaji		Sumber Pemasukan dari biaya berlangganan yang tersedia		

-Biaya Iklan -Pemeliharaan -Pengembangan	
--	--

3.4.1 Customer Segment

Customer segment yang UMKM Kuliner dan Kerajinan targetkan adalah wisatawan, UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri menargetkan pemasaran pada wisatawan dikarenakan banyaknya UMKM Kuliner dan Kerajinan yang ada di Indonesia, yang didapatkan data total dari penyelenggara UMKM Kuliner dan Kerajinan sebanyak 1421 , maka dari itu UMKM Kuliner dan Kerajinan berani menargetkan UMKM Kuliner dan Kerajinan sebagai target pasar utama karena banyaknya yang tersedia khususnya rintisan yang baru memulai dan belum menggunakan sistem dalam membantu manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan yang mereka kelola.

3.4.2 Problem

Pada blok ini didapatkan beberapa masalah yang dihasilkan dari tahapan brainstorming, yang kemudian divalidasi pada tahapan wawancara dan diperkuat dengan penyebaran kusioner secara online untuk memastikan ide tersebut layak dan sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh customer. Masalah tersebut adalah:

1. Kurang efisiennya data Pelanggan, yang diperkuat dengan hasil wawancara Informan memberikan pendapat bahwa kurang efisien dalam pengelolaan maupun penginputan merupakan suatu kendala yang harus segera diatasi karena merupakan permasalahan yang berpengaruh pada kinerja.
2. Keluhan dari Pelanggan yang mengeluhkan manualnya proses pelayanan, masalah ini diperkuat
3. dari hasil wawancara dan kusioner, yang mana banyak Informan dari Pelanggan lebih memilih pelayanan secara digital daripada manual. Sedangkan dari wawancara didapatkan pendapat bahwa setiap pasti ada keluhan dari Pelanggan walaupun sudah menggunakan sistem secara digital maupun yang belum.
4. Kurangnya tracking transaksi. Masalah ini diperkuat dalam proses wawancara yang mana Informan berpendapat bahwa untuk input data bisa secara sistem digital namun masih diinputkan oleh pegawai UMKM Kuliner dan Kerajinan,

sedangkan untuk pengumpulan berkas masih menggunakan proses manual dimana Pelanggan harus datang secara langsung untuk memberikan berkas yang dibutuhkan. Pada pengisian blok ini berdasarkan hasil brainstorming dan divalidasi dengan hasil wawancara serta dikuatkan dengan hasil kusioner online yang disebarkan, terlihat banyak Informan wawancara dan kusioner lebih memilih menggunakan sistem dari pada penggunaan manual dan menilai bahwa penggunaan sistem bisa lebih memudahkan pekerjaan daripada manajemen secara manual.

3.4.3 Solution

Pada blok solution didapatkan dari upaya pemecahan masalah yang dihadapi oleh customer, maka dihasilkan berupa penyediaan platform data Pelanggan, keuangan secara digital sehingga dapat diakses dengan mudah dan diterapkan dalam tahapan tahapan bauran pemasaran yang menjelaskan tentang produk yang bisa menyelesaikan masalah dari customer, dan solusi tersebut kemudian divalidasi kesesuaiannya dengan tahap wawancara, dimana fokus dari pemecahan masalah tersebut adalah

1. Pendataan Pelanggan ataupun input data Pelanggan, yang dilakukan secara sistem digital agar lebih mempermudah inputan tanpa harus menggunakan form manual seperti kertas ataupun pendataan yang masih menggunakan excel. Pemfokusan ini didapatkan saat sesi wawancara yang salah satu informan mengungkapkan bahwa manajemen pengelolaan mereka masih ada yang manual dan menggunakan excel sebagai alat untuk pendataan.
2. Pengelolaan keuangan yang dapat dilacak jadi Pelanggan tidak perlu khawatir jika Pelanggan lupa akan kekurangan pembayaran karena akan disediakan bagan menampilkan histori pembayaran oleh Pelanggan.
3. Semua fitur yang tersedia diringkas hanya dengan satu kesatuan sistem yang membuat lebih sederhana dan diharapkan mudah dalam pengoperasiannya.

Diambilnya solusi ini disesuaikan dalam tahapan wawancara yang mana semua Informan berpendapat bahwa akan sangat terbantu jika disediakan semua dalam satu kesatuan sistem. Dari semua Informan yang memberikan tanggapan berupa pernyataan bahwa manajemen Pelanggan maupun pengelolaan data akan terbantu jika benar ada sistem digital yang dapat memecahkan semua masalah yang sebelumnya hanya dengan satu kesatuan sistem yang diharapkan dalam penggunaan akan lebih mudah. Membuktikan

bahwa solusi yang ditawarkan bisa membantu memecahkan masalah yang ada.

3.4.4 Unique Value Proposition

Unique Value Proposition disini dikembangkan dari pemecahan masalah yang terjadi pada blok problem dengan menyediakan blok solution untuk meraih atau mewujudkan tujuan atau nilai lebih yang dimiliki UMKM Kuliner dan Kerajinan yaitu pada blok ini didapatkan Unique Value Proposition dari UMKM Kuliner dan Kerajinan yang merupakan keunggulan dari produk yang kami kembangkan adalah, desain yang simple dibuat dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan pengelolaan umroh dan haji mereka. Selain itu, terdapat sistem informasi yang dibuat secara detail dan informatif agar yang menggunakan layanan dari produk kami dapat mengetahui secara rinci terkait manajemen bisnis yang dikelolanya. Isi dari blok ini sendiri merupakan tujuan utama UMKM Kuliner dan Kerajinan yang bertujuan untuk Memudahkan Pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan.

3.4.5 Channels

Channels yang jembatan untuk menyampaikan proposisi nilai yang dimiliki perusahaan kepada pelanggan. Dalam blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan mengisinya dengan iklan, demo dan testimoni sebagai sarana agar produk yang disampaikan kepada Customer Segment sesuai dengan Value Proposition yang UMKM Kuliner dan Kerajinan miliki. Pengisian tersebut didasarkan pada brainstorming dan rancangan bauran pemasaran pada tahap promosi. Berikut adalah bahasan pengisian blok Channels

- a) Iklan merupakan sarana pemasaran yang pasti dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produknya, dalam mengiklankan produk UMKM Kuliner dan Kerajinan berdasarkan pada bauran pemasaran menggunakan sarana berupa promosi digital yaitu dengan menggunakan media sosial, website, serta menggunakan relationship marketing.
- b) Demo dalam strategi pemasaran maka demo akan diberikan masa percobaan selama satu bulan kepada untuk mencoba sistem yang dikembangkan dengan memiliki fitur yang terbatas. Setelah satu bulan berjalan, bila tertarik untuk memperpanjang, produk akan disewakan kepada .
- c) Testimoni merupakan salah satu bentuk pemasaran yang efektif karena menggunakan feedback dari customer untuk menarik customer yang lain namun ada pula resiko yang terjadi apabila customer memberikan feedback yang buruk, namun

dibalik feedback yang buruk bisa menjadikan pengembangan lebih terarah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam pemilihan testimoni ini diperkuat dengan hasil wawancara yang mana Informan akan bersedia memberikan masukan dan penilaian terhadap produk yang digunakan.

3.4.6 Revenue Streams

Revenue Stream atau penyusun arus pendapatan merupakan perwujudan keberhasilan perusahaan dalam menawarkan proposisi nilai kepada para pelanggannya sehingga mendapatkan suatu keuntungan. Yang mana pada blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan ngisinya sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati sebelumnya dan dikuatkan dengan digunakanya perencanaan tersebut pada saat bauran pemasaran harga (Price) berdasarkan riset perbandingan harga dengan startup yang sama, jadi revenue stream dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah, Pembayaran pelayanan, yang dimaksud dalam pembayaran pelayanan disini adalah berlangganan sistem yang disediakan agar bisa digunakan untuk memanajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan pada pada tiap haji dan umrah yang memakai, sehingga customer yang menggunakan UMKM Kuliner dan Kerajinan mendapatkan fitur-fitur yang telah disediakan didalam sistem. Dalam pembayaran pelayanan disini didasarkan pada strategi pemasaran tentang harga yang telah ditetapkan berdasarkan harga pesaing atau startup yang serupa dengan UMKM Kuliner dan Kerajinan, maka ditetapkan untuk harga berlangganan atau pelayanan UMKM Kuliner dan Kerajinan

Jadi dapat disimpulkan pada pengembangan awal bahwa sumber pemasukan UMKM Kuliner dan Kerajinan berasal dari biaya berlangganan sistem yang tersedia selama pertahun yang akan bisa bertambah jika ada ketentuan khusus yang ingin ditambahkan oleh calon pengguna. Dari hasil riset untuk kisaran harga yang diterapkan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan masih tergolong sangatlah terjangkau daripada startup serupa, dan dari hasil wawancara-pun Informan memberikan jawaban mau untuk berlangganan.

3.4.7 Cost Structure

Cost Structure bertujuan untuk penjelasan struktur biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis, dalam UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri meliputi beberapa kegiatan yang memang harus mengeluarkan biaya dalam operasional nya.

1. Promosi, yang merupakan salah satu dari elemen bauran pemasaran dalam melakukan strategi ini, tentunya harus mengeluarkan biaya seperti biaya iklan

pada media cetak, media online.

2. Gaji, sudah pasti suatu perusahaan mengeluarkan biaya dalam penggajian karyawan yang bekerja
3. di perusahaan tersebut termasuk untuk gaji dalam developing sistem.
4. Maintenance, merupakan biaya yang harus dikeluarkan dalam masalah pemeliharaan meliputi, sarana dan prasarana yang ada, biaya pemeliharaan kantor maupun gedung yang dipakai.

3.4.8 Key Metrics

Key Metrics yang berfungsi sebagai langkah-langkah atau aktifitas utama yang harus dilakukan dalam startup UMKM Kuliner dan Kerajinan, maka dari itu dimasukan beberapa aktivitas utama yang harus dilakukan diantaranya,

- a. Mengunjungi web UMKM Kuliner dan Kerajinan,
- b. Login untuk mengakses fitur dan halaman yang dibutuhkan dalam sistem,
- c. Mengisi kebutuhan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Dalam pengisian blok ini didasarkan pada tahapan-tahapan yang dilakukan agar pengguna dapat menggunakan UMKM Kuliner dan Kerajinan, selain itu sebagai fokus arah dalam pengembangan apa yang harus dibuat agar tidak melakukan atau membuat pengembangan yang akhirnya malah tidak digunakan atau tidak berguna dan membantu, Langkah-langkah tersebut juga merupakan salah satu rancangan perencanaan bauran pemasaran produk (Product) dalam menentukan bagaimana konsumen dapat menggunakan produk tersebut.

3.4.9 Unfair Advantage

Unfair Advantage yang berfungsi untuk menentukan ciri atau sesuatu yang susah ditiru oleh perusahaan lain. Pada blok ini boleh dikosongkan terlebih dahulu, seiring berkembangnya startup maka akan bisa mengisinya ketika memang benar-benar telah menemukannya, pada blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan masih dikosongkan dikarenakan UMKM Kuliner dan Kerajinan merupakan startup yang benar-benar baru masuk dalam bisnis dikarenakan itu masih belum mengetahui apa ciri khusus dan keunggulan yang benar-benar tidak bisa ditiru oleh perusahaan lain, kami akan terus berusaha mengisi blok ini sembari terus mengembangkan UMKM Kuliner dan Kerajinan agar menjadi startup yang bisa memecahkan masalah dan memiliki sesuatu yang tidak

bisa ditiru oleh perusahaan lain.

3.5 Faktor penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan

Lean Canvas merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengimplementasikan ide bisnis dalam suatu perusahaan sama halnya dengan Business Model Canvas. Lean Canvas juga difungsikan sebagai pedoman dalam langkah pengembangan suatu startup dan dari kedua model tersebut akan terus berkembang mengikuti perusahaan atau startup yang mengimplementasikannya. Faktor penentu dalam penerapan Lean Canvas untuk pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah untuk fokus mengidentifikasi masalah dan solusi. Yang dirancang untuk pola pikir pemula untuk penerapan bagi perusahaan rintisan dan membantu wirausahawan membangun ide mereka. (Maurya 2010). Dalam penerapannya Lean canvas memiliki konsep untuk memotong informasi yang tidak perlu dan tugas yang memakan waktu. Jadi lebih berfokus dengan masalah apa yang sedang kita bawa dan divalidasi apakah masalah itu sudah sesuai belum dengan apa yang terjadi dengan customer dan memberikan gambaran serta arahan untuk pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan kearah yang benar dibutuhkan oleh customer yang harapanya agar tidak terjadi aktivitas yang mengakibatkan pemborosan maupun sia-sia. Dalam penerapannya UMKM Kuliner dan Kerajinan masih menggunakan Business Model Canvas untuk mendukung dan menjangkau pada blok yang tidak bisa dijangkau oleh Lean canvas, akan tetapi penggunaan dilakukan setelah ide dalam blok Lean Canvas tervalidasi dan berkerja barulah Business Model Canvas digunakan sebagai pelengkap dalam bisnis model yang digunakan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan bahasan sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan terkait dengan penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan sebagai berikut:

1. Penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri disebabkan karena pengembangan ide Jadi lebih berfokus dengan masalah, untuk sarana yang pendukung pada startup rintisan seperti UMKM Kuliner dan Kerajinan agar pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan kearah yang dibutuhkan oleh

customer.

2. Lean Canvas dan Business Model Canvas merupakan satu kesatuan yang sama tapi dengan fokus dan cakupan yang berbeda.
3. Lean Canvas lebih berfokus pada masalah dan beberapa perubahan yang ada dalam blok seperti masalah, solusi, parameter kunci, dan nilai kompetitif, selain itu juga bisa dimanfaatkan untuk mengukur risiko dan ketidakpastian bisnis.
4. Penerapan Lean Canvas pada UMKM Kuliner dan Kerajinan:
 - a) Channel dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah iklan, demo dan testimoni.
 - b) Cost Structure dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah promosi, gaji, dan maintenance.
 - c) Customer Segment adalah dari UMKM Kuliner dan Kerajinan
 - d) Key Metric dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah mengunjungi web UMKM Kuliner dan Kerajinan, login, dan mengisi kebutuhan pelayanan.
 - e) Problem dari Customer Segment yang dianalisis adalah, kurang efisien pendataan Pelanggan, pelayanan yang masih manual, dan kesulitan untuk tracking transaksi.
 - f) Revenue Stream dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah berlangganan
 - g) Solution yang ditawarkan UMKM Kuliner dan Kerajinan untuk memecahkan blok problem adalah menyediakan platform pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan secara digital sehingga dapat diakses dengan mudah.
 - h) Unique Value Proposition UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah desain yang simple sistem, informasi yang dibuat secara detail dan informatif untuk mempermudah pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan.
5. Lean Canvas maupun Business Model Canvas akan terus berkembang dan dapat berubah mengikuti perkembangan startupnya.

4.2 Saran

Penerapan Lean Canvas pada pengembangan startup UMKM Kuliner dan Kerajinan didapatkan beberapa saran yang diharapkan bisa bermanfaat untuk semua pihak terkait penerapan Lean canvas atau topik bahasan sebelumnya:

1. Penting dan perlu perhatian khusus untuk blok problem karena merupakan salah satu blok terpenting dalam kesesuaian dengan pelanggan.

2. Penting dan perlu diperhatikan lagi ketika menggunakan Lean Canvas dan Business Model Canvas secara bersamaan karena belum tentu blok yang sama dan tidak berubah tujuan dan isinya akan tetap sama.

Untuk pemakaian Lean Canvas dan Business Model Canvas harap bisa lebih diperhatikan lagi karena penggunaan tergantung dengan cakupan dan kebutuhan yang dirasa paling cocok.

DAFTAR PUSTAKA

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. BookBaby, 278-288.
- Euis, S., Hubeis, S., dan Maulana, A. 2014. Analisis model bisnis pada KNM fish farm dengan pendekatan business model canvas (BMC). Jurnal Sosek KP, 9 (2): 185-194.
- Jaya, Mardi Arya, Ridi Ferdiana, and Silmi Fauziyati. 2017. "Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital Di Yogyakarta.
- Joyce, Alexandre, and Raymond L. Paquin. 2016. "The Triple Layered Business Model Canvas: A Tool to Design More Sustainable Business Models." Journal of Cleaner Production 135:1474–86. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.067.
- Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Novitha Herawati,dkk 2019 Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana ... Jurnal Agroteknologi Vol. 13 No. 01 Program Studi Magister Teknologi Agroindustri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.
- Osterwalder, A. et.al.,2010 Business Model Generation,John Wiley & Sons, Inc., , Terjemahan Sihandrini, N.R, PT.Elex Media Komputindo,2012.
- Rainaldo M., Wibawa, B.M., Rahmawati, Y. 2017. Analisis business model canvas pada operator jasa online ride-sharing (Studi kasus Uber di Indonesia). Jurnal Sains dan Seni ITS, 6 (2): 235-239.
- Rohmat Judi, 2021 Penerapan Metode Leas Canvas untuk Pengembangan Startup Safir. Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK KEPUASAN PUBLIK PADA PENGADILAN TATA USAHA NEGARA MANADO

Christine Mokoginta*¹, Iyam L. Dua*², Jeaneta Rumerung*³

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

³Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: *¹iyam.dua@polimdo.ac.id, *²rumerungj310167@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian para pencari keadilan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, jika para pencari keadilan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan maka pelayanan yang diberikan oleh Lembaga pengadilan sudah pasti memiliki kualitas yang sangat baik. Oleh karena itu kualitas dalam pelayanan sangatlah penting. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini untuk mengetahui kualitas pelayanan, pentingnya pelaksanaan pelayanan yang berkualitas, dampak dari pelaksanaan pelayanan yang berkualitas dan upaya-upaya untuk mencapai kualitas pelayanan pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado. Kualitas pelayanan pada kantor Pengadilan Tata Usaha Negara Manado diimplementasikan dengan menerapkan dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), perhatian (attention), dan bukti langsung (tangible). Upaya peningkatan kualitas pelayanan untuk kepuasan publik dilaksanakan dengan menerapkan pelayanan berkualitas sesuai standar pelayanan dan menerapkan etika kantor oleh pegawai yang memberikan pelayanan publik kepada masyarakat.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Publik

A. PENDAHULUAN

Pengadilan Tata Usaha Negara memiliki fungsi untuk memeriksa, memutus, dan menyelesaikan yang termasuk dalam ranah sengketa Tata Usaha Negara yang mana adalah administrasi negara yang melaksanakan fungsi untuk menyelenggarakan pemerintahan baik di pusat maupun di daerah. Dalam mengimplementasikan fungsinya, instansi ini memberikan pelayanan publik bagi masyarakat yang berkaitan dengan hukum. Kualitas Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan para tamu serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan tamu (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen

atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan sebuah instansi. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan para tamu, maka kualitas pelayanan yang di persepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Kantor Pengadilan Tata Usaha Negara Manado merupakan lingkungan peradilan di bawah Mahkamah Agung sebagai pelaku kekuasaan kehakiman yang merdeka, untuk menyelenggarakan peradilan guna menegakkan hukum dan keadilan mengenai perkara administrasi negara. Peradilan Tata Usaha Negara Manado adalah salah satu pelaku kekuasaan kehakiman bagi rakyat pencari keadilan terhadap sengketa Tata Usaha Negara.

Dalam hal ini selain menangani masalah perkara-perkara dari para rakyat pencari keadilan, pelayanan sangat penting dan harus diperhatikan. Setiap instansi berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik, oleh karena itu menuntut adanya kualitas dalam pelayanan sehingga mampu memberikan kepuasan para pencari keadilan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada para rakyat pencari keadilan, dapat meningkatkan kepercayaan para pencari keadilan kepada Lembaga peradilan.

Lembaga pengadilan yang gagal memuaskan tamu atau para pencari keadilan pasti akan memiliki masalah yang besar, jika para pencari keadilan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan para tamu tersebut akan membagikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa mengurangi rasa kepercayaan para tamu yang lain dan merusak citra baik dari Lembaga pengadilan tersebut. Oleh karena itu, untuk mencegah hal tersebut dalam menerapkan pelayanan yang berkualitas perlu adanya dukungan dari pihak lainnya seperti Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu para pegawai yang sudah terbiasa berhadapan dengan para tamu atau para pencari keadilan. Untuk hal ini kualitas SDM juga sangat penting untuk menunjang pelayanan dalam Lembaga peradilan dan perlu ditingkatkan agar kinerja dapat terarah dengan baik.

Pelayanan pengadilan adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan bagi masyarakat khususnya pencari keadilan, yang disediakan oleh Mahkamah Agung dan badan-badan peradilan dibawahnya berdasarkan peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip pelayanan publik. Kualitas pelayanan

merupakan bentuk penilaian para pencari keadilan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, jika para pencari keadilan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan maka pelayanan yang diberikan oleh Lembaga pengadilan sudah pasti memiliki kualitas yang sangat baik. Dalam pelayanan, kualitas sangatlah penting.

Kualitas pelayanan Pengadilan Tata Usaha Negara Manado sebagai tempat penelitian saat ini masih kurang maksimal, ketika para tamu ingin bertemu dengan panitera yang sudah ada janji temu sebelumnya tetapi selalu yang bersangkutan sering tidak hadir sehingga para tamu sering bolak balik membuat waktu para tamu terbuang sia-sia, dan juga sering dibagian penjagaan pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) terjadi kekosongan tidak ada yang membackup untuk menjaga PTSP tersebut terhadap masalah-masalah tersebut menyebabkan sehingga para tamu merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan.

B. LANDASAN TEORI

Konsep Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan

Menurut Munir (1995 : 16-17) Pelayanan adalah proses perubahan melalui aktivitas orang yang langsung dinamakan pelayanan. Kegiatan pelayanan pada dasarnya menyangkut pemenuhan suatu hak, ia melekat pada setiap orang baik secara pribadi maupun berkelompok (organisasi) dan dilakukan secara universal. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Moenir (1995 ; 41) bahwa hak atas pelayanan itu sifatnya sudah universal, berlaku terhadap siapa saja yang bekepentingan atas hak itu, dan oleh organisasi apapun juga yang tugasnya menyelenggarakan pelayanan.

Secara umum makna dari pelayanan itu sendiri seperti yang dikemukakan oleh Warella (2004 ; 91) bahwa pelayanan merupakan suatu perbuatan, suatu kinerja atau suatu usaha, jadi menunjukkan pentingnya penerima jasa pelayanan terlibat secara aktif di dalam produksi atau penyampaian proses pelayanan itu sendiri. Sementara itu Sianipar dalam Dwimawanti (2004) menyatakan pula untuk menjadi seorang yang profesional dalam memberikan pelayanan maka aparatur negara harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang bidang dan tugas masing-masing, sebagaimana dinyatakan bahwa pelayanan profesional adalah kemampuan seseorang yang memiliki profesi melayani kebutuhan orang lain atau profesional menanggapi kebutuhan khas orang lain. Pelayanan

adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat diwarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Kualitas merupakan kunci bagi penyedia jasa layanan untuk bertahan di persaingan yang semakin kompetitif antara dunia jasa layanan. Bagi pihak penyedia jasa/layanan dalam mencapai kepuasan konsumen, kualitas menjadi hal penting dan layak untuk di tingkatkan dan diperbaiki terus-menerus, dengan dilakukan inovasi yang berkelanjutan. Kualitas adalah sesuai dengan spesifikasi dan yang konsumen inginkan. Wijaya (2011) menjelaskan bahwa kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, hal ini berarti bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktua ; pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. Tampubolon (2010) pengertian kualitas adalah paduan sifat-sifat produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan langsung atau tak langsung, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, masa kini dan masa depan. Gasper (2003), secara konvensional kualitas menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, sedangkan secara strategis bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono, 1996 ; 51) mendefinisikan kualitas secara luas cakupannya : “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Selanjutnya Triguno (1997 ; 76) mengartikan kualitas sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang/kelompok/lembaga/organisasi mengenal kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan kepada yang dilayanani atas tuntutan/persyaratan pelanggan/masyarakat.

Menurut Sampara (1999) dalam Hardiansyah (2011 ; 35), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan/instansi dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Kualitas Pelayanan Menurut Fandy Tjiptono (2005) adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan

erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas Pelayanan Menurut J. Supranto (2006;226) adalah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Dimana tindakan tersebut tidak terwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat.

Menurut Wolkins dalam Tjiptono (1966), dalam kualitas pelayanan ada 6 prinsip utama kualitas pelayanan dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan yaitu :

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya.

b. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas dan peranan eksekutif dan implementasi strategi kualitas.

c. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuan kualitas.

d. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk pencapaian tujuan kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan,

pelanggan dari stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dll.

f. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga dan rasa kepe milikan setiap orang dalam organisasi.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada banyak cara mengukur kualitas pelayanan sebuah usaha. Terkait dengan masalah kualitas layanan, Parasuraman (1985) membaginya menjadi 5 bagian, yaitu :

1. Keandalan (Reliability)

Reliability adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan Segera, Akurat dan Memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi reliability, yaitu :

- a. Kecermatan dalam melayani pelanggan.
- b. Standar pelayanan yang jelas.
- c. Kemampuan perusahaan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.

2. Daya Tanggap (Responsiveness)

Responsiveness adalah keinginan karyawan untuk mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan raktif. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi responsiveness, terdiri dari :

- a. Merespon dengan baik pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan.
- b. Perusahaan melakukan pelayanan dengan cepat, tepat dan cermat.
- c. Perusahaan melayani dalam waktu yang tepat.
- d. Semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan.

3. Jaminan (Assurance)

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan.

Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi assurance, di antaranya :

- a. Perusahaan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan pelanggan.
- b. Perusahaan memberikan jaminan biaya yang sesuai dengan pelayanan.

- c. Perusahaan memberikan jaminan legalitas.
- 4. Perhatian (Attention)

Attention adalah kemudahan membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi attention, diantaranya :

 - a. Pelaku usaha melayani dengan sopan santun dan ramah-tamah.
 - b. Menghargai setiap pelanggan.
 - c. Mendahulukan kepentingan pelanggan.
 - d. Melayani dengan tidak diskriminatif.
- 5. Bukti Langsung (Tangible)

Tangible adalah bentuk layanan yang tepat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Indikator untuk dimensi tangible, di antaranya :

 - a. Kemudahan dalam proses pelayanan.
 - b. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
 - c. Penampilan dalam melayani pelanggan.
 - d. Kenyamanan tempat penyedia pelayanan.
 - e. Kedisiplinan pelaku bisnis dalam melakukan pelayanan.
 - f. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan comparative dimana penelitian ini menggambarkan serta membandingkan dan menguraikan masalah objek penelitian berdasarkan pengumpulan data pengelolaan data secara fakta kemudian disusun secara sistematis dan kemudian ditarik kesimpulan.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung ke instansi berupa informasi berupa struktur organisasi, Tugas dan Tanggung jawab pegawai Pengadilan Tata Usaha Negara Manado. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku referensi dan internet yang berhubungan dengan penelitian yang dapat menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir dan juga data tambahan berupa sejarah instansi, visi misi, logo, data pegawai Pengadilan Tata Usaha Negara Manado.

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Yaitu metode yang dilakukan dengan penulis melakukan pengamatan langsung mengenai pentingnya kualitas pelayanan pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado.

2. Kajian Pustaka

Penulis mencari referensi-referensi yang terkaait dengan pentingnya kualitas pelayanan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kualitas Pelayanan Pegawai Pengadilan Tata Usaha Negara Kota Manado

Dalam pelaksanaan pelayanan kualitas sangatlah penting, sebagian besar keberhasilan dalam melaksanakan pelayanan yang berkualitas berdasarkan pada kemampuan memilih konsep pendekatan, yakni menerapkan dimensi kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), perhatian (attention), dan bukti langsung (tangible).

Dari dimensi kualitas pelayanan yang telah diuraikan di atas, penulis mendeskripsikan masing-masing pengertian sebagai berikut :

- a. Keandalan (Reliability)

Reliability adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi reliability pada kantor PTUN Manado, yaitu cermat dalam melayani tamu, standar pelayanan yang jelas, dan kemampuan dalam menggunakan alat bantu, misalnya yang digunakan dalam proses pelayanan seperti computer dan perangkatnya serta kamera untuk keperluan foto KTP. Seorang petugas pemberi layanan seharusnya memiliki keandalan dalam melayani tamu, dengan cermat apa kebutuhan dari tamu, menerapkan pelayanan sesuai dengan pedoman standar pelayanan meliputi prosedur pelayanan, waktu pelayanan, biaya pelayanan, sarana prasarana dan harus memiliki kemampuan ketika ada tamu yang kurang mengerti dengan cara mengisi data petugas pemberi layanan harus menuntut tamu agar tidak kesulitan.

- b. Daya Tanggap (Responsiveness)

Responsiveness adalah keinginan karyawan dalam mendukung pelanggan dalam penyediaan layanan aktif pada Kantor PTUN Manado. Indikator kualitas pelayanan untuk dimensi responsiveness adalah merespon dengan baik tamu yang ingin mendapatkan pelayanan, perusahaan/instansi melakukan pelayanan dengan cepat, tepat, dan cermat, semua keluhan pelanggan direspon oleh perusahaan/instansi. Seorang petugas pemberi layanan seharusnya merespon cepat setiap tamu yang datang, tidak membuat tamu menunggu terlalu lama, harus cepat, tepat, cermat agar tidak ada kesalahan, setiap tamu yang datang pasti ingin dilayani dengan cepat, sehingga petugas pemberi layanan harus cepat menanggapi kebutuhan atau keperluan dari setiap tamu yang datang, dan juga bisa menyelesaikan masalah mengenai keluhan-keluhan dari para tamu.

c. Jaminan (Assurance)

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan perusahaan/instansi dan kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan. Indikator dari assurance adalah mampu memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan. Pada kantor PTUN Manado, petugas pemberi layanan seharusnya ketika ada tamu harus memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, sesuai dengan standar waktu penyelesaian pelayanan yaitu selama 10 hari sejak diterimanya permintaan, ketika pelayanan diselesaikan lewat 10 hari maka pelayanan itu dikatakan tidak baik dan tidak berkualitas.

d. Perhatian (Attention)

Attention adalah kemudahan dalam membangun hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan. Indikator attention pada PTUN Manado yaitu melayani dengan sopan santun dan ramah, menghargai setiap tamu, dan mendahulukan kepentingan tamu. Tujuan memberikan attention kepada tamu adalah agar tamu merasa diperhatikan oleh petugas pemberian layanan. Petugas pemberian layanan seharusnya memberikan perhatian kepada tamu untuk membantu, memberi arahan pada saat tamu mengalami kesulitan, harus mendahulukan

kepentingan tamu dari pada kepentingan pribadi agar tidak merusak citra baik kantor.

e. Bukti langsung (Tangible)

Tangible adalah bentuk layanan yang tepat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staff, dan fasilitas komunikasi. Indikator tangible pada PTUN Manado adalah kemudahan dalam proses pelayanan, penggunaan alat bantu dalam pelayanan, penampilan dalam melayani pelanggan, kenyamanan tempat penyedia pelayanan, kedisiplinan dalam melakukan pelayanan. Petugas pemberi pelayanan seharusnya memberikan kemudahan kepada tamu yang datang, memiliki penampilan yang baik, memperhatikan kenyamanan tempat tamu, dan harus disiplin jangan sampai tidak sopan kepada tamu.

2. Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Publik

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas jika pelayanan itu mampu menjaga nama baik kantor secara terus-menerus. Nama baik kantor merupakan cerminan yang baik mengenai identitas kantor. Untuk mencapai nama baik kantor PTUN Manado maka sangat dibutuhkan standar kualitas pelayanan yang baik. Penerapan pelayanan yang berkualitas oleh pegawai PTUN Manado dapat memberikan dampak positif sebagai berikut :

1. Menumbuhkan kepercayaan tamu terhadap produk atau jasa yang ditawarkan
Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para tamu, maka dapat menumbuhkan kepercayaan dari pada tamu terhadap pelayanan di kantor PTUN Manado. Hal ini karena, para tamu merasa senang, dihargai dan nyaman dengan memberikan pelayanan yang baik sehingga para tamu akan percaya terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari para tamu
Ketika kantor PTUN Manado memberikan pelayanan yang sangat baik kepada para tamu, maka dipastikan tidak akan terjadinya tuntutan atau keluhan dari pada tamu yang datang, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak baik maka akan banyak sekali tuntutan dari pada tamu dan itu akan berpengaruh pada nama baik kantor PTUN Manado.
3. Menciptakan kepuasan para tamu
Para tamu akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan jika pelayanan itu berkualitas, karena para tamu akan senang jika pelayanan yang diberikan cepat dan sangat membantu para tamu yang datang, hal itu menimbulkan rasa puas pada

setiap tamu yang datang ke kantor PTUN Manado. Dengan para tamu merasa puas maka kantor PTUN Manado pun akan merasa puas karena sudah memberikan pelayanan yang baik kepada para tamu agar tidak akan muncul masalah dikemudian hari.

4. Dapat meningkatkan kualitas kinerja para petugas pemberi layanan Pelaksanaan pelayanan yang berkualitas sangat mengharapkan kualitas kinerja pegawai mengalami peningkatan. Ketika para petugas pemberi layanan memberikan pelayanan yang baik itu akan sangat berpengaruh pada nilai petugas pemberi layanan, hal itu akan memberikan nilai tambah pada setiap petugas pemberi layanan, dengan begitu juga kantor PTUN Manado akan mendapatkan keuntungan.
5. Para tamu merasa diperhatikan segala kebutuhannya
Dengan pelaksanaan pelayanan yang berkualitas dengan mendahulukan kepentingan para tamu, maka para tamu akan merasa selalu diperhatikan segala kebutuhannya, tamu akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan dan itu sangat baik bagi kantor PTUN Manado tersebut, oleh karena itu kantor harus selalu memperhatikan para tamu agar para tamu selalu merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Dari beberapa uraian penjelasan diatas, maka pelaksanaan pelayanan yang berkualitas sangat memberikan dampak positif bagi nama baik kantor PTUN Manado.

3. Upaya Peningkatan Pelayanan Yang Berkualitas

Pelayanan berkualitas dapat berdampak positif pada kepuasan pelanggan atau masyarakat. Kualitas pelayanan publik instansi pemerintah harus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Upaya peningkatan pelayanan pada kantor PTUN adalah sebagai berikut :

a. Penerapan Pelayanan Sesuai Standar

Standar pelayanan merupakan tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada para tamu dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah dan terjangkau. Oleh karena itu untuk mencapai pelayanan yang berkualitas petugas pemberi layanan harus berperilaku sesuai standar pelayanan sebagai berikut :

- Adil dan tidak diskriminatif.
- Cepat dan tepat
- Tegas, andal, dan tidak memberikan putusan yang berlarut-larut.
- Professional
- Menjunjung tinggi nilai-nilai akuntabilitas dan integritas institusi penyelenggara.

b. Penerapan Etika Pelayanan

Etika pelayanan merupakan pedoman untuk mengarahkan sikap dan perilaku pegawai yang memberikan pelayanan publik pada kantor PTUN. Pegawai harus memiliki kompetensi dalam bidang etika pelayanan dan dapat menerapkannya dalam aktivitas kerja di lingkungan kantor. Etika pelayanan diterapkan melalui sikap dan perilaku berikut:

- Sopan Santun dalam berkomunikasi
- Berempati
- Cepat tanggap
- Disiplin

E. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan merupakan kunci utama yang sangat berperan penting dalam suatu perusahaan atau instansi pemerintah untuk memberikan rasa puas kepada setiap tamu yang ada. Pelayanan berkualitas yaitu pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara terus menerus. Dengan kata lain, standar pelayanan yang diberikan tidak berubah dan terus meningkat dari waktu ke waktu
2. Kualitas pelayanan pada kantor Pengadilan Tata Usaha Negara Manado belum diterapkan secara maksimal sehingga mengakibatkan munculnya masalah sehingga para tamu atau masyarakat merasa tidak puas dan kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh kantor Pengadilan Tata Usaha Negara Manado.
3. Dalam pelaksanaan pelayanan, kualitas sangatlah penting. Dapat dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian,

dan bukti langsung. Dan dalam pelaksanaan pelayanan yang berkualitas ada prosesnya yaitu berpenampilan yang rapi dan serasi, melayani tamu dengan berpikiran positif, melayani dengan tepat waktu

dan tidak mengabaikan, dan bersikap sopan. Dengan adanya pelaksanaan pelayanan yang berkualitas, maka nama baik kantor akan terus terjaga.

4. Upaya peningkatan pelayanan berkualitas adalah : menerapkan pelayanan sesuai standar pelayanan dan menerapkan etika pelayanan di lingkungan kantor.

2. Saran

1. Instansi Pengadilan Tata Usaha Negara Manado perlu menerapkan pelayanan berdasarkan standar pelayanan berkualitas. Pelayanan publik diterapkan secara adil dan merata dan tidak diskriminatif yang hanya memberikan perhatian pada orang-orang tertentu sehingga menimbulkan kekecewaan pada masyarakat yang merasa diabaikan.
2. Memberikan pelatihan Etika Pelayanan Publik bagi pegawai yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan pelayanan publik. Manfaat pelatihan dapat meningkatkan kompetensi pegawai khususnya kompetensi *soft skill* agar kualitas pelayanan dapat diterapkan dengan baik dan benar untuk kepuasan publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, G. &. (1996). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Dwimawanti. (2004). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Ismail Nurdin. Dr.Drs, (2019). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Lailul Mursyidah &. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik – Bentuk pelayanan*. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA PRESS.
- Munir. (1955). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Nanda. (2021). *Kualitas Pelayanan, Tujuan, Fungsi dan Ukuran atau dimensi Kualitas Pelayanan*. Komerce.
- PTUN Manado. Retrieved from Sejarah Pengadilan Tata Usaha Negara Manado, Visi dan Misi, Profil Pegawai: <http://ptun-manado.go.id>

- Sampara (1999) dalam Hardiansyah (2011 ; 35). *Pengertian Kualitas Pelayanan*.
- Sulistiyowati Wiwik (2018). *Kualitas Pelayanan : Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA PRESS.
- Tampubolon. (2010). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*. Sadiarjo: UMSIDA PRESS. 52.
- Triguno. (1997). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Warella. (2004). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya : Media Sahabat Cendekia.
- Wijaya. (2011). *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.

DETERMINASI FAKTOR-FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH VENDOR PERNIKAHAN DI KOTA MANADO

Arief Perdana Kumaat

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212
Jurusan administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: arief.kumaat@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia segera akan memasuki fenomena bonus demografi beberapa tahun ke depan. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya jumlah penduduk produktif secara signifikan. Deskripsi mengenai hegemoni gelombang generasi millennial sebagai *leverage* bagi perekonomian di Indonesia, juga terjadi Kota Manado, Sulawesi Utara. Sejak tahun 2016, Kota Manado mengalami pertumbuhan sektor pariwisata dan industri kreatif. Momentum pertumbuhan ekonomi di Kota Manado tidak akan lepas dari kontribusi konsumen generasi millennial dalam mendorong magnitude pertumbuhan yang mulai tercipta. Selain tren bonus demografi dan momentum pertumbuhan ekonomi. Relevansi mengenai pemahaman akan pola perilaku konsumen generasi millennials datang dari perkembangan teori pemasaran. Dengan mobilitas dan konektivitas yang bertambah, konsumen sering mengabaikannya dan sebaliknya berpindah ke sumber nasihat yang lebih dipercaya, yaitu lingkaran sosial pertemanan dan keluarga mereka. Pola perilaku konsumen millennial membingungkan di satu sisi mereka terkesan sangat individualistik, tetapi disisi lain ternyata keputusan mereka justru banyak bergantung pada orang lain. Generasi millennials menginginkan eksklusivitas pelayanan dan desain produk, tetapi mereka tidak ingin terlihat berbeda dengan lingkungan sosial mereka. Keluarga dan teman menjadi semakin penting untuk mereka tetapi apakah memang mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan? Ada personalan dilematis yang pasti akan dihadapi pemasar dalam memahami pola konsumsi generasi millennials, urgensi untuk belajar mengenai *logic thinking* generasi millennias begitu nyata dengan pertimbangan besarnya potensi kapitalisasi pendapatan yang mereka janjikan. Oleh karena itu kita perlu menguji pengambilan keputusan konsumen generasi *millennials*. Maka penelitian ini mencoba menggunakan kasus keputusan menggunakan vendor pernikahan di Kota Manado dalam mencari jawaban tersebut. Mengapa tentang pernikahan? Pertimbangan ini datang secara rasional dengan melihat sebaran usia generasi millinials diantara 20-40 tahun tentu banyak dari mereka yang sudah masuk usia pernikahan. Sementara untuk pertimbangan mengapa memilih vendor pernikahan, hal ini relevan dengan tren peningkatan industri pernikahan dan bisnis kreatif di Indonesia termasuk di Kota Manado.

Kata Kunci: Faktor Sosial, Teman, Keluarga, Media Sosial, Keputusan Pembeli, Generasi *Millennial*

A. PENDAHULUAN

Indonesia segera akan memasuki fenomena bonus demografi beberapa tahun ke depan. Penduduk produktif pada era ini didominasi oleh generasi Y atau generasi milenial. Potensi generasi milenial yang apabila dapat dimaksimalkan akan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak pada 2018, bonus demografi merupakan fenomena langka karena hanya akan terjadi satu kali dalam sejarah suatu bangsa. Ini mengingat bonus demografi terjadi ketika proporsi jumlah penduduk usia produktif berada di atas 2/3 dari jumlah penduduk keseluruhan. Pada tahun 2020, tahun dimulainya bonus demografi, generasi millennial berada pada rentang usia 20 tahun hingga 40 tahun.

Merujuk pada data BPS (2017) jika dilihat berdasarkan daerah tempat tinggal, persentase generasi milenial di perkotaan lebih tinggi dibandingkan di daerah perdesaan. Ada sekitar 55 persen generasi milenial yang tinggal di daerah perkotaan. Jumlah ini mengikuti pola penduduk Indonesia pada umumnya yang mulai bergeser dari masyarakat perdesaan (rural) ke masyarakat perkotaan (urban). Perubahan ini berimplikasi pada perubahan budaya, nilai-nilai sosial, perilaku, dan pola pikir. Masyarakat perkotaan merupakan masyarakat terbuka dan multikultur. Ciri dan karakter generasi milenial perkotaan juga sudah dipengaruhi pola pikir penduduk perkotaan. Terdapat tiga ciri utama yang dimiliki generasi milenial perkotaan, yaitu *confidence*; mereka ini adalah orang yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan-sungkan berdebat di depan publik. Kedua, *creative*; mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan, serta mampu mengomunikasikan ide dan gagasan itu dengan cemerlang. Ketiga, *connected*; yaitu pribadi-pribadi yang pandai bersosialisasi terutama dalam komunitas yang mereka ikuti, mereka juga aktif berselancar di media sosial dan internet.

Deskripsi mengenai hegemoni gelombang generasi millennial sebagai *leverage* bagi perekonomian di Indonesia, juga terjadi Kota Manado, Sulawesi Utara. Sejak tahun 2016, Kota Manado mengalami pertumbuhan sektor pariwisata sebagai akibat dari adanya jalur penerbangan langsung dari Tiongkok ke Bandara Sam Ratulangi meningkatkan akselerasi sektor pariwisata dan UKM. Sejak 2019, Kota Manado oleh pemerintah pusat dijadikan sebagai salah destinasi prioritas dalam agenda Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Bisnis.com, 2019). Momentum pertumbuhan ekonomi

dan pariwisata di Kota Manado tidak akan lepas dari kontribusi konsumen generasi millennial dalam mendorong magnitude pertumbuhan yang mulai tercipta. Selain tren bonus demografi dan momentum pertumbuhan ekonomi, relevansi mengenai pemahaman akan pola perilaku konsumen generasi millennials datang dari perkembangan teori pemasaran. Menurut Kotler dkk (2017) terdapat tren fundamental pembentuk pemasaran saat ini yaitu konektivitas. Konsumen saat ini saling terhubung dan saling merekomendasikan. Karakteristik generasi millennials adalah *digital-native*, mereka kaya dengan informasi dan punya daya beli berkontribusi dalam membentuk tren tersebut (Kasali, 2018).

Generasi millennial menginginkan eksklusivitas pelayanan dan desain produk, tetapi mereka tidak ingin terlihat berbeda dengan lingkungan sosial mereka. Keluarga dan teman menjadi semakin penting untuk mereka tetapi apakah memang mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan? Ada personalan dilematis yang pasti akan dihadapi pemasar dalam memahami pola konsumsi generasi millennials, urgensi untuk belajar mengenai *logic thinking* generasi millennials begitu nyata dengan pertimbangan besarnya potensi kapitalisasi pendapatan yang mereka janjikan. Ariely (2010) menjelaskan bahwa terkadang konsumen tidak benar-benar tahu apa yang dilakukan, bahwa dia terkadang tidak mampu menentukan parameter kualitas sebuah produk atau jasa yang dilakukan. Dalam teori pengambilan keputusan ini dinamakan bias dan heuristic (jalan pintas) dalam pengambilan keputusan (Kahneman, 2011).

Oleh karena itu perlu untuk menguji pengambilan keputusan konsumen generasi millennial. Penelitian ini mencoba menggunakan kasus pembelian atau penggunaan vendor pernikahan di Kota Manado dalam mencari jawaban tersebut. Mengapa tentang acara pernikahan? Pertimbangan ini datang secara rasional dengan melihat sebaran usia generasi millennial diantara 20-40 tahun tentu banyak dari mereka yang sudah masuk usia pernikahan. Pernikahan adalah pengambilan keputusan pribadi dan sangat krusial. Untuk sebagian orang pengambilan keputusan ini hanya akan dilakukan satu kali. Apakah generasi millennial rasional dalam mengambil keputusan ini atau justru terpengaruh pada keberadaan lingkungan sosialnya baik secara sadar maupun tidak. Sementara untuk pertimbangan mengapa memilih vendor pernikahan, hal ini relevan dengan peningkatan tren industri event dan kreatif di Indonesia. Pada 2019 diperkirakan bisnis industri pernikahan mencapai nilai Rp 56 triliun. Angka tersebut masih merupakan angka

perkiraan kasar, dengan demikian diperkirakan jumlahnya masih lebih besar dibandingkan angka tersebut. Mengingat dalam industri pernikahan banyak yang terlibat, mulai dari usaha kuliner, rias dan gaun pengantin, produksi & dekorasi, video & fotografi, merchandise, dan lain-lain. Kegairahan industri ini juga dipicu atas terbitnya Perpres No. 97 Tahun 2019, dimana eksistensi industri event dan kreatif semakin diakui keberadaannya.

B. LANDASAN TEORI

Konsep Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide dalam tujuan memenuhi kebutuhannya. (Schiffman & Kanuk, 2015). Konsep perilaku konsumen mencoba menjustifikasikan tentang bagaimana konsumen sebagai unit pembuat keputusan, bentuk-bentuk ini kemudian yang dipelajari sebagai “*a starting point*” dalam membangun strategi pemasaran yang tepat (Cravens & Piercy, 2013). Terdapat sejumlah tahapan penting dalam memahami rangkaian pengambilan keputusan konsumen:

1. Tahapan Perolehan (*acquisition*) yang terdiri dari tahap mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*)
2. Tahapan konsumsi (*consumptions*) yang terdiri dari menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*)
3. Tahapan tindakan pasca beli (*disposition*) yaitu apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk digunakan atau dikonsumsi.

Konsumen dengan perilakunya (terutama perilaku beli) adalah wujud dari kekuatan tawar yang merupakan salah satu kekuatan kompetitif yang menentukan intensitas persaingan dan *profitability* perusahaan. Analisis perilaku konsumen adalah landasan dalam melaksanakan *segmentation*, *positioning* dan *targeting* yang merupakan elemen-elemen terpenting dalam mengembangkan manajemen pemasaran. Teori-teori perilaku konsumen penting dalam mengembangkan trend penelitian pasar. Pengembangan produk dan layanan baru maupun inovasi kebaruan produk tidak bisa mengabaikan pemahaman akan perilaku konsumen.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Ketika berperilaku konsumen akan membentuk konsep-diri dan gaya hidup. Menurut Hawkins dan Mothersbought (2010) secara mendasar terdapat 2 faktor pembentuk konsep-diri dan gaya hidup konsumen yaitu *internal influence* dan *external influences*. Dari dalam dirinya konsumen terpengaruh oleh persepsi diri, motivasi, emosi dan karakter diri. Sementara dari luar konsumen juga terpengaruh dengan budaya, karaktersitik demografi, status sosial, kelompok dan aktivitas pemasaran. Hal ini relevan dengan deskripsi Kotler dan Armstrong (2014) tentang sejumlah faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis.

Tabel 2.1 Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Kebudayaan	Sosial	Pribadi	Psikologis
▪ Budaya ▪ Sub-budaya ▪ Kelas Sosial	▪ Kelompok referensi ▪ Keluarga	▪ Usia dan Tahap siklus hidup ▪ Pekerjaan ▪ Keadaan Gaya hidup	▪ Motivasi ▪ Persepsi ▪ Proses Belajar ▪ Keyakinan ▪ Sikap

Sumber: Kotler dan Armstrong (2014: 197)

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Budaya adalah susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari dari anggota suatu masyarakat, keluarga dan institusi penting lainnya. Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya. Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Sementara itu, konsumen juga akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2015) kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah jadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif atau dorongan dalam Kotler dan Amrstrong (2014) adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya. Motivasi adalah suatu konsep yang digunakan ketika dalam diri kita muncul keinginan dan menggerakkan serta mengarahkan tingkah laku. Semakin tinggi motivasi seseorang maka semakin tinggi intensitas perilakunya.

Determinasi Pengaruh Faktor-faktor Sosial dalam Perilaku Konsumen

Sifat manusia sebagai makhluk sosial menjadi pertimbangan penting dalam memahami perilaku konsumen. Keberhasilan promosi pemasaran banyak bergantung pada sifat sosial manusia (Berger, 2013). Secara psikologis manusia memiliki *herb insting* (naluri kawanan) yaitu kecenderungan untuk berperilaku sama dengan kelompoknya (Kahneman, 2011). Bahkan kecenderungan berperilaku sosial terkadang telah bersifat otomatis sebagai sebuah kebiasaan, sehingga terkadang konsumen tidak menyadari perilakunya tersebut sebab perilaku tersebut dilakukan tanpa suatu usaha yang signifikan.

Kotler dan Keller (2016) mendeskripsikan tentang sejumlah faktor sosial seperti keluarga, kelompok referensi dan status sosial mempengaruhi perilaku konsumen. Kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi dan acuan berperilaku. Menurut Salomon (2015) kelompok sosial memiliki empat jenis kekuatan yang memberikan pengaruh pada konsumen, yaitu:

1. Kekuatan sosial (*social power*), pengaruh ini mengarah pada kemampuan kelompok sosial untuk mengubah perilaku seseorang, baik secara sukarela maupun tidak, berlaku pada waktu konsumen sedang berkelompok maupun sedang sendiri.
2. Kekuatan acuan (*referent power*), konsumen yang bersikap suka meniru merupakan salah satu cerminan pengaruh kelompok sosial. Viralnya sebuah produk atau jasa dalam sebuah kelompok tertentu merupakan akibat dari kekuatan

acuan ini, dimana konsumen menggunakan jenis produk yang sama digunakan oleh kelompoknya

3. Kekuatan informatif (*informative power*), pendapat konsumen dapat terafiliasi dengan sebuah kelompok tertentu dikarenakan terpapar oleh sebuah informasi tertentu.
4. Kekuatan pemberi ganjaran (*reward power*), konsumen terpengaruh oleh kelompok yang memberikannya ganjaran positif baik melalui sesuatu yang kasat mata, seperti penerimaan, atau dalam bentuk fisik identitas seperti seragam, gelar dan atribut sosial.

Dengan sejumlah kekuatan yang dimiliki dalam mempengaruhi perilaku konsumen, keberadaan faktor-faktor sosial berperan besar dalam menciptakan potensi terjadinya *word-of-mouth* (WOM), indikator yang sangat penting dalam sebuah praktek promosi pemasaran (Berger, 2013)

Keputusan Pembelian Konsumen

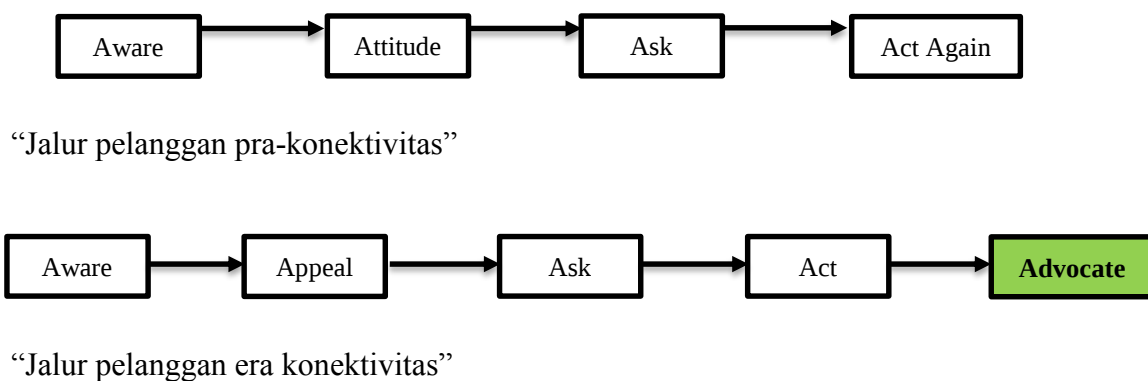
Terdapat sejumlah tahapan yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Tahapan ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelahnya (Kotler & Keller, 2016). Faktor-faktor sosial seperti budaya, keluarga, dan kelompok mempengaruhi terbentuknya konsep-diri dan gaya hidup yang berpengaruh mengintervensi alur tahapan pengambilan keputusan konsumen (Hawkins & Mothersbough, 2010)

Dalam teori ilmu ekonomi mengenai perilaku konsumen, ekonomi selalu melihat konsumen sebagai unit pengambilan keputusan yang rasional, tetapi perkembangan riset terkini menunjukkan sebaliknya, bahwa sebagai keputusan penting yang dilakukan oleh konsumen nyatanya adalah manifestasi dari sebuah keputusan yang tidak rasional (Ariely, 2010). Konsumen tidak selalu mementingkan manfaat (*utility*) untung-rugi dari produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi faktor lingkungan, situasi dan kondisi juga berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan (Thaler & Sunstein, 2009).

Dengan mobilitas dan konektivitas yang bertambah, konsumen mempunyai waktu yang terbatas untuk mempertimbangkan dan mengevaluasi merek. Iklan yang ditawarkan justru membuat konsumen kebingungan, konsumen justru berpaling pada sumber

nasihat yang bisa dipercaya yaitu lingkaran sosial pertemanan dan keluarga mereka (Kotler, dkk, 2017). Kondisi ini mempuikan sebuah parameter pemasaran yang baru yaitu *advocacy* (rekomendasi) yang kemudian merubah jalur pelanggan di era konektivitas digital. Jika sebelumnya jalur pelanggan pra-konektivitas, diawali dengan *aware* (kesadaran), *attitude* (bersikap), *ask* (membeli), dan *act again* (pembelian kembali), maka kini jalur pelanggan di era konektivitas adalah *aware* (kesadaran), *appeal* (berkeinginan kuat), *ask* (mencari informasi), *act* (membeli), dan *advocacy* (merekomendasikan).

Gambar 2.1 Perubahan Jalur Pelanggan di Dunia Terkoneksi



Sumber: Kotler, dkk (2017), *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

C. PEMBAHASAN

Seberapa besar determinasi faktor-faktor sosial terhadap keputusan *millennial* memilih vendor pernikahan di Kota Manado?

Berdasarkan hasil penelitian jawaban responden menunjukkan bahwa faktor-faktor sosial secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen millinials dalam memilih vendor pernikahan di Kota Manado. Menurut Kotler dkk (2017) kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang serupa. Sedangkan Menurut Kotler dan Armstrong, (2014) mengatakan tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status konsumen, faktor-faktor ini berpengaruh pada tanggapan konsumen.

Millenials di Kota Manado terdorong oleh faktor-faktor sosial dalam menentukan vendor pernikahan akibat dari kondisi budaya dan komunikasi serta kebiasaan yang telah dilaksanakan secara turun temurun di Kota Manado. Hawkins dan Mothersbought (2010) menjelaskan bahwa keputusan pembelian dibentuk atas gaya hidup yang merupakan bentukan dari pengaruh eksternal. Kotler dan Armstrong (2014) menyebutkan bahwa faktor sosial baik keluarga, kelompok tertentu dan teman adalah bagian dari pengaruh sosial. Kemampuan kelompok sosial kekuatan untuk mengubah perilaku seseorang, baik secara sukarela maupun tidak, berlaku pada waktu konsumen sedang berkelompok maupun sedang sendiri. Hal ini berhubungan dengan *herb insting* (naluri kawanan) yaitu kecenderungan untuk berperilaku sama dengan kelompoknya (Kahneman, 2011).

Apakah faktor teman berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado?

Berdasarkan temuan pada data hasil kuesioner menunjukkan bahwa Teman berpengaruh positif terhadap keputusan millennial melaksanakan resepsi pernikahan pada objek wisata di Kota Manado. Istilah persahabatan atau pertemanan merupakan istilah yang menunjukkan perilaku kerja sama yang saling mendukung antara dua atau lebih orang. Dari istilah tersebut diketahui bahwa persahabatan memiliki arti yang luas dimana perilaku yang ditunjukkan tentunya akan beragam, dapat berupa aktivitas, kegiatan dalam perilaku yang saling menolong dan mendukung satu sama lainnya. Beberapa elemen dari persahabatan diantaranya kesenangan, kepercayaan, dan penerimaan. Tiga hal ini terlihat sangat berkaitan erat pada masa remaja dan bentuk pertemanan yang dilakukan mereka. Kesenangan menjadi faktor penting dalam persahabatan. Hal ini karena sebagian besar waktu millenials adalah melakukan kegiatan bersama-sama yang mengarah kepada aktivitas memenuhi kesenangan mereka. Kegiatan tersebut di antaranya bermain bersama, jalan-jalan dan nonton bersama, olah raga bersama dan beberapa kegiatan lain yang mengarah kepada aktivitas yang menyenangkan buat mereka sebagai remaja. Perbedaan aktivitas yang dilakukan generasi milenial berbeda jika dilihat dari aktivitas 'fisik' kebersamaan. Seperti generasi sebelumnya, kegiatan atau aktivitas fisik yang dilakukan, seperti makan dan jalan bareng dengan keceriaan saling berinteraksi dengan tetap melakukan tatap muka secara langsung. Sebaliknya, generasi milenial, cenderung aktivitas mereka terlihat dari aktivitas melalui media sosial yang selalu up to date, seperti

meng-'upload' foto kegiatan kebersamaan saat makan dan atau kegiatan lainnya yang menunjukkan aktivitas yang menyenangkan. Segala kegiatan mereka dalam sekejap dapat diakses dan tersebar melalui media sosial.

Konsumen yang bersikap suka meniru merupakan salah satu cerminan pengaruh kelompok sosial. Situasi dan kondisi juga berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan (Thaler & Sunstein, 2009). Munculnya indikator advocacy (rekomenadasi) pada jalur pelanggan di era konektivitas, semakin memungkinkan bahwa rekomendasi tersebut lahir dari interaksi-interaksi sosial dalam pertemenan (Kotler, dkk, 2017). Karakteristik generasi berjiwa terbuka dan suka berbagi informasi, terlebih kenyataan bahwa rentang usia generasi millennial ada diusia 20-40 tahun, usia untuk menikah, maka pengaruh rekomendasi teman akan sangat signifikan berpengaruh.

Apakah faktor keluarga berpengaruh secara parisial terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado?

Berdasarkan hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa faktor keluarga secara signifikan sangat berpengaruh dalam keputusan generasi millennial dalam memilih vendor pernikahan di Kota Manado. Keterlibatan keluarga menjadi muncul dikarenakan faktor kebiasaan dan adat istiadat yang dilakukan di Kota Manado. Pernikahan dipandang sebagai kegiatan atau aktivitas keluarga sehingga campur tangan dan keterlibatan keluarga menjadi sangat menonjol.

Berbeda dengan keputusan individu, dalam keluarga setiap anggota keluarga memainkan peran sendiri dan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian. Ketika keluarga akan membeli suatu barang biasanya tiap anggota keluarga memainkan 5 peran, yaitu sebagai initiator, influencer, decider, buyer, dan user. Konsumen generasi millinial dominan berada pada usia produktif, dengan mobilitas yang bertambah konsumen mempunyai waktu yang terbatas untuk mempertimbangkan dan mengevaluasi merek. Konsumen justru berpaling pada sumber nasihat yang bisa dipercaya yaitu keluarga mereka (Kotler, dkk, 2017). Kondisi sosial di Kota Manado memandang bahwa acara pernikahan adalah momentum bersama keluarga, untuk itu sulit untuk tidak memasukkan variable ke dalam pengambilan keputusan.

Apakah faktor jejaring pertemanan pada media sosial berpengaruh secara parisial terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado?

Perlunya menentukan peran dari pertemanan yang terbentuk dalam jejaring media sosial sejalan dengan perkembangan teknologi yang saat ini berkembang dalam era revolusi industri 4.0. Berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa jejaring pertemanan media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan *millennial* melaksanakan resepsi pernikahan pada objek wisata di Kota Manado

Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Media sosial telah menjadi media pilihan di seluruh dunia dan memengaruhi perilaku konsumen. Melalui media sosial informasi otentik dari seluruh dunia dapat diterima kapan saja tanpa batasan waktu, melalui berbagai macam perangkat elektronik, seperti komputer atau telepon seluler, serta memungkinkan pelanggan untuk melakukan perbandingan dan interaksi

Social media akan lebih besar pengaruhnya terhadap purchase decision jika melalui electronic word-of-mouth (e-WOM). Hal ini dikarenakan generasi milenial menghabiskan waktunya hampir dalam sehari bersama smartphone yang dimiliki, sehingga informasi yang beredar di media online sangat mudah ditangkap dan pengalaman yang dialami oleh generasi milenial sering diutarakan dalam media online yang berupa ulasan-ulasan review tentang makanan yang pernah dibeli dan ulasanulasan itu saat ini menjadi penting dan dianggap sebagai rujukan generasi milenial sebelum melakukan keputusan pembelian. Konsumen mengumpulkan informasi tentang perusahaan atau produk menggunakan internet sehingga e-WOM muncul sebagai alat penting. Komunikasi e-WOM telah menjadi platform yang penting bagi konsumen dan akibat kemudahan akses dan jangkauan yang tinggi, hal ini menjadi lebih efektif dibandingkan dengan komunikasi word-of-mouth offline.

D. KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Dengan terlaksananya penelitian ini membawa beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Faktor-faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan *millennial* memilih vendor pernikahan di Kota Manado

2. Faktor teman berpengaruh terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado
3. Faktor keluarga berpengaruh terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado
4. Faktor jejaring pertemanan pada media sosial berpengaruh terhadap keputusan memilih vendor pernikahan di Kota Manado

Saran

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber akademis bagi kepada pelaku dunia usaha dan industri pernikahan dan pelaku UMKM secara umum dalam memahami proses pengambilan keputusan konsumen generasi *millennials*. Disisi lain penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan refleksi dan gagasan oleh pemerintah daerah untuk mendorong peningkatan pariwisata lewat penyediaan layanan resepsi pernikahan pada objek wisata potensial di Kota Manado. Integrasi dan kolaborasi pihak swasta pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan pengalaman terbaik bagi konsumen, sehingga nantinya berdampak pada peningkatan branding dan promosi objek wisata. Disisi lain, penelitian ini diharapkan meningkatkan studi mengenai promosi destinasi wisata, *word-of-mouth* pada media sosial dan perilaku konsumen generasi *millennials* yang dilakukan oleh Politeknik Negeri Manado, khususnya oleh program studi Manajemen pemasaran. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa dan dosen peneliti ketika hendak menguji dampak faktor-faktor sosial terhadap keputusan pembelian yang dihubungkan dengan karakteristik demografi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Ariely, D. 2010. *Predictably Irrational: Hidden Forces That Shape Our Decision*. Harper Collins Publisher: New York

Badan Pusat Statistik. 2017. *Keadaan Angkatan Kerja di Indonesia Agustus 2017*. BPS: Jakarta.

Bisnis.com 2019. “Kembangkan 5 Destinasi Prioritas, Jokowi Tekankan Soal Kebersihan”.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20191121/12/1172878/kembangkan-5-destinasi-prioritas-jokowi-tekanan-soal-kebersihan>.

- Berger, J. 2013. *Contagious: Rahasia di Balik Produk dan Gagasan yang Populer*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Duhigg, C. 2012. *The Power of Habit: Why We Do What We Do In Life And Business*. Random House: New York.
- Cravens, D.W. and N.F. Piercy (2013), *Strategic Marketing, 10th ed.* New York: McGraw-Hill.
- Hawkins, D & Mothersbough. 2010. *Building Marketing Strategy Consumer Behavior, 11th*. McGraw-Hill: New York.
- Kahneman, D. 2011. *Thinking, Fast and Slow*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Kasali, R. 2018. *The Great Shifting*. Gramedia Pustakan Utama: Jakarta
- Kotler, P and Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15 edition*. New Jersey: Pearson prentice hall.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management, 15th* Pearson Education Limited. New York.
- Kotler, dkk. 2017. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Schiffman dan Kanuk, 2015. *Consumer Behavior, 11th Edition*. Global Edition.
- Solomon, Michael. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Thaler, R & Sustain. 2009. *Nudge: Improving Decision About Health, Wealth, Happiness*. Penguin Books: New York.

ANALISIS LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP KINERJA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) DI DESA LIWUTUNG KECAMATAN PASAN

Margaretha Rundengan*¹, Silvy Sambuaga*²

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

ABSTRAK

Program Bumdes merupakan salah satu program pemerintah yang bertujuan untuk memacu dan memicu pertumbuhan perekonomian di desa sehingga kesejahteraan masyarakat di desa meningkat. Apabila kesejahteraan meningkat maka pendapatan juga akan meningkat dengan demikian daya beli masyarakat juga meningkat yang pada akhirnya perputaran roda perekonomian lancar. Demikian halnya dengan Badan Usaha Milik Desa yang ada di kecamatan Pasan Kabupaten Minahasa Tenggara yang terdiri dari 11 Desa dan masing-masing memiliki 1 unit Badan Usaha Milik Desa, akan tetapi sejak dibentuk 5 tahun yang lalu hingga saat ini, sulit berkembang. Bidang usaha yang dijalankan masih terbatas pada unit simpan pinjam dan beberapa yang membuka usaha menujual bahan pertanian (SAPRODI). Untuk kebutuhan pokok belum berjalan dengan alasan modal yang sangat terbatas. Anggaran dana Desa yang disisihkan untuk kegiatan Bumdes berkisar antara 25 juta s/d 40 juta. Beberapa permasalahan yang dijumpai pada saat praobservasi antara lain system manajerial, Modal, tempat usaha, Informasi kepada masyarakat, Visi dan Misi, Rencana jangka Panjang, Sistem Pelaporan Keuangan, Akuntabilitas dan masalah lain yang belum terungkap. Untuk membantu merubah mindset terhadap pengelolaan Bumdes, maka langkah awal dilakukan penelitian dengan judul Analisa Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Bumdes di Desa Liwutung Kecamatan Pasan.

Kata Kunci : Likuiditas, Profitabilitas, Bumdes

A. PENDAHULUAN

Persoalan bangsa kita sampai saat ini masih sangat kompleks dengan adanya covid-19. Sejak bulan maret tahun 2020 proses pembatasan diseluruh wilayah daerah di Indonesia mulai diberlakukan dan berdampak pada perputaran roda perekonomian dimasing-masing daerah tersebut. Pemerintah terus berupaya dengan berbagai kebijakan untuk tetap penjaga agar jangan sampai terjadi resesi. Dampak dari pembatasan baik yang berskala mikro menyebabkan sejumlah usaha menurun drastic sehingga mau tidak mau melaksanakan pemutusan hubungan kerja. Hal ini tentunya menciptakan pengangguran

baru dan berdampak juga pada kondisi sosial masyarakat. Walaupun demikian dengan berbagai kebijakan terus menerus diupayakan guna mensejahterakan rakyat sebagaimana amanat undang-undang melalui program dana desa yang sebagian disisihkan untuk memacu perekonomian di desa melalui program “BUMDES”.

Program Bumdes merupakan salah satu program pemerintah yang bertujuan untuk memacu dan memicu pertumbuhan perekonomian di desa sehingga kesejahteraan masyarakat di desa meningkat. Hal ini juga yang dijumpai di kecamatan Pasan dimana dari 11 Desa yang ada, umumnya memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) akan tetapi belum optimal dalam pengelolaannya. Baik dari segi manajerial maupun pembukuan yang masih sangat konvensional. Oleh karena itu memerlukan kajian “Bagaimana Kinerja Badan Usaha Milik Desa Desa Liwutung diukur dari tingkat likuiditas dan profitabilitas”

B. LANDASAN TEORI

Rasio Keuangan.

Dalam mengukur kinerja perusahaan maka umumnya alat Analisa yang digunakan adalah Analisa Rasio. Dalam praktiknya analisis rasio keuangan suatu perusahaan dapat digolongkan menjadi:

1. Rasio neraca, yaitu membandingkan angka - angka yang hanya bersumber dari neraca.
2. Rasio laporan laba rugi, yaitu membandingkan angka - angka yang hanya bersumber dari laporan laba rugi.
3. Rasio antar laporan, yaitu membandingkan angka - angka dari dua sumber (data campuran) baik yang ada di neraca maupun di laporan laba rugi.

Jenis - jenis Rasio Keuangan

Jenis - jenis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk menilai kinerja manajemen beragam. Penggunaan masing - masing rasio tergantung kebutuhan perusahaan, artinya terkadang tidak semua rasio digunakan. Adapun Rasio yang umumnya digunakan terdiri dari:

- Rasio Likuiditas
- Rasio Profitabilitas

Likuiditas

Rasio likuiditas adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Dengan kata lain Rasio Likuiditas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, maka akan mampu untuk memenuhi (membayar) hutang tersebut termasuk hutang yang sudah jatuh tempo. Rasio likuiditas meliputi:

a) Rasio lancar (*current ratio*), yaitu kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki. Likuiditas jangka pendek ini penting karena masalah arus kas jangka pendek bias mengakibatkan perusahaan bangkrut.

Rumus Yang digunakan untuk mengukur current ratio adalah

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100 \%$$

Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya. Apabila rasio lancar 1:1 atau 100% berarti bahwa aktiva lancar dapat menutupi semua hutang lancar. Jadi dikatakan sehat jika rasionya berada di atas 1 atau diatas 100%. Artinya aktiva lancar harus jauh di atas jumlah hutang lancar. Dan dikatakan tidak sehat apabila rasionya berada dibawah 1 atau dibawah 100%.

b) Net Working Capital (NWC), atau modal kerja bersih. Rasio modal kerja bersih digunakan untuk mengetahui rasio modal bersih terhadap kewajiban lancar. Perusahaan dikatakan sehat jika rasionya lebih dari satu atau lebih dari 100%. Untuk menghitung NWC rumusnya adalah:

$$NWC = \frac{\text{AKTIVA LANCAR} - \text{Hutang lancar}}{\text{Hutang lancar}} \times 100 \%$$

Profitabilitas

Menurut Munawir (2007:33) mengemukakan bahwa "profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba". Rasio profitabilitas meliputi:

a) *Net Profit Margin* (NPM), Rasio ini menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan.

$$\text{NPM} = \frac{\text{LABA BERSIH (EAT)}}{\text{PENJUALAN BERSIH}} \times 100 \%$$

Semakin besar rasio ini maka semakin baik karena dianggap kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba cukup tinggi. Ketika kita mendapatkan nilai mendekati 100% atau 1 pada rasio ini, bisa dikatakan perusahaan memiliki kemampuan yang relatif tinggi untuk mengumpulkan laba bersih.

b) *Return On Asset* (ROA), Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan.

$$\text{ROA} = \frac{\text{LABA BERSIH (EAT)}}{\text{AKTIVA TETAP}} \times 100 \%$$

Apabila Return On Asset 20% berarti setiap Rp. 1 modal menghasilkan keuntungan Rp.0,2 untuk semua investor. Nilai ROA yang semakin mendekati 1, berarti semakin baik profitabilitas perusahaan karena setiap aktiva yang ada dapat menghasilkan laba. Jika mendekati 0 maka tidak baik untuk perusahaan.

c) *Return On Equity*, mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini berguna untuk mengetahui besarnya kembalian yang diberikan oleh perusahaan untuk setiap rupiah modal dari pemilik.

$$\text{ROE} = \frac{\text{LABA BERSIH (EAT)}}{\text{RATA-RATA EQUITAS}} \times 100 \%$$

Jika hasil dari perhitungan ROE mendekati 1 menunjukkan semakin efektif dan efisien penggunaan equitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan, demikian sebaliknya jika ROE mendekati 0 berarti perusahaan tidak mampu mengolah modal yang tersedia secara efisien untuk menghasilkan pendapatan.

Pengertian Kinerja

Kinerja perusahaan adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Menurut Sucipto (2003) kinerja keuangan adalah gambaran

kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Menurut Jumingan, (2006:239) pengertian kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Sedangkan menurut IAI (2007) Kinerja Keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya. Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

C. HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

Cash Flow

Sejak berdiri tahun 2018 hingga saat penelitian dilakukan belum menunjukkan kemajuan. Dalam arti masih stagnan dengan tiga bidang usaha sebagaimana diuraikan diatas. Hal ini dapat dilihat dari buku kas Badan Usaha selama 6 bulan terakhir

Tabel 1 cash flow BUMDES usaha Batako

Uraian	Pebuari	Maret	April	Mei	Juni
Penerimaan					
Saldo Kas	10.625.000	6.574.000	2.794.600	(538.800)	(2.930.200)
Tambahan Modal	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Jumlah Kas	11.125.000	7.074.000	3.294.600	(38.800)	(2.430.200)
Penjualan	150.000	450.000	1.110.000	2.200.000	2.200.000
Penerimaan lain-lain	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Kas Tersedia	11.575.000	7.824.000	4.704.600	2.461.200	(69.800)
Pengeluaran :					
Belanja Bahan	2.870.000	2.870.000	2.870.000	2.870.000	2.870.000
Upah Kerja	1.460.000	1.450.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
Belanja lain	671.000	709.400	913.400	913.400	913.400
Setor ke Kas Bumdes	-	-	-	148.000	148.000
Jumlah Pengeluaran	5.001.000	5.029.400	5.243.400	5.391.400	5.391.400
Saldo Kas	6.574.000	2.794.600	(538.800)	(2.930.200)	(5.461.200)

Memperhatikan dalam lima bulan terakhir terhitung pebuari sampai dengan juni 2021 menunjukkan bahwa nilai saldo kas setiap bulannya mengalami penurunan bahkan pada

bulan april nilai minus. Hal ini terjadi karena proses pencatatan oleh pengusus yang kurang tepat, sehingg pada belanja bahan setiap bulannya sama sedangkan pemasukan hasil cetakan tidak sesuai. Untuk itu akan dikoreksi bersama pengelolah.

Tabel 2 cash flow BUMDES usaha Warung

Uraian	Pebuari	Maret	April	Mei	Juni
Penerimaan					
Saldo Kas	35.870.194	32.564.694	32.772.443	31.921.643	31.070.843
Tambahan Modal	0	0	0	0	0
Jumlah Kas	35.870.194	32.564.694	32.772.443	31.921.643	31.070.843
Penjualan	17.051.000	16.390.000	15.163.000	15.163.000	11.165.000
Penerimaan Piutang	0	0	265.500	265.500	832.500
Kas Tersedia	52.921.194	48.954.694	48.200.943	47.350.143	43.068.343
Pengeluaran :					
Belanja Bahan warung	17.998.000	14.047.750	13.771.300	13.771.300	12.958.345
Upah Kerja	2.358.500	2.134.501	2.508.000	2.580.000	1.638.999
Setor ke Kas Bumdes	0	0	0	0	0
Jumlah Pengeluaran	20.356.500	16.182.251	16.279.300	16.279.300	14.957.344
Saldo Kas ahir	32.564.694	32.772.443	31.921.643	31.070.843	28.470.999

Seperti halnya pada tabel 1 maka untuk usaha warung seperti tabel 2 menunjukkan posisi kas masih lebih baik dibandingkan dengan usaha batako (hollobrik). Dari data tersebut memberikan gambaran bahwa usaha warung berjalan, walaupun nilai penjualan dan biaya hampir sebanding artinya belum memperlihatkan nilai keuntungan dalam mengelolah usaha warung. Hal ini disebabkan karena para pengelolah belum menerapkan system pembukuan yang baik. Dengan kata lain setiap usaha sehariusnya dilengkapi dengan buku catatan harian, buku kas dan buku lainnya sehingga ketika membuat laporan keuangan bulanan akan terlihat pos mana yang menunjukkan kelemahan dan segera dilakukan pengendalian.

Tabel 3 Cash flow BUMDES Simpan pinjam

Uraian	Maret	April	Mei	Juni
Penerimaan				
Modal	70.000.000	70.000.000	70.000.000	70.000.000.
Saldo Kas	0	3.104.000	3.775.000	11.933.000
Tambahan Modal		0	0	
Jumlah Kas	70.000.000	73.104.000	73.775.000.	81.933.000
Penerimaan :				
Setoran Pokok	14.950.000	24.817.000	35.304.000	46.375.000
Setoran Bunga	4.402.000	6.862.000	9.583.000	12.394.000
Piutang				315.000
Kas Tersedia	89.352.000	104.783.000	118.662.000	141.017.000
Pengeluaran :				
Pinjaman	75.200.000	87.500.000	90.500.000	96.500.000

Setor ke Kas Bumdes	4.048.000	6.508.000	9.229.000	12.040.000
Pengembalian Modal ke Kas Bumdes	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
	-			
Jumlah Pengeluaran	86.248.000	101.008.000	106.729.000	115.540.000
Saldo Kas ahir	3.104.000	3.775.000	11.933.000	25.477.000

Tabel 3 menggambarkan aliran dana dari usaha simpan pinjam, yang agak mengganjal yakni pada tambahan modal yang dilakukan setiap bulannya sebesar Rp 70.000.000, sumbernya masih kurang jelas. Dilain pihak apabila tidak ada tambahan modal sejumlah tersebut maka terjadi devised. Oleh karena itu dalam program pendampingan akan dilakukan verifikasi data guna menyempurnakan dan meluruskan proses pencatatan akuntansi yang baku. Hal ini penting untuk mengukur kinerja dari usaha Bumdes ini.

Rugi Laba

Berdasar data keuangan Bumdes Suwala dalam lima bulan terakhir, maka rugi laba adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Rugi Laba BUMDES usaha Batako

Uraian	Maret	April	Mei	Juni
Pendapatan			.	
Penjualan Batako	450.000	1.110.000	2.200.000	2.200.000
Penerimaan lain-lain	300.000	300.000	300.000	300.000
Jumlah pendapatan	750.000	1.410.000	2.500.000	2.500.000
Harga Pokok Penjualan :	2.870.000	2.870.000	2.870.000	2.870.000
Belanja Bahan	1.450.000	1.460.000	1.460.000	1.460.000
Upah kerja	709.400	913.400	913.400	913.400
			148.000	148.000
Jumlah HPP	5.029.400	5.243.400	5.391.400	5.391.400
Laba (rugi)	(4.279.400)	(3.833.400)	2.891.400	2.891.400

Hasil perhitungan rugi laba usaha batako seperti diperlihatkan pada tabel 4 bahwa dari bulan maret sampai dengan bulan juni menunjukkan kerugian. Hal ini nampaknya terjadi perbedaan yang cukup mencolok antara jumlah penjualan setiap bulan dengan belanja bahan yang dikeluarkan setiap bulannya. Selanjutnya data persediaan bahan yang belum terpakai juga tidak diperlihatkan, begitu pula dengan persediaan barang jadi batako, tidak ada catatan. Ini sangat miris model pencatatan demikian. Oleh karena itu memerlukan verifikasi data kembali untuk mengendalikan sebelum lebih jauh.

Tabel 5 Rugi Laba BUMDES usaha Warung

Uraian	Pebuari	Maret	April	Mei	Juni
--------	---------	-------	-------	-----	------

Penjualan	17.051.000	16.390.000	15.163.000	15.163.000	11.165.000
Harga Pokok:					
Belanja Bahan	17.998.000	14.047.750	13.771.300	13.771.300	12.958.345
warung					
Upah Kerja	2.358.500	2.134.501	2.508.000	2.580.000	1.638.999
-					
Jumlah HPP	20.356.500	16.182.251	16.279.300	16.351.300	14.957.344
Laba (rugi)	(3. 305.500)	(2.134.501)	(1.116.300)	(1.188.300)	(3.792.344)

Pada usaha warung sebagaimana tabel 5 nampaknya belanja bahan dengan jumlah barang yang terjual tidak ada keseimbangan, malahan jumlah biaya lebih besar dari nilai penjualan. Dilihat dari proses pencatatan dari para pengelola masih sangat konvensional, Usaha warung belum memiliki buku harian, buku stok barang, Dari hasil rugi laba tersebut, Nampak dari bulan pebuari sampai dengan bulan juni mengalami kerugian. Dilihat dari proses pembukuan sesungguhnya usaha ini sudah bangkrut karena jika dianalisis sejak bulan-bulan sebekumnya maka tidak ada pendapatan, sementara sampai sekarang usaha ini tetap jalan. Oleh karena itu ada dugaan salah dalam proses pencatatan akuntansi.

Tabel 6 Rugi Laba BUMDES Simpan pinjam

Uraian	Maret	April	Mei	Juni
Penerimaan :				
Pendapatan Bunga	4.402.000	6.862.000	9.583.000	12.394.000
Laba kotor	4.402.000	6.862.000	9.583.000	12.394.000
Biaya Operasional	0	0	0	0
Laba	4.402.000	6.862.000	9.583.000	12.394.000

Hasil perhitungan rugi laba seperti pada tabel 6 menunjukkan bahwa usaha simpan pinjam meraup keuntungan dari bunga pinjaman. Pada perhitungan rugi laba, tidak ada pembebanan biaya secara spesifik, karena melekat pada pengelolaan secara terintegrasi dengan usaha lainnya.

Tabel 7 Rugi Laba Gabungan Usaha

	Jan	Peb	Maret	April	Mei	Juni
Pendapatan	25.379.170	30.544.170	32.575.170	35.095.170	37.904.170	40.715.170
Biaya Operasional	4.033.900	4.283.900	4.531.900	6.324.900	6.670.900	7.600.400
Laba kotor	21.345.270	26.260.270	28.343.270	28.770.270	31.233.270	33.114.770
Biaya Usaha						
THR	525.000	525.000	525.000	525.000	525.000	525.000
Setor ke Kas	11.476.600	11.476.00	11.476.00	11.476.00	11.476.00	11.476.00
Jumlah Biaya usaha	12.001.600	12.001.600	12.001.600	12.001.600	12.001.600	12.001.600
Laba	9.343.670	14.258.670	16.341.670	16.768.670	19.902.570	21.113.170

Tabel 7 meperlihatkan rugi laba secara keseluruhan ke tiga bidang usaha yakni usaha warung, pencetakan batako (hollobrik) dan simpan pnjam (PMU). Terhtung bulan januari

sampai dengan bulan juni menunjukkan adanya keuntungan setiap bulan mengalami kenaikan. Bila dihitung secara parsial sebagaimana pada table 4 dan 5 memperlihatkan adanya kerugian setiap bulannya, hal ini diakibatkan oleh adanya pembebanan biaya.

Neraca

Untuk Neraca pada Bumdes agak sulit dibuat oleh karena memerlukan waktu yang lebih lama, memperhatikan harus mengeksplor lagi data yang dimiliki Bumdes dan dipisahkan dari milik pribadi. Data yang tersedia adalah dalam Bentuk Buku kas Umum sebagaimana terlampir dalam penelitian ini. Oleh sebab itu pengukuran kinerja dilihat dari likuiditas agak sulit diukur, sehingga langkah yang ditempuh adalah memperbaiki terlebih dahulu system pembukuan melalui pendampingan dalam program Pengabdian pada masyarakat yang sementara berjalan.

Analisa Likuiditas

Untuk mengukur kemampuan BUMDES dalam memperoleh keuntungan, digunakan analisis rasio profitabilitas yang terdiri dari net profit margin, return on investment, return on equity yang hasilnya akan diuraikan. Perhitungan *net profit margin* untuk BUMDES Suwala menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{LABA BERSIH (EAT)}}{\text{PENJUALAN BERSIH}} \times 100 \%$$

Dengan demikian Net Profit Margin Bumdes Suwala pada bulan januari 2021 adalah

$$\text{NPM} = \frac{9.343.670}{25.379.170} \times 100 \% = 36,82 \%$$

Untuk perhitungan selengkapnya bulan januari s/d juni 2021 dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 8 Hasil perhitungan Rasio Net Profit Margin

Bulan	Laba Neto	Pendapatan	Rasio Net Profit Marjin
Januari	9.343.670	25.379.170	36,82 %
Pebuari	14.258.670	30.544.170	46,68 %
Maret	16.341.670	32.575.170	50,16 %
April	16.768.670	35.095.170	47,78 %
Mei	19.902.570	37.904.170	52,51 %
Juni	21.113.170	40.715.170	51,86 %

Selanjutnya return on investment, return on equit karena menggunakan data nilai aktiva maka sebagaimana diuraikan diatas bahwa Neraca agak sulit dibuat yang disebabkan data

sangat kurang lengkap dan membutuhkan waktu yang lama, maka untuk ROI dan ROE belum dapat dianalisa.

D. KESIMPULAN

Kinerja Badan Usaha milik Desa Liwutung berdasar analisa Likuiditas belum dapat dianalisa, karena Neraca tidak tersedia. Pengukuran profitabilitas yang dapat dianalisis baru terbatas pada Net Profit Margin yang memperlihatkan nilai yang sangat baik dari bulan Januari, Pebruari, Maret, April, Mei, Juni masing-masing 36,82 %, 46,68 %, 50,16 %, 47,78 %, 52,51 % dan 51,86 %

Secara Umum para pengelola masih sangat kurang pengetahuan manajerial dalam mengelola usaha kecil seperti BUMDES. Faktor yang mempengaruhi Kinerja Bumdes lambat dalam perkembangan adalah Kurangnya pengetahuan manajerial bagi pengurus Bumdes, lemahnya pengetahuan akuntansi bagi penanggung jawab pada masing-masing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Houston. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 14, Jakarta: Salemba Empat
- Halim Abdul. 2016. *Manajemen Keuangan Bisnis; Konsep dan Aplikasinya*. Mintra Wacana Media.
- Husnan Suad. 2019. *Manajemen Keuangan*. Edisi 3. Tangerang Selatan. Universitas Terbuka.
- Husnan Suad dan Enny Pudjiastuti. 2015. *Dasar Dasar manajemen Keuangan*. UPP. STIM YKPH. Edisi 7.
- Irham Fahmi. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Kamaludin, Rini Indriani, 2020. *Manajemen Keuangan; Konsep dasar dan Penerapannya*. Edisi Revisi. Bengkulu. Mandar Maju
- Kasmir. 2021. *Pengantar manajemen Keuangan*. Edisi keempat, Jakarta. Prenada Media
- Prastowo. Dwi. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Prihadi. Toto. 2010. *Analisis Laporan Keuangan: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PPM,

- Ryan Ariefiansyah. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat Salemba Empat,
- Sofyan Syafri Harahap. 2006. *Analisis kritis atas Laporan Keuangan* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Subramanyam Jonh J, Wild. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Sudana, I Made. 2016. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Edisi ke 2. Erlangga.
- Sucipto Agus. 2016. *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit UIN- Maliki Press. Malang
- Syamsudin Lukman., 2016 *Manajemen Keuangan*. Edisi baru, Rajagrafindo.