

ANALISIS PENERAPAN SIKLUS PENJAMINAN MUTU UNTUK MENINGKATKAN PERINGKAT AKREDITASI PROGRAM STUDI PADA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI MANADO

Selfy Manueke^{*1}, Iyam L Dua^{*2}, Silvy Truly Sambuaga^{*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}sslf22r@gmail.com, ^{*2}iyampantulu@gmail.com, ^{*3}silvytsambuaga@gmail.com

ABSTRAK

Penjaminan mutu adalah salah satu aspek penting yang menentukan perguruan tinggi atau program studi menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi dan mampu bersaing di pasar kerja. Penjaminan mutu seperti yang diamanatkan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi harus terpenuhi dalam mencapai peringkat akreditasi. Status peringkat akreditasi 3 (tiga) Program Studi di Jurusan Administrasi Bisnis masih berada pada peringkat yang memuaskan yaitu status B untuk Program Studi Manajemen Bisnis, status Baik Sekali untuk Program Studi Manajemen Pemasaran dan Program Studi Administrasi Bisnis. Ketiga program studi tersebut belum mencapai peringkat akreditasi unggul. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan siklus penjaminan mutu di setiap program studi di Jurusan Administrasi Bisnis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan analisis dokumen penjaminan mutu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siklus Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan (PPEPP) diterapkan pada berbagai kegiatan yang ada di program studi seperti kegiatan pembelajaran baik pembelajaran teori maupun praktek, yang dimulai dari pembuatan jadwal kuliah, lembar monitor, daftar hadir dosen, daftar hadir mahasiswa. PPEPP juga diterapkan pada kegiatan asesmen baik asesmen tengah semester maupun asesmen akhir semester. Disamping kegiatan pembelajaran, PPEPP juga diterapkan pada kegiatan perwalian mahasiswa, kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan Magang mahasiswa, kegiatan pembimbingan Tugas Akhir untuk mahasiswa D3 dan Skripsi untuk mahasiswa D4, kegiatan Seminar dan Ujian Tugas Akhir, kegiatan Seminar Proposal Skripsi, serta kegiatan Seminar dan Ujian Skripsi. Dengan diterapkannya siklus penjaminan mutu ini pada berbagai kegiatan di program studi maka akan mendukung dalam pencapaian peningkatan akreditasi program studi.

Kata Kunci : Siklus Penjaminan Mutu, Peringkat Akreditasi

A. PENDAHULUAN

Penjaminan mutu di perguruan tinggi merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk menjamin mutu lulusan pendidikan tinggi dan program studi penyelenggara pendidikan

menghadapi persaingan di pasar tenaga kerja yang semakin ketat dan dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Untuk itu, perguruan tinggi diwajibkan mengembangkan suatu sistem penjaminan mutu yang efektif, seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang Pendidikan Tinggi. Penjaminan mutu merupakan salah satu syarat yang diwajibkan dalam menjamin mutu pendidikan tinggi serta menjadi salah satu syarat dalam menetapkan peringkat akreditasi institusi oleh BAN-PT maupun peringkat akreditasi program studi oleh Lembaga Akreditasi Mandiri. Peringkat akreditasi merupakan status yang dapat menggambarkan kualitas dari perguruan tinggi dan program studi, apakah kualitas tinggi atau rendah. Peringkat akreditasi dapat menentukan daya saing suatu institusi perguruan tinggi dan program studi pula. Adapun peringkat akreditasi yang ditetapkan oleh BAN-PT dan Lembaga Akreditasi Mandiri terdiri dari Unggul, Baik Sekali, Baik dan tidak terakreditasi.

Politeknik Negeri Manado adalah perguruan tinggi yang memiliki 19 program studi, diantaranya adalah Program Studi D4 Manajemen Bisnis (MB), Program Studi D3 Administrasi Bisnis (AB) dan Program Studi D3 Manajemen Pemasaran (MP). Ketiga program studi tersebut telah direakreditasi dengan mencapai peringkat B (Prodi MB), Baik Sekali (Prodi MP) dan Baik Sekali (Prodi AB). Pencapaian ini telah memuaskan namun ketiga program studi ini berkehendak untuk mencapai peringkat akreditasi yang paling maksimal di tingkat nasional yaitu peringkat Unggul agar dengan peringkat ini, program studi akan lebih berdaya saing tinggi, baik di tingkat lokal maupun di tingkat nasional serta bahkan di tingkat internasional.

Untuk meningkatkan peringkat akreditasi, salah satu elemen penting untuk dipahami oleh para pimpinan, dosen dan pegawai adalah penerapan Siklus Penjaminan Mutu yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan (PPEPP) seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pasal 52 ayat 2. Apabila semua pihak sangat memahami penjaminan mutu melalui siklus PPEPP ini maka diharapkan apa yang menjadi target program studi dapat tercapai. Pada kondisi sekarang ini pemahaman dari pimpinan program studi, kebanyakan dosen dan pegawai terhadap siklus penjaminan mutu (PPEPP) ini belum maksimal.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui siklus penjaminan mutu (PPEPP) yang diterapkan di Politeknik Negeri Manado.
2. Untuk menganalisis penerapan siklus penjaminan mutu (PPEPP) di Program Studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado.

B. LANDASAN TEORI

1. Konsep Mutu dan Penjaminan Mutu

Mutu adalah satu kata yang tidak dapat diartikan secara harafiah, tetapi kata mutu diinterpretasikan berdasarkan konteks atau situasi (Hoyle, 2017). Menurut Parri (2006), kata mutu tidak memiliki pengertian universal namun dapat diterapkan pada semua bidang. Ada beberapa kategori dimana kata mutu dapat diaplikasikan, sebagai contoh: mutu itu sangat terbaik; mutu itu tidak ada kesalahan; mutu itu cocok dengan tujuan; mutu itu bernilai uang.

Kata mutu biasanya digunakan sebagai indikator untuk penilaian produk atau jasa. Jenis penilaian mutu ini menentukan kepuasan orang yang menggunakan produk atau jasa (Hoyle, 2017). Jadi ketika orang merasa puas dengan produk atau jasa, ini menandakan bahwa produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang terbaik. Dengan kata lain, ketika produk atau jasa cocok dengan kebutuhan dan harapan pengguna, berarti produk atau jasa tersebut dinilai memiliki kualitas yang tinggi. Dengan demikian, mutu oleh Hoyle (2017) didefinisikan sebagai suatu derajat dimana sejumlah karakteristik memenuhi kebutuhan atau harapan yang dinyatakan secara nyata dalam produk atau jasa, namun memiliki dampak dalam hal kepuasan pelanggan atau apakah suatu produk jasa cocok dengan persyaratan pelanggan. Pengertian mutu ini sejalan dengan definisi mutu menurut ISO 9000 bahwa mutu adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Mutu itu penting untuk kepuasan pelanggan yang pada akhirnya menghasilkan loyalitas pelanggan. Mutu akan menetapkan bahwa pendapatan dan produktivitas yang lebih tinggi dapat dicapai organisasi.

Dalam institusi pendidikan, produk atau jasa adalah layanan pendidikan yang diberikan kepada masyarakat sebagai pelanggan. Untuk itu, kualitas layanan pendidikan harus selalu dijaga dan dikembangkan sehingga cocok dengan persyaratan masyarakat. Setiap komponen dalam institusi pendidikan harus menyelenggarakan layanan pendidikan yang dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Dalam hal menjaga kualitas layanan pendidikan maka sistem penjaminan mutu harus diterapkan sesuai dengan aturan serta prosedur yang berlaku untuk memastikan bahwa kualitas layanan pendidikan sesuai harapan masyarakat/pelanggan.

Dari uraian diatas, dapatlah dinyatakan bahwa setiap organisasi memerlukan penjaminan mutu. Penjaminan mutu adalah suatu sistem yang berfungsi untuk menjamin bahwa produk atau jasa yang dihasilkan dapat memberikan kepuasan kepada pengguna produk atau jasa. Dewasa ini berbagai bentuk penjaminan mutu telah dikembangkan seperti penjaminan mutu oleh International Organization for Standardization (ISO) 9000 (ISO 9001). ISO

mengembangkan sistem penjaminan mutu yang disebut Sistem Manajemen Mutu dengan pendekatan perbaikan berkelanjutan dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Jadi, penjaminan mutu adalah bagian dari manajemen mutu yang berfokus pada penyediaan keyakinan dan kepercayaan bahwa persyaratan mutu akan terpenuhi. Selanjutnya, penjaminan mutu adalah sistem terpadu dari kegiatan manajemen mutu yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, penilaian, pelaporan, dan perbaikan mutu untuk memastikan bahwa suatu proses, produk, atau layanan sesuai dengan jenis dan kualitas yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan (ITRC, 2018). Penjaminan mutu berorientasi pada proses yang kegiatannya meliputi mengidentifikasi persyaratan mutu; mengembangkan, mengidentifikasi, atau meningkatkan proses; mengidentifikasi prosedur operasi standar (SOP); merencanakan kegiatan kontrol mutu; menerapkan atau meninjau tindakan perbaikan atau pencegahan; mengembangkan daftar periksa proses; dan meninjau dokumentasi proyek kontrol kualitas.

2. Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi

Pendidikan tinggi yang bermutu dan berdaya saing telah menjadi perhatian secara nasional maupun internasional. Oleh karena itu, setiap perguruan tinggi memerlukan Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi yang efektif guna menjamin mutu pendidikan tinggi. Sistem penjaminan mutu adalah kebutuhan institusi yang sangat krusial di era globalisasi saat ini menghadapi tantangan dan persaingan global di segala bidang (Garwe, 2012). Sistem penjaminan mutu adalah suatu proses yang dilakukan oleh institusi pendidikan tinggi untuk memastikan bahwa semua kegiatan institusi terutama 3 kegiatan utama (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat) dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan/persyaratan masyarakat (Mizikaci, 2006).

Untuk menjamin mutu pendidikan tinggi di Indonesia maka Kemenristekdikti mengeluarkan kebijakan nasional untuk Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi (SPM-PT) seperti yang tertuang dalam Undang-Undang No. 12 Tahun 2012, yaitu Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) dan kebijakan nasional tentang Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) yang dilakukan melalui akreditasi. Pada Pasal 52 ayat 1 Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa “Penjaminan mutu Pendidikan Tinggi merupakan kegiatan sistemik untuk meningkatkan mutu Pendidikan Tinggi secara berencana dan berkelanjutan. Seperti halnya dengan di Australia, berdasarkan *Higher Education Standard Framework* (Kerangka Standar Pendidikan Tinggi), semua universitas harus mengembangkan dan melakukan penjaminan mutu perguruan tinggi dan akreditasi perguruan tinggi secara internal (self-accredit) (BAIRD 2011), dan secara nasional melalui sistem nasional rekognisi dan akreditasi perguruan tinggi,

penjaminan mutu diselenggarakan oleh agen mutu yang sejak Januari 2012 mulai diberlakukan dengan nama *the Tertiary Education Quality and Standards Agency* berdasarkan *the Tertiary Education Quality and Standards Agency Act 2011* (Australian Government, 2012b). Tujuan penjaminan mutu ini adalah untuk menjamin bahwa semua peserta didik menerima mutu pendidikan yang tinggi di setiap perguruan tinggi Australia (Australian Government, 2012b).

Baik di Indonesia maupun di Australia, Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi sangatlah memegang peran yang penting dalam menentukan mutu pendidikan yang diberikan oleh institusi pendidikan tinggi, karena sistem penjaminan mutu dapat menjadi sarana untuk mengontrol penyelenggaraan pendidikan oleh setiap institusi pendidikan. Melalui implementasi sistem penjaminan mutu, setiap kelemahan dan ancaman yang dihadapi institusi pendidikan dapat diperbaiki menjadi kekuatan dan peluang untuk mencapai cita-cita institusi pendidikan.

Di Indonesia, ketika perguruan tinggi tidak melaksanakan penjaminan mutu, perguruan tinggi yang bersangkutan tidak dapat diakreditasi, dan Perguruan Tinggi yang tidak terakreditasi tidak berhak mengeluarkan gelar, seperti yang tertera pada Pasal 28 (3) Undang-Undang tersebut, yang menyatakan bahwa:

Gelar akademik dan gelar vokasi dinyatakan tidak sah dan dicabut oleh Menteri apabila dikeluarkan oleh: a) **Perguruan Tinggi dan/atau Program Studi yang tidak terakreditasi;** dan/atau b) perseorangan, organisasi, atau penyelenggara Pendidikan Tinggi yang tanpa hak mengeluarkan gelar akademik dan gelar vokasi.

Selanjutnya, pada Pasal 52 ayat 2 Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa penjaminan mutu dilakukan melalui **penetapan, pelaksanaan, evaluasi, pengendalian, dan peningkatan standar** Pendidikan Tinggi. Hal ini berarti penjaminan mutu harus memenuhi 5 aspek sebagaimana dimaksud dalam Pasal tersebut yang merupakan siklus penjaminan mutu yang harus dijalankan oleh perguruan tinggi sebagai wujud komitmen dalam menjamin mutu setiap kegiatan perguruan tinggi terutama Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan demikian, pertama Perguruan Tinggi harus **menetapkan** standar-standar penjaminan mutu, baik pada tingkat institusi maupun tingkat program studi. Standar-standar tersebut harus mengacu pada Standar Pendidikan Tinggi yang diatur dalam UU No. 12 Tahun 2012, yaitu menurut Pasal 54 ayat 1,2,4 menyebutkan bahwa: (Ayat 1) Standar Pendidikan Tinggi terdiri atas: a) Standar Nasional Pendidikan Tinggi yang ditetapkan oleh Menteri atas usul suatu badan yang bertugas menyusun dan mengembangkan Standar Nasional Pendidikan Tinggi. b) Standar Pendidikan Tinggi yang ditetapkan oleh setiap Perguruan Tinggi dengan mengacu pada Standar Nasional Pendidikan Tinggi. (Ayat 2) Standar Nasional Pendidikan Nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, merupakan satuan standar yang meliputi standar nasional pendidikan, ditambah dengan standar penelitian, dan standar pengabdian kepada masyarakat; dan (Ayat 4)

Standar Nasional Pendidikan Tinggi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b terdiri atas sejumlah standar dalam bidang akademik dan nonakademik yang melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Kedua, perguruan tinggi harus **melaksanakan standar-standar tersebut** dan seterusnya **mengevaluasi** pelaksanaannya, serta melakukan **pengendalian/pengawasan**. Jika hasil pelaksanaan telah berjalan sesuai dengan prosedur maka **peningkatan** dapat ditetapkan sebagai program berkelanjutan. Penerapan siklus PPEPP diatas telah diterapkan oleh beberapa institusi diantaranya Institut Pendidikan Tapanuli Selatan untuk menganalisis kebutuhan system pengelolaan microteaching pada institusi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa PPEPP dapat diterapkan pada kegiatan-kegiatan institusi pendidikan dan program studi.

Berkenaan dengan penelitian yang diusulkan ini, tim peneliti akan menginvestigasi siklus penjaminan mutu yaitu PPEPP yang diterapkan oleh Politeknik Negeri Manado dalam menjamin mutu penyelenggaraan pendidikannya terutama penerapan PPEPP di Program Studi yang ada di Jurusan Administrasi Bisnis.

C. METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Administrasi Bisnis dengan objek penelitian pimpinan program studi, dosen dan pegawai.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti dan untuk mencapai tujuan penelitian seperti yang tercantum dalam Bab sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Metode kualitatif menurut Gay et al, (2012), digunakan untuk mengeksplorasi keadaan yang ada untuk memperoleh pengertian yang baik mengapa keadaan itu terjadi dan bagaimana pendapat dari para responden. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Sugiyono (2016) juga menyatakan metode penelitian kualitatif merupakan metode artistik karena proses penelitiannya lebih bersifat seni (kurang terpolah), dan disebut sebagai metode *interpretive* karena data hasil penelitian berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Metode ini juga disebut sebagai metode konstruktif karena dengan metode kualitatif dapat ditemukan

data-data yang berserakan, selanjutnya dikonstruksikan dalam satu tema yang lebih bermakna dan mudah dipahami. Selanjutnya Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis. Metode kualitatif digunakan untuk mengembangkan analisis naratif yang meyakinkan berdasarkan kesempurnaan, kekompleksan, dan terinci dibandingkan dengan logika statistik (Baker and Edwards, 2012).

Data kualitatif akan diperoleh melalui wawancara dan analisis dokumen. Untuk menganalisis data kualitatif yang diperoleh melalui interview dan analisis dokumen, alat analisis yang digunakan adalah coding manual dan *narrative description* (deskripsi naratif) yang digunakan untuk menganalisis penerapan siklus penjaminan mutu untuk meningkatkan peringkat akreditasi program studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado. Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam penelitian lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan). Fokus sebenarnya pada penelitian diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara melalui pertanyaan yang disebut dengan penjelajahan umum dan analisis dokumen. Pada penelitian ini Tim Peneliti menetapkan fokus penelitian pada analisis penerapan siklus penjaminan mutu untuk meningkatkan peringkat akreditasi program studi pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado. Siklus penjaminan mutu yang dimaksud adalah Siklus Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan. Kriteria yang digunakan untuk analisis dan desain instrumen terdiri dari 1) jumlah informan yang akan terlibat dalam penelitian ini yaitu Koordinator Program Studi (3 orang), 15 Dosen (masing-masing program studi 5 informan, dan 3 informan pegawai. 2) Jumlah pertanyaan untuk wawancara (minimal 10 pertanyaan) yang terkait dengan siklus penjaminan mutu. 3) Ceklis dokumen siklus penjaminan mutu.

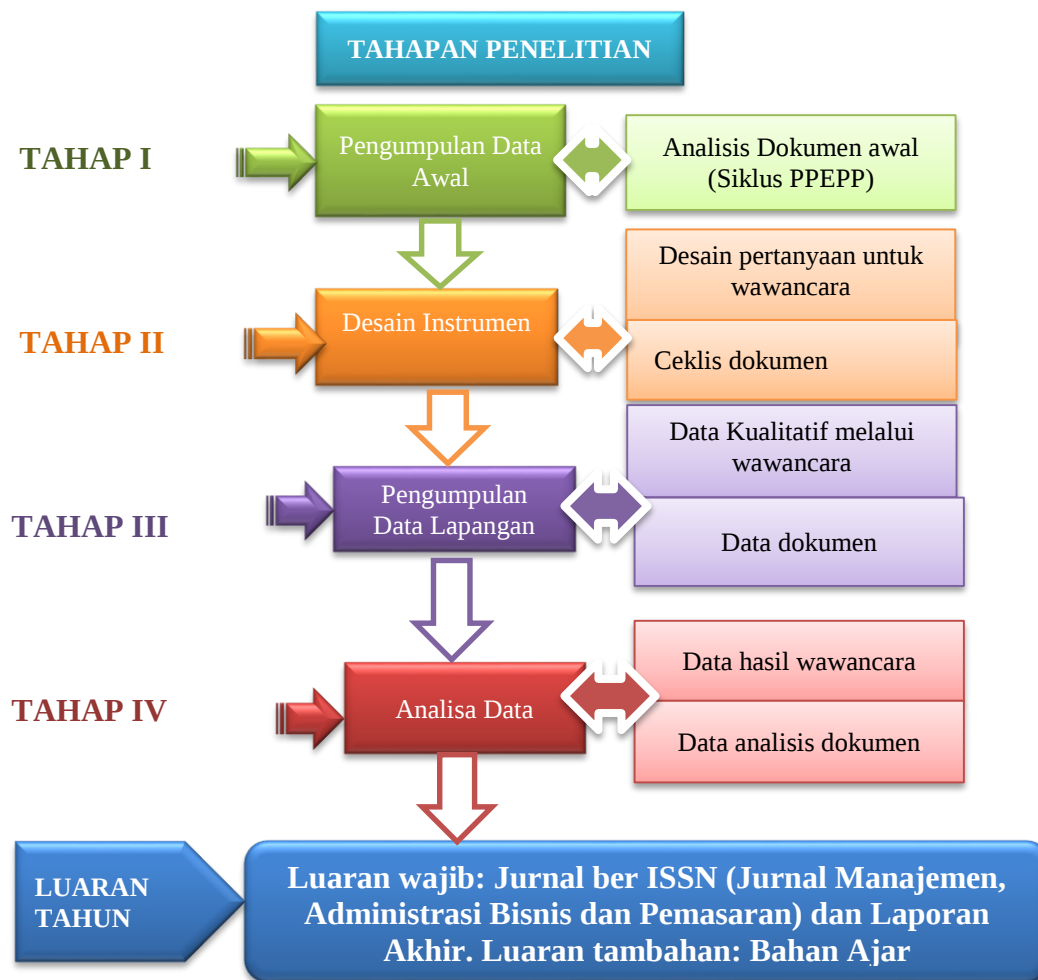
3. Populasi/Partisipan/Informan

Populasi adalah keseluruhan obyek atau item yang dibatasi oleh kriteria tertentu (Abdul Hakim, 1997). Menurut Sugiyono (2018) populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pimpinan program studi, dosen dan pegawai pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado Untuk wawancara, partisipan/informan yang akan diambil

adalah Koordinator Program Studi, dosen dan pegawai yang ada di setiap program studi yang keseluruhannya berjumlah 15 orang, untuk memperoleh informasi mengenai penerapan siklus penjaminan mutu (PPEPP).

3.4 Tahapan Penelitian

Untuk menjawab permasalahan dan mencapai tujuan penelitian yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, maka tahapan penelitian yang akan ditempuh adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Tahapan-Tahapan Penelitian dan Luaran Penelitian

Tahapan penelitian dalam rangka mencapai tujuan penelitian, terdiri dari:

Tahap 1:

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data awal yaitu dengan mengidentifikasi dokumen SPMI-PT yang diterapkan di Politeknik Negeri Manado lebih khusus dokumen Siklus PPEPP. Dokumen tersebut kemudian ditelaah dan dianalisis dan dijadikan referensi dalam mendesain pertanyaan interview untuk pengumpulan data di lapangan.

Tahap 2:

Pada Tahap 2 ini, instrumen untuk pengumpulan data lapangan, khususnya interview dirancang. Desain instrumen berupa daftar pertanyaan terkait dengan penerapan siklus PPEPP yang digunakan di Politeknik Negeri Manado dan daftar pertanyaan untuk penerapan PPEPP di Program Studi pada Jurusan Administrasi Bisnis. Instrumen ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendalam tentang pelaksanaan penerapan PPEPP. Ceklis dokumen juga akan disiapkan.

Tahap 3:

Pengumpulan data lapangan dan analisis data dilakukan pada tahap 3. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka data yang dikumpulkan adalah data kualitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dan dokumen.

Tahap 4:

Tahap terakhir (tahap 4) dari desain metode penelitian ini adalah analisa data secara komprehensif dari hasil interview dan hasil analisis dokumen. Kemudian akan diformulasi hasil penelitian dan penulisan laporan hasil penelitian. Selanjutnya hasil penelitian akan dipublikasikan dalam jurnal ilmiah nasional ber ISSN (Jurnal Manajemen, Administrasi Bisnis dan Pemasaran).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Penerapan Siklus PPEPP pada Tingkat Program Studi**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh tim peneliti kepada informan yaitu coordinator program studi (koorprodi) dan para dosen dari ketiga program studi, maka dapatlah sebagai berikut: PPEPP dipahami oleh sebagian besar informan (73,33 %) di program studi yang terlibat dalam penelitian ini sebagai siklus penjaminan mutu yang digunakan perguruan tinggi untuk menjamin mutu pelaksanaan pendidikan. baik di tingkat institusi maupun di tingkat program studi. Para informan juga memahami bahwa siklus penjaminan mutu ini merupakan amanat dari Undang-Undang tentang Pendidikan Tinggi yang mewajibkan perguruan tinggi untuk mengimplementasikan.

Hasil wawancara dengan para informan menunjukkan bahwa PPEPP diterapkan pada kegiatan-kegiatan di tingkat program studi seperti kegiatan pembelajaran baik pembelajaran teori maupun praktek, yang dimulai dari pembuatan jadwal kuliah, lembar monitor, daftar hadir dosen, daftar hadir mahasiswa. Selain itu, PPEPP juga diterapkan pada kegiatan asesmen baik asesmen tengah semester maupun asesmen akhir semester. Disamping kegiatan pembelajaran, PPEPP juga diterapkan pada kegiatan perwalian mahasiswa, kegiatan Praktek Kerja Lapangan

dan Magang mahasiswa, kegiatan pembimbingan Tugas Akhir untuk mahasiswa D3 dan Skripsi untuk mahasiswa D4, kegiatan Seminar dan Ujian Tugas Akhir, kegiatan Seminar Proposal Skripsi, serta kegiatan Seminar dan Ujian Skripsi.

Proses penerapan PPEPP di tingkat program studi adalah sebagai berikut: pertama adalah penetapan. Pusat Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu (P4M) menetapkan aturan, kebijakan dan standar-standar seperti standar operasional prosedur, instruksi kerja yang terkait dengan penyelenggaraan pendidikan di tingkat program studi. Proses kedua adalah pelaksanaan. Koordinator program melaksanakan seluruh kegiatan di program studi yang dimulai dari menentukan para pengajar yang akan dijadwalkan sesuai dengan bidang keahlian dan kompetensi dari masing-masing dosen yang ada pada homebase program studi. Penentuan dosen pengajar dilaksanakan sesuai standar operasional prosedur. Proses ketiga adalah evaluasi. Setelah semua kegiatan dilaksanakan oleh program studi, P4M melakukan evaluasi terhadap ketercapaian dari kegiatan-kegiatan tersebut diatas melalui audit mutu internal. Audit mutu internal dilakukan oleh para auditor internal. Auditor internal yang mengaudit program studi di Jurusan Administrasi Bisnis adalah auditor dari program studi lain di lingkungan Politeknik Negeri Manado. Auditor merekam semua ketercapaian dan ketidakcapaian pelaksanaan kegiatan-kegiatan dan melaporkan ke P4M. Proses keempat adalah pengendalian. Apabila terdapat ketidaktercapaian dari kegiatan-kegiatan tersebut maka perlu dilakukan tindakan koreksi. Namun jika tindakan koreksi tidak memungkinkan untuk diperbaiki secepatnya maka perbaikan terhadap ketidaktercapaian tersebut dapat dilakukan pada periode berikutnya, serta memungkinkan untuk dilakukan perbaikan berkelanjutan. Proses kelima adalah peningkatan. Proses ini dilakukan jika hasil evaluasi melalui audit mutu internal ditemukan bahwa semua kegiatan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan maka dapat dilakukan upaya peningkatan dari target yang ditetapkan semula.

Pada kegiatan akreditasi program studi, siklus penjaminan mutu PPEPP sangat membantu dalam meningkatkan peringkat akreditasi program studi karena dengan memastikan bahwa standar-standar yang ditetapkan sebagai acuan, dilaksanakan, dievaluasi, diperbaiki dan ditingkatkan maka mutu pelaksanaan pendidikan dapat dicapai, yang dimulai dari pencapaian pada bidang visi, misi, tujuan, sasaran program studi; bidang tata pamong dan tata kelola program studi; bidang kemahasiswaan dan lulusan; bidang sumber daya manusia (tengah pendidik dan kependidikan); bidang keuangan, sarana dan prasarana; bidang pendidikan (kurikulum dan jaminan pembelajaran); bidang penelitian; bidang pengabdian kepada masyarakat; serta luaran dan capaian tridharma. Dengan diterapkannya siklus PPEPP ini maka pelaksanaan pendidikan pada program studi dapat terjamin mutunya dan dengan demikian

peringkat akreditasi dapat ditingkatkan. Peringkat akreditasi untuk 3 program studi di Jurusan Administrasi Bisnis adalah stauus akreditasi Program Studi D3 Administrasi Bisnis adalah Baik Sekali; status akreditasi Program Studi Manajemen Pemasaran adalah Baik Sekali, dan status akreditasi Program Studi Manajemen Bisnis adalah Baik. Dengan diterapkannya siklus PPEPP untuk setiap kriteria akreditasi maka diharapkan status peringkat akreditasi semua program studi dapat ditingkatkan ke peringkat Unggul.

Manfaat penerapan PPEPP pada program studi adalah untuk menjamin mutu penyelenggaraan pendidikan di program studi. Untuk memastikan bahwa pelaksanaan kegiatan di program studi dilaksanakan sesuai standar-standar yang telah ditetapkan dalam standar nasional pendidikan tinggi dan standar-standar yang telah ditetapkan perguruan tinggi

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapatlah disimpulkan bahwa 73,33% informan menjelaskan bahwa siklus Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian dan Peningkatan (PPEPP) diterapkan pada berbagai kegiatan yang ada di program studi seperti kegiatan pembelajaran baik pembelajaran teori maupun praktek, yang dimulai dari pembuatan jadwal kuliah, lembar monitor, daftar hadir dosen, daftar hadir mahasiswa. PPEPP juga diterapkan pada kegiatan asesmen baik asesmen tengah semester maupun asesmen akhir semester. Disamping kegiatan pembelajaran, PPEPP juga diterapkan pada kegiatan perwalian mahasiswa, kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan Magang mahasiswa, kegiatan pembimbingan Tugas Akhir untuk mahasiwa D3 dan Skripsi untuk mahasiswa D4, kegiatan Seminar dan Ujian Tugas Akhir, kegiatan Seminar Proposal Skripsi, serta kegiatan Seminar dan Ujian Skripsi. Dengan diterapkannya siklus penjaminan mutu ini pada berbagai kegiatan di program studi maka akan mendukung dalam pencapaian peningkatan akreditasi program studi.

2. Saran

Dari hasil pembahasan dapatlah disarankan bahwa pimpinan program studi melakukan kegiatan sosialisasi bagi dosen dan pegawai yang ada di prodi untuk memberikan pemahaman pentingnya siklus penjaminan mutu ini untuk memastikan bahwa mutu penyelenggaraan pendidikan dapat terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Lubis, H. ., and R. Siregar, “Analisis Kebutuhan Sistem Pengelolaan Microteaching Dengan Siklus Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian Dan Peningkatan (Ppepp) Dalam Meningkatkan Keterampilan Mengajar Calon Guru Institut Pendidikan Tapanuli Selatan”, *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, vol. 7, no. 3, p. 57, Jul. 2019.
- Abdul Hakim, (1997). **Abdul Hakim, 1997.** Otonomi Daerah dan Kinerja Aparatu Pemerintah daerah tingkat II, Jurnal Ekonomi Pembangunan, No 1, Vol 2.
- Australian Government. (2012a). Overview of Higher education in Australia, <http://www.deewr.gov.au/highereducation/pages/overview.aspx>
- Australian Government. (2012b). Tertiary Education Quality and Standards Agency (TEQSA) <http://www.teqsa.gov.au/>.
- Baird, J. (2011). Accountability in Australia: More Power to Government and Market. In B. Stensaker & L. Harvey (Eds.), *Accountability in Higher Education: Global Perspectives on Trust and Power* (1 ed., pp. 25-48). New York: Routledge.
- Baker, S. E., & Edwards, R. (2012). How many qualitative interviews is enough? , 42.
- Garwe, E. Ch, (2012) Quality assurance in higher education in Zimbabwe, Research in Higher Education Journal.
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Peter, A. (2012). *Educational research: competencies for analysis and applications* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hoyle, D. (2017). *ISO 9000 quality systems handbook* (7th ed.). Routledge.
- Mizikaci, Fatma. (2006). A systems approach to program evaluation model for quality in higher education. *Quality Assurance in Education: Vol. 14 No. 1*, pp. 37-53.
- Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Parri, J. (2006). Quality in Higher Education. *Vadyba/Management*, 2(11), 5.
- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
- Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- Interstate Technology & Regulatory Council (ITRC), (2018), Quality considerations for Multiple aspects of munitions response sites OCMP-1 Washington, D.C. <https://qcm-1.itrcweb.org>

PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BANK SULUTGO KANTOR PUSAT

Nanda Dewi Zafitri Suprejo*¹, Djibrael Djawa*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: *¹nandasoeppedjo186@gmail.com , *²djibraeldjawa2021@gmail.com

ABSTRACT

The issues raised in writing this thesis are How Work Motivation on Employee Performance at PT. Bank Sulut Go, while the purpose of this study was to analyze "The Influence of Work Motivation on Employee Performance at PT. Bank Sulut Manado Headquarters Manado" This type of research is quantitative research and the research method uses descriptive research methods. The population is 35 employees and the sample is 35 employees. The analysis used in this research is simple regression analysis and correlation. The results of the research by calculating the correlation coefficient of 0.740, this illustrates the regression equation between the variables of work motivation on employee performance $Y = 0.095 + 0.967$ which is in the strong category which shows the relationship between work motivation variables and employee

performance variables at PT. Bank Sulut Go Manado Head Office is very strong. The t test shows t-count of (6.316) > t-table (2.034) meaning that H_a is accepted, namely that there is a relationship between work motivation variables and employee performance at PT. Bank Sulut Go Headquarters Manado. From the analysis results show that the performance of employees at PT. Bank Sulut Go Manado Head Office is categorized as quite good and still needs to be improved. Good Employee Work Motivation will be able to improve Employee Performance at PT. Bank Sulut Go Manado Head Office.

Keywords: Work Motivation, Employee Performance

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan Karyawan yang berkualitas untuk dapat bersaing dengan pesaing lain yang terorganisir dengan baik. Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang sangat berharga bagi suatu perusahaan. Karyawan mempengaruhi keberhasilan perusahaan dengan adanya sumber daya manusia, perusahaan dapat mencapai hasil yang berkualitas. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan sumber daya manusia dengan baik untuk mencapai kinerja Karyawan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Kinerja Karyawan, diantaranya adalah motivasi kerja. Motivasi kerja biasanya mengacu pada usaha dan motivasi yang berasal dari dalam diri seseorang dan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang ingin dicapai seseorang. Karyawan bermotivasi kerja membantu Karyawan mencapai hasil yang diinginkan pendapat yang dijelaskan Hasan (2007:141), Motivasi kerja adalah motivasi untuk membuat bawahan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan organisasi. diperjelas pendapat Dessler (2009) menjelaskan bahwa motivasi kerja ada pada orang dengan kategori kebutuhan dasar seperti kebutuhan fisiologis, rasa aman, kebutuhan sosial, diri dan realisasi diri.

PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado yang kita kenal sekarang ini, dulunya adalah Bank Pembangunan Daerah (BPD) satu-satunya bank milik Pemerintah Daerah Provinsi Sulawesi Utara dan Gorontalo. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara dan Gorontalo merupakan bank yang unggul dan aman, bank yang dipercayakan dalam pengelolaan dana masyarakat khususnya oleh masyarakat Sulawesi Utara. memiliki cabang di luar wilayah Sulawesi Utara dan Gorontalo. antara lain Jakarta, Malang dan Surabaya. yang tugasnya menghimpun dana dan menyalurkannya menjadi pembiayaan dan keuntungan berupa bunga atau presentase yang ada pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado.

Berdasarkan hasil observasi dalam bentuk kuesioner dan pengamatan dilapangan. motivasi kerja terhadap kinerja Karyawan pada PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado tidak

sepenuhnya ditaati dan dikelola . Hal ini dapat dilihat dari Faktor Internal dan Eksternal. Faktor Internal : Karyawan yang tidak mampu melakukan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab yang harus diselesaikan kemudian masih ada Karyawan yang datang tidak sesuai dengan jam kantor, masih terdapat Karyawan dalam mengerjakan pekerjaan kurang teliti, beberapa Karyawan juga tidak merasakan kenyamanan dalam bekerja, peneliti juga melakukan pengamatan masih ada Karyawan yang memiliki sikap kurang percaya diri dan kurangnya skill dalam bekerja.

Faktor Eksternal : Surat Masuk Eksternal yang ditujukan kepada divisi lain, sering dibawa di divisi human capital. oleh sebab itu PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado diperlukan untuk memperhatikan dan meningkatkan Motivasi Kerja para Karyawan sehingga Kinerja Karyawan pada PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado meningkat.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, ternyata terdapat hubungan antara motivasi kerja dan kinerja Karyawan pada PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado. Untuk itu perbankan tersebut perlu memperbaiki motivasi kerja agar kinerja Karyawan dapat meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat hasil penelitian Syamsir Torang (2013:74) menunjukkan motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja Karyawan pada kantor PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado hal ini juga diperkuat Bangun (2008:164), Pekerjaan tidak diselesaikan karena kurangnya pemberian motivasi dari pimpinan.

1. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado Manado.
2. Untuk menganalisis Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado.
3. Untuk menganalisis Motivasi Kerja Berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado.
4. Untuk menganalisis implementasi Motivasi Kerja yang baik dalam meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado.

B. LANDASAN TEORI

Motivasi Kerja

Motivasi kerja adalah suatu dorongan bagi setiap Karyawan untuk bekerja dan menjalankan tugasnya dalam organisasi. pendapat yang dijelaskan oleh Suwanto dan Donni

Juni Priansa (2011:171) , motivasi berasal dari kata latin (movere) yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Motivasi Kerja mempersoalkan cara mengarahkan daya dan potensi bawahan agar mau bekerja secara produktif dalam mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan, Ditambah pendapat oleh Mondy (2008), Motivasi kerja adalah merupakan dorongan seseorang untuk bertindak dan berperilaku dalam melakukan pekerjaan, kalau Karyawan tersebut mempunyai motivasi yang tinggi untuk melaksanakan pekerjaan tersebut maka pada umumnya tingkat kinerja Karyawan akan tinggi. Dikemukakan oleh Oloko (2015).

Selanjutnya B. Uno (2009) menjelaskan ada tiga hal yang dapat mempengaruhi motivasi kerja para Karyawan. Motivasi ini dapat datang dari sisi internal atau eksternal Karyawan. Dengan adanya motivasi dari dua sisi sekaligus, maka hasil kerja yang didapatkan juga semakin baik. Hal yang mempengaruhi tersebut adalah mencakup hal-hal berikut ini :

1. Gaji Yang Sesuai, Faktor pertama yang mampu mempengaruhi motivasi kerja Karyawan adalah gaji sesuai.
2. Budaya organisasi adalah bentuk kebiasaan yang dilakukan terus menerus sehingga membentuk pola interaksi serta kondisi sosial di dalamnya.
3. Tujuan Bekerja Faktor internal yang mampu mempengaruhi motivasi kerja Karyawan adalah tujuannya. Setiap orang memiliki tujuan bekerja yang berbeda -beda. Ada yang ingin berfokus pada finansial atau material.

Sedangkan Nawawi (2005) mengelompokkan indikator motivasi kedalam Internal dan eksternal sebagai berikut:

Motivasi Internal

1. Tanggung jawab dalam melaksanakan tugas
2. Melaksanakan tugas dengan target yang jelas
3. Memiliki tujuan yang jelas dan menantang
4. Ada umpan balik atas hasil pekerjaannya.
5. Memiliki rasa senang dalam bekerja.
6. Selalu berusaha mengungguli orang lain.
7. Diutamakan prestasi dari apa yang dikerjakannya.

Motivasi Eksternal

1. Selalu berusaha memenuhi kebutuhan hidup dan kebutuhan kerjanya.
2. Senang memperoleh pujian dari apa yang dikerjakannya.

3. Bekerja dengan ingin memperoleh insentif.
4. Bekerja dengan harapan ingin memperoleh perhatian dari teman dan atasan.

Kinerja Karyawan

Pendapat yang dijelaskan oleh Mangkunegara (2006), Kinerja Karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang Karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya, sedangkan pendapat lain dari Hariandja (2002) menyatakan, kinerja Karyawan merupakan hasil kerja yang dihasilkan Karyawan yang ditampilkan sesuai dengan perannya untuk mencapai tujuan organisasi. pendapat yang dijelaskan oleh Mangkunegara (2006), Kinerja Karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang Karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Sedangkan Colquitt dalam Kasmir (2015) menjelaskan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, yang antara lain adalah :

1. Kinerja tugas (*task performance*).
2. Perilaku kesetiaan (*citizenship behavior*) sebagai perilaku positif
3. Perilaku produktif tandingan (*counter productive behavior*) sebagai perilaku negatif.

C. METODE PENELITIAN

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. untuk metode penelitian menggunakan metode penelitian Deskriptif. Dalam Melakukan pengambilan data Metode yang digunakan adalah kuesioner dengan mengambil sampel dari satu populasi. Populasi yang diambil hanya populasi penelitian berjumlah 35 orang Karyawan di divisi human capital PT. Bank SulutGo Kantor Pusat Manado dan sampel yang di ambil adalah sampel jenuh. Menurut penjelasan (Sugiyono, 2016:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam penelitian.

Sehingga jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 35 responden dengan menggunakan metode probability sampling. Untuk analisis yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif,

total skor, asumsi klasik, analisis regresi serta korelasi sederhana. Menggunakan program SPSS 26.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Total Skor Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Untuk mengetahui seberapa setuju tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti akan diuraikan sebagai berikut secara total dan presentase yang dihasilkan yang menggambarkan keadaan variabel Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan dapat dilihat pada hasil analisis berikut ini :

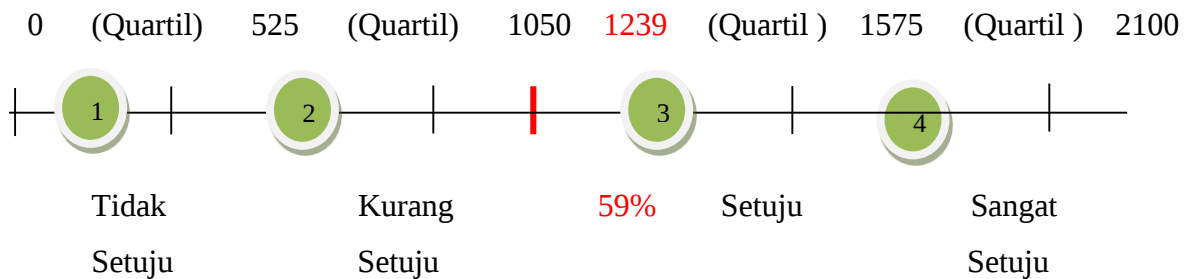
Total Skor Motivasi Kerja (X)

Instrumen penelitian untuk variabel Motivasi Kerja sebanyak 12 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1 – 5 dan jumlah responden sebanyak 35 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 12 \times 35 = 2100$ Untuk ini skor tertinggi = 5 jumlah item = 12 dan jumlah responden = 35

NO	ANALISA TOTAL SKOR X :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	12					
3	JUMLAH RESPONDEN	35					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	2100	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 12 \times 35 = 2100$				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1239					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	59					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	525					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	525	1050	1575	2100

Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 12 dan jumlah responden = 35 maka skor tertinggi yaitu $5 \times 12 \times 35 = 2100$ Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 35 responden variabel Motivasi Kerja (X) = 1239 Dengan demikian prosentase total instrumen jawaban 35 responden variabel Motivasi Kerja yaitu $= 1239 : 2100 \times 100 = 59\%$ Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:

Gambar 1 Total Skor Motivasi Kerja(X)



Dari Gambar diatas Total skor instrumen jawaban variabel Motivasi Kerja (X) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 1239 Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 59% termasuk pada kategori “Setuju”.Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi Kerja sudah setuju namun masih terdapat Gap sebesar 41% yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan agar dapat menunjang serta meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat.

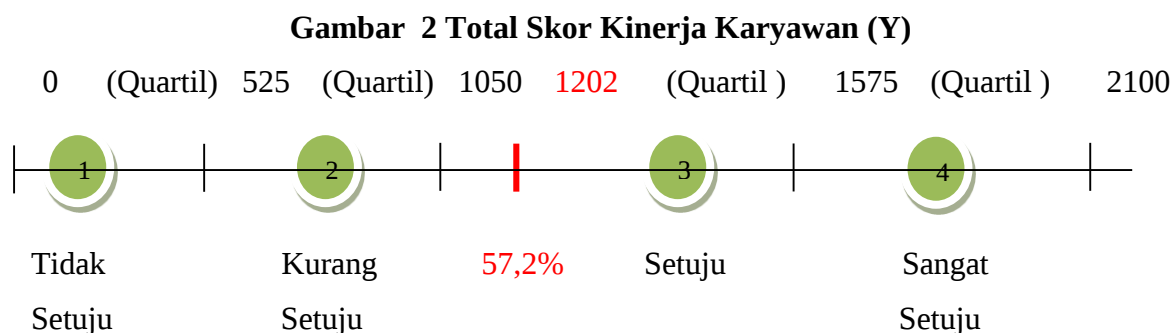
2. Total Skor Kinerja Karyawan (Y)

Instrumen penelitian untuk variabel Kinerja Karyawan sebanyak 12 pernyataan dengan 5 opsi yang diberikan skor 1 – 5, dan jumlah responden sebanyak 35 orang. Jumlah skor kriterium (bila setiap item mendapat skor tertinggi) = $5 \times 12 \times 35 = 2100$. Untuk ini skor tertinggi = 5 jumlah item = 15 dan jumlah responden = 35

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	12					
3	JUMLAH RESPONDEN	35					
4	TOTAL SKOR JW B TERTINGGI (5)	2100	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 12 X 35 = 2100				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1202					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	57,2					
7	QUARTIL (EMPAT BBN.YG SAMA)	525					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0 0	Q1 525	Q2 1050	Q3 1575	Q4 2100

Untuk ini skor tertinggi = 5, jumlah item = 12 dan jumlah responden = 35 maka skor tertinggi yaitu $5 \times 12 \times 35 = 2100$ Sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 35 responden variabel Kinerja Karyawan = 1202 Dengan demikian prosentase total instrumen

jawaban 35 responden variabel Motivasi Kerja yaitu = $1202 : 2100 \times 100 = 57,2\%$ Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Dari Gambar diatas Total skor instrumen jawaban Variabel Kinerja Karyawan (Y) terletak di Quartil ketiga dengan angka = 1202 Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 57,2% termasuk pada kategori “Setuju” Hal ini menunjukkan bahwa Kinerja sudah setuju namun masih terdapat Gap sebesar 42,8% yang perlu di maksimalkan dan di tingkatkan agar dapat meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan Motivasi Kerja (X) terhadap Kinerja Karyawan (Y) Dari hasil analisis korelasi dan regresi sederhana juga membuktikan bahwa Motivasi Kerja sangat berpengaruh serta mempunyai hubungan yang signifikan terhadap Kinerja Karyawan yang ada di PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado. Koefisien regresi variabel bebas Motivasi Kerja yang diuji memiliki arah koefisien yang positif dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas Motivasi Kerja dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel Kinerja Karyawan. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 26 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,316 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai t_{hitung} sebesar 6,316 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 2,034 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pada kelompok yang diuji memiliki perbedaan yang nyata (signifikan). Hasil ini mempunyai arti bahwa secara Motivasi Kerja berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado. Hasil analisis korelasi didapat $r = 0,740$ dikategorikan secara mempunyai hubungan yang kuat dan positif antara variable Motivasi Kerja dan variable Kinerja. Besarnya pengaruh variabel bebas

Motivasi Kerja terhadap variabel terikat (Kinerja) ditunjukkan oleh nilai determinasi total (R Square). Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel menunjukkan nilai R Square sebesar 0,547 mempunyai arti bahwa sebesar 54,7% variasi Kinerja Karyawan PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado dipengaruhi oleh variasi Motivasi Kerja Karyawan, sedangkan sisanya sebesar 45,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Sesuai dengan pendapat Kurniawan (2014:185), Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Berdasarkan hasil analisis pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif 0,547 sebesar 0,5 Nilai Signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil analisis ini mempunyai arti bahwa Motivasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado. Hal ini memiliki makna bahwa semakin baik Motivasi Kerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado, maka akan semakin tinggi pula Kinerja yang terbentuk pada Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk Motivasi Kerja maka semakin rendah tingkat Kinerja yang akan dihasilkan Karyawan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

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

1. Kinerja karyawan dipengaruhi secara signifikan oleh Motivasi Kerja di PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado Hal Ini menggambarkan persamaan regresi antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja karyawan $Y = 0,095 + 0,967 \text{ Motivasi Kerja}$.
2. hubungan korelasi dan kuat atau tidaknya pengukuran, serta pada pengujian hipotesis yang menunjukkan bahwa $T \text{ hitung} = 6,316 + T \text{ tabel} = 2,034$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Kinerja Karyawan masih perlu ditingkatkan dengan lebih baik lagi hasil kerja Karyawan. Dari hasil analisis tentang jawaban Total skor Karyawan, menunjukkan

bahwa Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado dikategorikan cukup baik dan masih perlu ditingkatkan.

4. Motivasi Kerja secara berpengaruh signifikan dengan nilai konstanta 1,062 terhadap peningkatan kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat Manado. Bila Motivasi Kerja Karyawan baik maka akan mampu meningkatkan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Go Kantor Pusat 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. Instansi sebaiknya memberikan sanksi hukuman terhadap Karyawan.
2. Sebaiknya pemimpin harus lebih berperan aktif lagi dalam memonitoring para Karyawan dalam bekerja.
3. Perusahaan sebaiknya membuat suatu jadwal pengevaluasian dalam memantau setiap Karyawan seperti setiap 2 kali dalam seminggu dan *briefing* singkat, sosialisasi khususnya pemberian motivasi dan sesi tanya jawab antara Karyawan dan pimpinan.
4. Manajer sebaiknya selalu mengawasi Karyawannya di dalam bekerja karena jika Motivasi Kerja yang dilakukan pimpinan melemah maka perusahaan dalam mencapai target yang ditetapkan bisa terhambat.

DAFTAR PUSTAKA

- ATS (Doctoral dissertation, Widya Mandala Surabaya Catholic University).
- Chukwuma Obiefuna (2018). **Analisis Motivasi Kerja Di Departemen HRD PT Sumber Maniko Utama**. Jurnal Mitra Manajemen, 2(3), 181-189.
- Colquitt (2019). **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada PT. Mayora Indah, Tbk**. Jurnal Manajemen Riset Inovasi, 1(2), 42-56.
- Hasn (2012). **Penerapan Hasil Penelitian Variabel Kinerja Karyawan di PT**.
- Hamzah B. Uno (2017). **Indikator Motivasi Kerja** (Doctoral dissertation, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG).
- Hady Sutrisno. (2018). **Indikator Kinerja Karyawan pada Operator Dump Truck Perusahaan Pertambangan Menggunakan Metode A HP dan Rating Scale (Studi Kasus pada PT. Pama Indo Mining)**. Industrial Engineering Online Journal, 4(1).
- Heene dan Desmidt (2019). **Definisi Manajemen Di Pt X. Prosiding Serina**, 1(1), 1283-1292. Jurnal Manajemen Riset.
- Yusri (2019). **Jenis Data Dan Metode Penumpulan Data Di Perusahaan Daerah Pasar Surya. Syntax Literate; Jurnal Manajemen Indonesia**, 6(3), 1377-1387.

PENGARUH MATA PELAJARAN PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN (PKK) TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA SISWA KELAS XII DI SMK BARAMULI PINRANG

Nisba Silvana

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

Email: nisbasilvana82@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data didapatkan dari SMK Baramuli Pinrang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII yang berjumlah 117 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah 91 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, penyebaran kuesioner/angket, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi dasar (uji normalitas, uji linearitas), dan uji hipotesis (uji analisis regresi linear sederhana dan uji-t). Hasil penelitian didapatkan bahwa adanya pengaruh antara mata pelajaran produk kreatif dan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji analisis regresi linear sederhana, dimana nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikategorikan signifikan dan diperkuat dengan hasil uji-t, dimana nilai $t_{hitung} 9,207 > t_{tabel} 2,369$ sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci : Produk Kreatif, Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

A. PENDAHULUAN

Pada masa kini pengangguran menjadi salah satu persoalan yang perlu perhatian khusus karena masih sulit diatasi terutama pada lulusan SMK, penyebabnya ialah pertambahan jumlah penduduk pada usia produktif tidak diimbangi dengan lapangan pekerjaan yang tersedia. Perusahaan semakin selektif dalam menerima pegawai baru tetapi kebutuhan akan kualitas angkatan kerja belum memadai dengan lapangan pekerjaan yang tersedia. Saat ini, banyak yang lebih memilih bekerja menjadi pegawai di instansi negeri maupun swasta untuk memiliki pendapatan dari pada harus memulai berwirausaha untuk menciptakan lapangan kerja dan memiliki pendapatan sendiri.

Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) adalah mata pelajaran yang terkait secara langsung dalam penanaman pendidikan kewirausahaan kepada siswa.

Mata pelajaran tersebut dapat memberikan pemahaman dan keterampilan berwirausaha kepada siswa. Mata Pelajaran PKK ini diajarkan di SMK dengan tujuan dapat membantu para siswa untuk mengetahui betapa pentingnya merintis usaha sejak dini dan melatih peserta didik untuk bisa membuat sesuatu yang baru dan unik sehingga memiliki nilai manfaat dan nilai jual.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) terhadap Minat Berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang”?

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) terhadap Minat Berwirausaha pada kelas XII di SMK Baramuli Pinrang”.

3. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Meluaskan khazanah ilmu tentang pengaruh mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (PKK) terhadap Minat Berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang.

b. Praktis

Memberikan semangat juang yang positif bagi siswa untuk memahami dengan baik tentang seluk beluk kewirausahaan dan *skill* memulai berwirausaha sejak dini.

B. LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Menurut Suryana dalam Ainii (2019:12) kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu disiplin ilmu yang akan mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya.

Menurut Hendro dalam Abidin (2016:8) kewirausahaan adalah suatu kemampuan mengelola sesuatu yang ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup di masa mendatang.

Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif.

Prinsip-Prinsip Kewirausahaan

Adapun prinsip-prinsip kewirausahaan menurut Wahyudin dan Ulum dalam Echdar (2013:34-36), yaitu:

- a. Jangan takut gagal;
- b. Semangat;
- c. Kreatif dan Inovatif;
- d. Bertindak dengan penuh perhitungan dalam mengambil risiko;
- e. Sabar, ulet, dan tekun;
- f. Harus optimis;
- g. Ambisius;
- h. Pantang menyerah / jangan putus asa;
- i. Peka terhadap pasar atau dapat baca peluang pasar;
- j. Berbisnis dengan standar etika;
- k. Mandiri;
- l. Jujur;
- m. Peduli lingkungan;

Produk Kreatif dan Kewirausahaan

Dimulai dari munculnya kegiatan formal yang bersinggungan dengan teknologi dan nilai kehidupan lokal di Indonesia terciptalah istilah produk kreatif dan kewirausahaan. Menurut Setiawati dan Karpin dalam Utami (2019:13) produk kreatif menekankan pada apa yang dihasilkan dari proses kreativitas adalah sesuatu yang baru, orisinal, dan bermakna. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu lokal berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi merupakan dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas dapat dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat

masalah dan peluang. Sedangkan inovasi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki kinerja usaha.

Pembelajaran berbasis teknologi ini diharapkan dapat membuat siswa menjadi terbuka dengan teknologi baru dan memanfaatkannya sebagai penunjang dalam kegiatan berwirausaha dengan tetap mencintai produk lokal. Hal tersebut didasari oleh kenyataan yang terlihat bahwa kondisi masyarakat saat ini mendapatkan pengaruh kuat dari produk asing. Arah pembelajaran pada mata pelajaran PKK ini adalah memfasilitasi siswa agar dapat mengembangkan kecakapan hidup (*education for life*) juga jiwa kemandirian untuk hidup (*education for life*).

Secara lebih rinci Setiawati dan Karpin dalam Utami (2019:14) menyebutkan tujuan mengapa siswa SMK perlu belajar PKK, diantaranya:

1. Mengasah keterampilan para siswa dengan membuat dan menciptakan produk yang sesuai dengan minat dan daya beli;
2. Meningkatkan daya inovasi dan kreatifitas siswa melalui pembuatan berbagai produk;
3. Membudayakan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan berwirausaha siswa;
4. Mewujudkan kemandirian siswa untuk menghasilkan kemajuan melalui pembuatan produk kreatif;
5. Menciptakan iklim belajar, bekerja, berkarya, dan berpartisipasi dalam pembelajaran yang menyenangkan.

Adapun manfaat dari mata pelajaran PKK yaitu:

1. Menerapkan perilaku tepat waktu;
2. Menerapkan perilaku tepat janji;
3. Membentuk pribadi yang disiplin;
4. Membentuk pribadi yang ulet dan mau bekerja keras;
5. Membentuk pribadi yang memiliki jiwa toleran dan mau menolong sesama;
6. Menjadi contoh bagi masyarakat sebagai pribadi yang unggul dan patut diteladani.

Pengertian Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah rasa tertariknya seseorang untuk melakukan kegiatan usaha yang mandiri dengan keberanian mengambil resiko (Yuwono dalam Maftuhah dan Suratman, 2015:124). Pendapat lain juga dikemukakan oleh Putra dalam Trisnawati (2014:61), minat berwirausaha adalah keinginan, ketertaikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan. Menurut Winkel dalam Syafii, dkk (2015:69) minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko, dan mengembangkan usaha yang diciptakannya. Evalina dalam Fahmi dan Amanda (2017:36) menyatakan bahwa minat berwirausaha adalah rasa tertarik untuk menciptakan suatu usaha dengan kemampuan yang dimiliki dan berani mengambil resiko.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam Hidayati (2021:57) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah diharapkan. Pada penelitian ini penulis akan menjelaskan pengaruh antara variabel mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X) dengan variabel Minat Berwirausaha (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII SMK Baramuli Pinrang dari jurusan Teknik Gambar Bangunan, Teknik Instalasi Listrik, Teknik Audio Video, Teknik Kendaraan Ringan A, Teknik Kendaraan Ringan B, Teknik Sepeda Motor A, Teknik Sepeda Motor B, dan Keperawatan yang berjumlah 117 orang siswa. Teknik yang dipakai untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* serta menggunakan rumus slovin, sehingga dari hasil perhitungan didapatkan jumlah sampel sebesar 91 orang siswa. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik yaitu uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi dasar (uji normalitas dan uji linearitas), dan uji hipotesis (uji regresi linear sederhana dan uji-t).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* dan variabel *dependent*. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil sebagai berikut:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3129.863	1	3129.863	84.764	.000 ^b
	Residual	3286.269	89	36.924		
	Total	6416.132	90			

Sumber: olah data 2022

Dari tabel di atas didapatkan hasil bahwa variabel mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

b. Hasil Uji-t

Uji-t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*. Uji-t dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent*, begitu juga sebaliknya. Berikut disajikan hasil olah data uji-t:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.602	5.805		1.998	.049
	Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan	1.453	.158	.698	9.207	.000

Sumber: olah data 2022

Dari tabel di atas didapatkan hasil bahwa variabel mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Minat Berwirausaha (Y), hal ini dibuktikan dari nilai $t_{hitung} (9,207) > t_{tabel} (2,369)$.

2. Pembahasan

Dari hasil olah data di atas dapat disimpulkan bahwa mata pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha Siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widad Zulaifa (2019) yang berjudul Pengaruh Lingkungan Sosial dan Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,444 > t_{tabel} 1,979$ yang mengindikasikan bahwa Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon.

Penelitian ini sejalan pula dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Miftahul Jannah (2019) yang berjudul Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Swasta BM Al-Fattah Medan Tahun Pelajaran 2019/2020. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,506 > t_{tabel} 2,068$ artinya terdapat pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Swasta BM Al-Fattah Medan Tahun Pelajaran 2019/2020.

Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan merupakan pilihan terbaik untuk membantu meneguhkan keyakinan para siswa SMK untuk meningkatkan minat berwirausaha. Dengan mengikuti pembelajaran ini, siswa dapat mengaktualisasikan sikap dan perilaku wirausaha, menentukan peluang usaha merencanakan dan mengelola usaha pada skala kecil. Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan sebagai wadah bagi para siswa untuk berlatih mengembangkan *skill* dalam berwirausaha.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil olah data pada uji regresi linear sederhana dan uji-t, maka didapatkan hasil bahwa Mata Pelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK Baramuli Pinrang.

Saran

Diharapkan agar siswa dapat meningkatkan pengetahuan berwirausaha, mengembangkan bakat dan keterampilan yang dimiliki, dan menanamkan kesadaran dalam dirinya akan pentingnya berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal Muhammad. 2016. Pengaruh Prestasi Mata Pelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Teknik Bangunan di SMK Negeri 3 Yogyakarta Tahun/Ajaran 2015/2016. *Skripsi*. Yogyakarta. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ainii, Qurrotu Jihaan Sarah. 2019. Pengaruh Mata Pelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi di SMKN 3 Bandung. *Skripsi*. Bandung. Universitas Pasundan.
- Echdar, Saban. 2013. Manajemen Entrepreneurship (Kiat Sukses Menjadi Wirausaha). Andi Offset: Yogyakarta.
- Fahmi, Reza dan Amanda Tri. 2017. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*. Vol.2 No.1. Januari-Juni. Hal.33-42.
- Hidayati, Annisa Nia. 2021. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Membangun Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Skripsi*. Pekanbaru. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Islam Riau.
- Jannah, Miftahul. 2019. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Praktik Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK Swasta BM Al-Fattah Medan Tahun Pelajaran 2019/2020. *Skripsi*. Medan. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Maftuhah, Rifa'atul dan Suratman Bambang. 2015. Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha SMK di Siduarjo. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol.3 No.1. Hal.121-131.
- Syafii, Nur Eko Muhammad, dkk. 2015. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XII SMK Se-Kabupaten Blora. *Journal of Economic Education*. Vol.4 No.2. Hal. 66-74.

- Utami, Nur Annisa Anggi. 2019. Pengaruh Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMK Pasundan 2 Bandung. *Skripsi*. Bandung. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Pasundan Bandung.
- Trisnawati, Novi. 2014. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Dukungan Sosial Keluarga Pada Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pamekasan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol.2 No.1. Hal.57-71.
- Zulaifa, Widad. 2019. Pengaruh Lingkungan Sosial dan Pembelajaran Produk Kreatif dan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Tata Boga di SMK Negeri 1 Sewon. *Skripsi*. Yogyakarta. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS POLITEKNIK NEGERI MANADO

Laurens Ponggohong^{*1}, Friska Jutresia Papia^{*2}

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

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}ponggohong007@yahoo.com, ^{*2}friskajutresia@gmail.com

ABSTRAK

Persoalan krusial yang saat ini dihadapi oleh pemerintah adalah adanya ketidakseimbangan antara ketersediaan lapangan kerja dengan jumlah pencari kerja sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengangguran termasuk didalamnya para lulusan dari perguruan tinggi. Untuk itu secara terus menerus melalui beberapa kementerian berupaya memprogramkan kewirausahaan agar tercipta wirausaha baru yang dapat meningkatkan pendapatan sekaligus membuka lapangan kerja. Hal ini yang dilakukan oleh Politeknik Negeri Manado yang menempatkan Kewirausahaan sebagai Matakuliah wajib di semua Jurusan, termasuk Jurusan Administrasi Bisnis. Hasil *Tracer Study* (2020), dijumpai para lulusan yang berwirausaha (*Entrepreneur*) hanya dibawah 1%, Swasta Nasional (39,5 %) diikuti BUMN (31 %), beberapa juga bekerja di instansi Swasta Asing (3,6 %) dan instansi pemerintah (27 %). Penelitian ini berlokasi di Politeknik Negeri Manado dengan tujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha, memotivasi berubahnya mindset mahasiswa dari "job seeker menjadi job creator" mengetahui strategi yang dapat mendorong tumbuhnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif untuk menguji hipotesa dengan menggunakan analisis regresi berganda yang pada dasarnya merupakan teknik statistik yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan variabel-variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu sikap mandiri (X1), lingkungan keluarga (X2), Motivasi (X3), ekspektasi pendapatan (X4), keberhasilan diri dalam berwirausaha (X5), dan religiusitas (X6) terhadap minat berwirausaha (Y).

Kata Kunci : Minat Berwirausaha, Sikap, Motivasi, Lingkungan Keluarga, Ekspektasi Pendapatan dan Tingkat keberhasilan

A. PENDAHULUAN

Persoalan krusial yang saat ini dihadapi oleh pemerintah adalah adanya ketidakseimbangan antara ketersediaan lapangan kerja dengan jumlah pencari kerja sehingga mengakibatkan meningkatnya jumlah pengangguran termasuk didalamnya para lulusan dari perguruan tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh sistem pendidikan yang cenderung

mempersiapkan calon lulusan berkarakter pencari kerja (*job seeker*) dan bukan berkarakter pencipta kerja (*job creator*). Oleh karenanya, beberapa tahun terakhir Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi bahkan kementerian lainnya juga memiliki program kewirausahaan.

Sejak Januari 2006 sampai dengan September 2010 melalui ASPI bekerjasama dengan CINOP, FACET, NUFFIC diberi kesempatan bagi seluruh Politeknik se-Indonesia mengajukan proposal untuk dikompetisikan dan terpilih 6 (enam) politeknik diantaranya Politeknik Negeri Manado. Melalui Program Kewirausahaan, dua kompetensi yang menjadi target luarannya adalah kewirausahaan dan manajemen mutu, dan program ini berjalan selama 4 tahun. Seiring dengan perkembangannya, sejak kontrak selesai pada tahun 2010, Mata kuliah Kewirausahaan dan QMS yang sebelumnya 8 SKS berubah menjadi 4 SKS yang diberikan dalam 2 (dua) semester masing-masing kewirausahaan 1&2 masing-masing dengan 2 SKS, demikian juga dengan QMS.

Pada tahun 2023 juga Politeknik negeri Manado dipercayakan menyelenggarakan program Wirausaha Merdeka (WMK) selama 1 (satu) semester. Hal ini dimaksudkan agar dikalangan mahasiswa tumbuh jiwa berwirausaha dan mau berwirausaha setelah selesai studi di perguruan tinggi.

Dalam proses pembelajaran sebagai upaya melahirkan wirausaha baru, maka dilengkapi dengan modul-1 s/d modul 4 dengan metode pembelajaran *Student Learning Centre* dilakukan secara interaktif, bukan kuliah satu arah. Dari segi alokasi waktu, hanya sebagian kecil dari pengajaran dilakukan dengan kuliah. Selebihnya pengajaran dilakukan dengan teknik-teknik curah pendapat (*brainstorming*), diskusi terbuka, kerja atau latihan kelompok, permainan peran (*business game*) dan studi kasus (termasuk pembicara tamu dan tugas lapangan). Adapun juga menggunakan metode *Project Based Learning* (PBL). Hal ini semua dilakukan agar mahasiswa berubah *mindset* yang pada akhirnya menumbuhkan jiwa berwirausaha.

Hasil *tracer study* yang dilakukan tahun 2023, menunjukan sebaran tempat alumni bekerja atau serapan alumni rata-rata tertinggi pada instansi Swasta Nasional (53%), sebagai wirausaha 16%, diikuti BUMN (6%) dan instansi pemerintah (17%), beberapa juga bekerja di instansi Swasta Asing (2%) dan lainnya 5%.

Mencermati permasalahan diatas dimana hanya sebagian kecil para mahasiswa yang setelah lulus berprofesi sebagai wirausaha, maka dengan demikian sangatlah penting

untuk membahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha melalui penelitian khususnya pada program studi Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Manado.

B. LANDASAN TEORI

1. Minat Berwirausaha

Minat dapat di definisikan proses mengembangkan dan mengarahkan perilaku atau kelompok agar individu atau kelompok mencapai kinerja yang diharapkan sesuai dengan tujuan organisasi. (Sumanto, 2014: 168), sedangkan berwirausaha berasal dari kata usaha berarti setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Hughes dan Kapoor menyatakan bahwa “Business is the organized efforts of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society’s needs”, maksudnya usaha atau bisnis adalah suatu kegiatan individu untuk melakukan sesuatu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Sedangkan wirausaha itu sendiri mengacu pada orang yang berani mengambil resiko untuk memulai bisnis dalam berbagai kesempatan. Berani mengambil resiko artinya memiliki mental mandiri dan berani memulai usaha tanpa diliputi rasa takut atau cemas dalam kondisi apapun (Kasmir, 2013).

2. Faktor- faktor Pendorong Minat Berwirausaha

Faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha menurut Bygrave dalam Alma (2013) yaitu,

- a) *Faktor Personal*, menyangkut aspek kepribadian diantaranya: Adanya ketidakpuasan terhadap pekerjaan seseorang; Adanya pemutusan hubungan kerja, tidak ada pekerjaan lain; Dorongan karena faktor usia; Keberanian menanggung resiko; Komitmen atau minat tinggi pada bisnis.
- b) *Faktor Environment*, menyangkut hubungan dengan lingkungan fisik meliputi: Adanya persaingan dalam dunia kehidupan; Adanya sumber-sumber yang bisa dimanfaatkan seperti modal, tabungan, warisan, bangunan, dan lokasi strategis; Mengikuti latihan kursus bisnis atau inkubator bisnis; Kebijakan pemerintah, adanya kemudahan lokasi berusaha, fasilitas kredit dan bimbingan usaha.
- c) *Faktor Sociological*, menyangkut hubungan dengan keluarga dan sebagainya meliputi: Adanya hubungan-hubungan atau relasi bagi orang lain; Adanya tim

yang dapat diajak kerja sama dalam berusaha; Adanya dorongan dari orangtua untuk membuka usaha; Adanya bantuan keluarga dalam berbagai kemudahan; Adanya pengalaman bisnis sebelumnya.

C. METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 90 mahasiswa. Teknik Analisis Data melalui Uji Kualitas Data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian ini apakah sudah valid, atau benar. Uji validitas dengan metode analisis korelasi *Product Moment Pearson* dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Kriteria pengujian apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen tersebut valid (Ghozali, 2013:53). Uji reliabilitas bermaksud untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk uji reliabilitas ini digunakan teknik Alpha Cronbach, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* sebesar $\geq 0,6$ (Arikunto, 2006: 171).

Selanjutnya analisa data menggunakan Uji Regresi Linear Berganda, dimana Analisis regresi pada dasarnya adalah teknik statistik yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan variabel-variabel. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu sikap mandiri (X1), lingkungan keluarga (X2), Motivasi (X3), ekspektasi pendapatan (X4), keberhasilan diri dalam berwirausaha (X5), dan religiusitas (X6) terhadap minat berwirausaha (Y). Model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

Y = Minat Mahasiswa Berwirausaha

B: Koefisien Regresi Variabel Bebas

X1: Sikap mandiri untuk menjadi *entrepreneur*

X2: Lingkungan keluarga untuk menjadi *entrepreneur*

X3: Motivasi menjadi *entrepreneur*

X4: Ekspektasi pendapatan untuk menjadi *entrepreneur*

X5: Keberhasilan diri dalam berwirausaha untuk menjadi *entrepreneur*

X6: Pengetahuan Kewirausahaan

E: Error

Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) yang intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *adjusted* R² yang kecil yang artinya kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai *adjusted* R² mendekati satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013: 97).

Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan bahwa semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Pengujian hipotesis ini menggunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan bila nilai probabilitas (*F-statistic*) < 0,05 maka minimal satu variabel independen yang memengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas (*F-statistic*) > 0,05 maka tidak ada variabel independen dalam model yang memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013: 98).

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Kriteria pengambilan simpulan atas hasil pengujian adalah *probability value*, apabila *probability value* lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika *probability value* lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen dan hipotesis yang diajukan tidak diterima atau tidak didukung oleh data penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana

Minat Berwirausaha dapat dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Untuk itu perlu dianalisis hubungan antara setiap variabel-variabel independent (X) dan Variabel Dependent (Y) yang menjadi bagian dari model penelitian ini. Hasil analisis antar variabel Kreativitas (X_1), Motivasi (X_2), Religius (X_3), Kemandirian (X_4), Pengetahuan (X_5), Inovasi (X_6), Kepemimpinan (X_7), Fleksibilitas (X_8), Keuntungan (X_9) terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Polimdo dapat dilihat dari tabel hasil analisis dibawah ini:

1) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kreativitas X_1 dan Minat Berwirausaha

Hasil analisis regresi dan korelasi secara parsial untuk mengetahui hubungan, pengaruh serta koefisien determinasi antara Kreativitas (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y). Disamping itu juga hasil analisis ini menggunakan program Statistik SPSS Versi 26. Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Kreativitas (X_1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,753$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,567$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 56,7% dipengaruhi oleh Kreativitas (X_1), sedang sisanya 43,3% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Motivasi terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 11,938 + 0,733 X_1$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Motivasi. Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 11,938 dengan Koefisien regresi variabel Motivasi sebesar 0,733 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Kreativitas (X_1) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 12,671 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Kreativitas (X_1) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 12,205 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 11,938 berarti tanpa adanya variabel Kreativitas (X_1), maka skor Minat Berwirausaha adalah 11,938. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Kreativitas (X_1) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

2) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Motivasi X_2 dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Motivasi (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,831$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,690$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 69,09% dipengaruhi oleh Motivasi (X_2), sedang sisanya 30,91% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Motivasi (X_2) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 6,647 + 0,870 X_2$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Motivasi (X_2). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 6,647 dengan Koefisien regresi variabel Motivasi (X_2) sebesar 0,870 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Motivasi (X_2) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0,870 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Motivasi (X_2) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 0,870 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 6,647 berarti tanpa adanya variabel Motivasi (X_2), maka skor Minat Berwirausaha adalah 6,647. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Motivasi (X_2) maka akan berdampak terhadap peningkatan variabel Minat Berwirausaha (Y).

3) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Religius (X_3) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Religius (X_3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,636$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,404$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 40,4% dipengaruhi oleh Religius (X_3), sedang sisanya 59,6% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Religius (X_3) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 11,131 + 0,734 X_3$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh sikap Religius (X_3). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 11,131 dengan Koefisien regresi variabel Religius (X_3) sebesar 0,734 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila sikap Religius (X_3) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan

sebesar 12,865 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Religius (X_3) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 10,397 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 11,131 berarti tanpa adanya variabel Religius (X_3), maka skor Minat Berwirausaha adalah 11,131. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Sikap Religius (X_3) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

4) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kemandirian (X_4) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Kemandirian (X_4) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,671$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,450$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 45,0% dipengaruhi oleh Kemandirian (X_4), sedang sisanya 55,0% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Kemandirian (X_4) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 14,367 + 0,869 X_4$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Kemandirian (X_4). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 14,367 dengan Koefisien regresi variabel Kemandirian (X_4) sebesar 0,869 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Kemandirian (X_4) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0,869 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Kemandirian (X_4) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 0,869 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 14,367 berarti tanpa adanya variabel Kemandirian (X_4), maka skor Minat Berwirausaha adalah 14,367. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Kemandirian (X_4) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

5) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Pengetahuan (X_5) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Pengetahuan (X_5) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,607$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,368$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 36,8% dipengaruhi oleh Pengetahuan (X_5), sedang sisanya 63,2% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Pengetahuan (X_5) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 13,285 + 0,759 X_5$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Pengetahuan (X_5). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 13,285 dengan Koefisien regresi variabel Pengetahuan (X_5) sebesar 0,759 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Pengetahuan (X_5) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 15,044 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Pengetahuan (X_5) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 12,526 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 13,285 berarti tanpa adanya variabel Pengetahuan (X_5), maka skor Minat Berwirausaha adalah 13,285. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Pengetahuan (X_5) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

6) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Inovasi (X_6) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Inovasi (X_6) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,651$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,425$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 42,5% dipengaruhi oleh Inovasi (X_6), sedang sisanya 57,5% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Inovasi (X_6) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 12,370 + 1,174X_6$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Inovasi (X_6). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 12,370 dengan Koefisien regresi variabel Inovasi sebesar 1,174 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila variabel Inovasi (X_6) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 14,544 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Inovasi (X_6) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 11,196 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 12,370 berarti tanpa adanya variabel Inovasi (X_6), maka skor Minat Berwirausaha adalah 12,370. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Inovasi (X_6) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

7) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kepemimpinan (X₇) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Kepemimpinan (X₇) terhadap Minat Berwirausaha (Y) didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,790$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,624$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 62,4% dipengaruhi oleh Kepemimpinan (X₇), sedang sisanya 37,6% dipengaruhi faktor lain

Persamaan regresi antar variabel Kepemimpinan (X₇) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 6,217 + 1,546 X_7$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Kepemimpinan (X₇). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 6,217 dengan Koefisien regresi variabel Kepemimpinan (X₇) sebesar 1,546 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Kepemimpinan (X₇) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 1,546 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika Kepemimpinan (X₇) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 1,546 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 6,217 berarti tanpa adanya variabel Kepemimpinan (X₇), maka skor Minat Berwirausaha adalah 6,217. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Kepemimpinan (X₇) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

8) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Fleksibilitas (X₈) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Fleksibilitas (X₈) terhadap Minat Berwirausaha (Y) dalam penelitian ini didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,818$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,669$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 66,9% dipengaruhi oleh Fleksibilitas (X₈), sedang sisanya 33,1% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Inovasi (X₈) terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 8,633 + 1,548 X_8$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Fleksibilitas (X₈). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 8,633 dengan Koefisien regresi variabel

Fleksibilitas (X_8) sebesar 1,548 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Fleksibilitas (X_8) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 9,181 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika variabel Fleksibilitas (X_8) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 7,085 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 8,633 berarti tanpa adanya variabel Fleksibilitas (X_8), maka skor Minat Berwirausaha adalah 8,633. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Fleksibilitas (X_8) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

9) Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Keuntungan (X_9) dan Minat Berwirausaha Y

Hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Keuntungan (X_9) terhadap Minat Berwirausaha (Y) dalam penelitian ini didapat nilai koefisien korelasi $r = 0,813$ hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi R Square yaitu $r^2 = 0,662$ menunjukkan bahwa variasi Minat Berwirausaha 66,2% dipengaruhi oleh Keuntungan (X_9), sedang sisanya 33,8% dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Motivasi terhadap Minat Berwirausaha adalah $Y = 3,671 + 1,465 X_9$ menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan regresi ini menunjukkan peningkatan Minat Berwirausaha ditentukan oleh Keuntungan (X_9). Persamaan ini mempunyai nilai konstanta yaitu 3,671 dengan Koefisien regresi variabel Keuntungan (X_9) sebesar 1,465 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila variabel Keuntungan (X_9) ditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 6,136 satuan Minat Berwirausaha. Sebaliknya jika variabel Keuntungan (X_9) dikurangi satu satuan maka akan menurunkan 2,206 satuan Minat Berwirausaha. Intercept yang dihasilkan dari hasil analisis sebesar 3,671 berarti tanpa adanya variabel Keuntungan (X_9), maka skor Minat Berwirausaha adalah 3,671. Disini bisa terlihat apabila terjadi peningkatan variabel Keuntungan (X_9) maka akan berdampak terhadap peningkatan variable Minat Berwirausaha (Y).

E. KESIMPULAN

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa dari sejumlah instrument yang diuji hasilnya memperlihatkan bahwa faktor-faktor seperti Kreatifitas (X_1),

Motivasi (X2), Religius (X3), Kemandirian (X4), Pengetahuan (X5), Inovasi (X6), Kepemimpinan (X7), Fleksibilitas (X8) dan Keuntungan (X9) memiliki hubungan yang positif dan tingkat korelasi yang kuat sampai dengan sangat kuat terhadap Minat Berwirausaha (Y). Hal ini dapat dilihat pada lampiran dimana hasil analisa t hitung lebih besar dari t table ($t_{hitung} > t_{table}$). Selanjutnya untuk melihat pengaruh faktor-faktor tersebut diatas (X1 s.d. X9) dilakukan analisa regresi dan hasilnya menunjukkan bahwa semua faktor baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Kewirausahaan, Cetakan ke 19. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi. Semarang
- Kasmir. 2013. Kewirausahaan, Cetakan ke 8. Jakarta. Rajawali Pers
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi. Jakarta: Erlangga.
- Sumanto. 2014. Psikologi Perkembangan: Fungsi dan Teori. Yogyakarta.
- Verosa & Dwityanto. 2015. *Hubungan Antara Locus Of Control Internal dengan Minat Berwirausaha*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yunilasari, Indah & Rahardjo, Mudji. (7 June 2016). Analisis Pengaruh Faktor Gender Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (*Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*).

IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS PADA LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN POLITEKNIK NEGERI MANADO

**Rauda Lisnova^{*1}, Diana Maramis^{*2}, Iyam. L Dua^{*3},
Arifmanuel Kolondam^{*4}, Mikhael Mangolo^{*5}**

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

⁴Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

⁵Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

Email: ^{*1}raudalisnova@gmail.com, ^{*2}dianamaramis@ymail.com, ^{*3}iyampantulu@gmail.com,
^{*4}arifmanuel@polimdo.ac.id, ^{*5}mikhaelcredo@gmail.com

ABSTRAK

Peranan laboratorium niaga terhadap kualitas mahasiswa pendidikan tinggi vokasi sangat penting dan krusial, akan tetapi laboratorium niaga perlu dilihat pula sebagai sebuah sumberdaya yang tidak hanya dimanfaatkan untuk peningkatan kualitas pendidikan saja, melainkan bisa dikembangkan sebagai sebuah bisnis yang berjalan secara riil sehingga dapat membawa dampak kepada mahasiswa maupun masyarakat secara luas. Penelitian ini dibuat untuk menganalisis implementasi sebuah bisnis model yang diharapkan bisa membawa laboratorium niaga dalam perguruan tinggi vokasi menjadi sebuah bisnis riil dan bisa berjalan berkelanjutan di dalam ekosistem bisnis tersebut.

Kata Kunci : Laboratorium Niaga, Bisnis Model Canvas Laboratorium, Laboratorium Vokasi

A. PENDAHULUAN

Keberadaan laboratorium merupakan fasilitas bagi mahasiswa untuk belajar berbagai macam hal yang praktikal yang bisa diterapkan secara langsung di dunia industri, Peranan Laboratorium dalam pendidikan tinggi vokasi tentunya sangat penting dalam melengkapi proses belajar mahasiswa untuk mencapai kualitas pendidikan yang maksimal, terlebih khusus dalam kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka, dimana kualitas didik diharapkan memiliki kemampuan dan keahlian yang bisa diterapkan secara langsung dalam dunia industri. Laboratorium dalam pendidikan tinggi vokasi memiliki andil besar dalam pengalaman belajar mahasiswa, dimana mereka bisa mengasah kemampuan praktikal dengan mempraktekan secara langsung ilmu yang dipelajari di dalam kelas sehingga mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan bahkan

menguasai berbagai macam kemampuan yang sesuai dengan bidang ilmu yang diminati atau digeluti.

Sistem yang baik dan berkelanjutan, bisa menjadi peluang sekaligus juga tantangan bagi setiap institusi untuk mempertahankan dan mengembangkan potensi sehingga bisa menciptakan dampak secara luas dan signifikan. Salah satu usaha untuk mengembangkan potensi atas sumberdaya yang dimiliki oleh sebuah laboratorium yang sudah memiliki sistem yang baik adalah antara lain dengan memaksimalkan potensi bisnis yang dimiliki setiap laboratorium dalam hal ini laboratorium kewirausahaan Politeknik Negeri Manado. Laboratorium kewirausahaan Politeknik Negeri Manado memiliki potensi bisnis yang perlu dikembangkan agar laboratorium kewirausahaan dapat berjalan dengan baik sebagai sebuah bisnis riil, salah tujuan terkait kualitas pembelajaran jika laboratorium ini berjalan sebagai sebuah bisnis riil adalah fungsi laboratorium akan berjalan optimal dimana mahasiswa bisa melakukan praktek dalam sebuah proses bisnis yang nyata sehingga mereka bisa mendapatkan pengalaman yang serupa dengan kondisi nyata dalam industri. Pengalaman yang berhasil diperoleh mahasiswa diharapkan bisa membawa pengaruh yang baik terhadap pendalaman kemampuan yang relevan yang nantinya akan dibutuhkan pada saat mahasiswa akan terjun langsung dalam dunia usaha atau dunia industri.

Agar potensi laboratorium sebagai sebuah bisnis bisa berjalan dengan baik, perlu dilakukan analisa terhadap Bisnis Model yang saat ini sedang teraplikasikan, sehingga bisa diciptakan sebuah pembaharuan yang paling efisien dalam konteks integrasi laboratorium sebagai sebuah bisnis dan sebagai sebuah fasilitas pendidikan.

B. LANDASAN TEORI

1. Bisnis Model

Dalam penyusunan sebuah perencanaan bisnis, penting untuk dibuat sebuah bisnis model sebagai acuan bagi sebuah bisnis dalam merencanakan setiap tahapan bisnisnya, menurut para ahli bisnis model dapat diartikan sebagai berikut:

1. Osterwalder dan Pigneur (2010)

Bisnis model adalah sebuah alat untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.

2. Wheelen dan Hunger (2010)

Bisnis model adalah metode yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana perusahaan tersebut beroperasi.

3. Rappa (2002)

Bisnis model adalah metode yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya agar bisnis dapat bertahan.

Menurut Tim PPM Manajemen (2014), manfaat yang bisa didapatkan oleh sebuah bisnis dalam menjalankan bisnis model adalah sebagai berikut:

1. Untuk memudahkan pembuat rencana dan pengambil keputusan di dalam sebuah bisnis untuk melihat hubungan logis antara komponen-komponen dalam bisnisnya sehingga dapat menghasilkan nilai bagi konsumen dan nilai bagi perusahaan;
2. Untuk menguji konsistensi hubungan antar komponen;
3. Untuk menguji pasar dan asumsi yang digunakan dalam pengembangan bisnis;
4. Untuk menunjukan seberapa radikal suatu perubahan dilakukan dan konsekuensinya.

2. *Innovative Business Model*

Tribabeni L & De Benardi P (2019) menjelaskan bahwa secara umum, model bisnis tidak lagi tetap dan solusi teknologi bisa menawarkan dasar untuk secara terus menerus melakukan pendekatan dalam pengembangan kesempatan strategis yang ada dalam sebuah lingkungan bisnis, bahkan dalam beberapa tahun belakangan ini banyak cara baru dalam mengadaptasi model bisnis dengan memanfaatkan disrupsi teknologi sudah dijelaskan dan diaplikasikan. Tribabeni L & De Benardi P (2019) mengatakan bahwa analisa dari aspek pelatihan dan pendidikan menyorot pendekatan edukasi yang spesifik untuk memproposikan *Enterprise 4.0.*, meskipun banyak penelitian terfokus antara lain dalam *Learning Factories*, tidak banyak peneliti yang menyorot pentingnya bidang keilmuan lain seperti ekonomi, hukum, psikologi buruh maupun sosiologi. Dalam *enterprise 4.0* dijelaskan hubungan antara Integrasi, *Decomposed Hierarchy*, Fleksibilitas dan Otonomi dalam sebuah *framework proposal*.

3. *Bisnis Model Canvas*

Dalam perencanaan sebuah bisnis dengan merancang sebuah bisnis model diperlukan sebuah bisnis model canvas sebagai sebuah cetak biru yang menjadi acuan

serta mempermudah sebuah bisnis dalam merancang dan merencanakan keseluruhan bisnis prosesnya. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) bisnis model ini mengubah konsep bisnis yang awalnya rumit menjadi sederhana untuk dilakukan. Osterwalder dan Pigneur (2010) membagi bisnis model canvas kedalam sembilan elemen, yaitu:

Customer Segment

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) *Customer Segment* adalah kelompok orang atau organisasi berbeda yang bertujuan untuk menjangkau apa yang dijangkau oleh perusahaan. *Customer Segment* adalah pihak yang menggunakan jasa/produk dari yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi sebuah bisnis. Pelanggan sebagai kunci dalam sebuah bisnis, sehingga tanpa adanya pelanggan, perusahaan tidak sanggup untuk bertahan lama dan mendapatkan keuntungan. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) terdapat beberapa jenis *Customer Segment* yaitu *Mass Market* (Pasar Terbuka), *Niche Market* (Pasar Khusus), *Segmented* (Pasar Tersegmentasi), *Diversified* (Diversifikasi Pasar), *Multi-Sided Platforms* (Multi Pasar).

Value Propositions

Value Propositions merupakan “The Bundle of products and services that create value for a specific Customer Segment” (Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010) dalam artian lain value proposition merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) terdapat elemen-elemen yang dapat berkontribusi dalam penciptaan nilai diantaranya yaitu *Newness*, *Performance*, *Customization*, *Getting the job done*, *Design Brand*, *Price*, *Cost Reduction*, *Risk Reduction*, *Accessibility*, dan *Convenience*.

Channels (Saluran)

Channels menurut Osterwalder & Pigneur (2010) menggambarkan bagaimana suatu perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan Proposisi Nilai. Saluran komunikasi, distribusi dan penjualan merupakan penghubung antara perusahaan dan pelanggan. Sebuah bisnis dapat memilih antara menjangkau pelanggan melalui saluran-nya sendiri, melalui Saluran mitra atau melalui paduan keduanya.

Customer Relationship

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) *Customer Relationship* merupakan hubungan

perusahaan dengan pelanggan yang menggunakan produk dari perusahaan. Sebuah bisnis harus mampu merumuskan jenis hubungan yang ingin dirancang dengan para pelanggan.

Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Revenue Stream menggambarkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing Segmen Pelanggan. Setiap arus pendapatan memiliki mekanisme yang berbeda tergantung dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh sebuah bisnis.

Adapun tipe revenue stream dalam sebuah bisnis model terbagi menjadi dua yaitu :

1. Transaksi pendapatan yang dihasilkan dari pembayaran pelanggan dalam satu waktu.
2. Pendapatan berulang dihasilkan dari pembayaran berkelanjutan.

Mekanisme arus pendapatan dalam sebuah bisnis model secara umum terbagi atas dua mekanisme utama yaitu: *fixed price* dan *dynamic pricing*.

Key Resources

Menurut para ahli *key resources* yaitu “The most important assets required to make a business model work” (Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010). Key Resources dapat berupa fisik, keuangan, intelektual, atau manusia. Sumber Daya Kunci ini dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau diakuisisi dari key partner. Key Resources terbagi dalam beberapa kategori, yaitu *Physical, Intellectual, Human, Financial Model, Technology* dan *Distribution Channel*

Key Activities (Aktivitas Kunci)

Key Activities merupakan hal-hal utama yang harus dilakukan sebuah bisnis atau perusahaan agar model bisnisnya dapat diterapkan dan mencapai hasil yang diharapkan. *Key Activities* menurut (Osterwalder dan Pigner 2012:37) dibagi kedalam beberapa kategori yaitu: *Production, Problem Solving* dan *Platform/network*.

Key Partnership

Key Partnership adalah jaringan yang dibangun oleh perusahaan jaringan ini termasuk pemasok bahan baku maupun mitra bisnis dari perusahaan sehingga yang berperan dalam membuat model bisnis yang dirancang berjalan dengan baik.

Cost Structure

Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2010) *Cost structure* adalah keseluruhan biaya yang dibutuhkan perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan model bisnis yang sudah dirancang oleh perusahaan tersebut.

Cost structure dikelompokkan kedalam dua kelas yaitu :

- 1) Cost-driven yaitu model bisnis yang berfokus untuk meminimalkan biaya dalam berbagai struktur.
- 2) Value-driven pada umumnya diimplementasikan oleh perusahaan yang kurang berfokus pada penciptaan nilai. Salah satu ciri perusahaan yang menggunakan bisnis model ini yaitu perusahaan yang menawarkan nilai premium dan sebuah derajat tinggi atas barang dan jasa yang ditawarkan.

C. METODE PENELITIAN

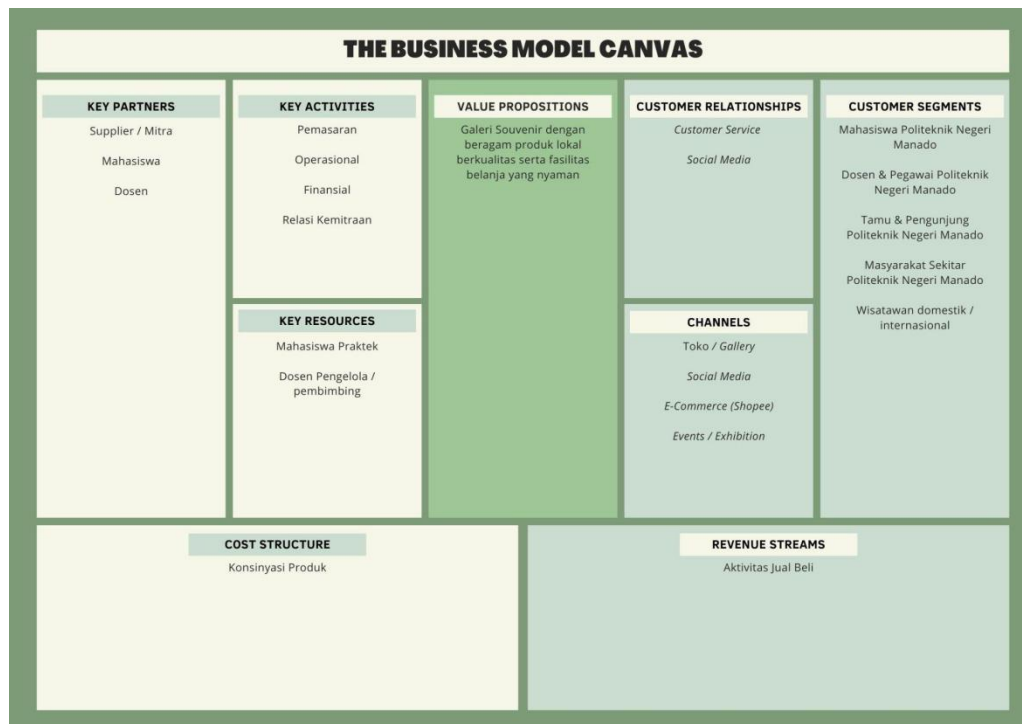
Penelitian ini adalah jenis penelitian terapan dengan metode penekanan pada pemecahan masalah praktis yang dihadapi oleh objek penelitian. Penelitian terapan adalah metodologi yang digunakan untuk memecahkan masalah praktis dunia modern, baik masalah praktis dari individu atau kelompok sehingga riset ini dirancang untuk menjawab pertanyaan spesifik yang bertujuan memecahkan masalah praktis bukan untuk memperoleh pengetahuan demi pengetahuan. Objek penelitian adalah Laboratorium Kewirausahaan Politeknik Negeri Manado, dengan tujuan umum yaitu untuk menganalisa bisnis model yang sedang berjalan agar dapat dilakukan optimalisasi yang menghasilkan sebuah bisnis model yang secara efektif mampu menjadikan laboratorium kewirausahaan sebagai sebuah entitas bisnis yang berjalan baik dan memiliki sebuah mekanisme pembelajaran yang mampu membawa pengalaman praktikal kepada mahasiswa.

D. HASIL PENELITIAN

1. Bisnis Model Canvas

Laboratorium Kewirausahaan Politeknik Negeri Manado telah berjalan dengan konsep bisnis dengan tujuan untuk memaksimalkan pengalaman belajar mahasiswa. Dalam konteks bisnis, strategi yang dijalankan dalam laboratorium Kewirausahaan Politeknik Negeri Manado masih relatif baru sehingga membutuhkan optimalisasi secara berkala. Salah satu cara untuk menganalisa strategi bisnis dalam laboratorium kewirausahaan Politeknik Negeri Manado antara lain melalui analisa implementasi Bisnis Model Canvas dalam proses bisnis yang telah berjalan.

Gambar: *Business Model Canvas* Laboratorium Kewirausahaan



1. *Customer Segment*

Segmentasi pasar yang disasar adalah mahasiswa, dosen & pengajar serta tamu yang berkunjung di lingkungan kampus Politeknik Negeri Manado. Selain segmen ini, Laboratorium Kewirausahaan menjangkau segmen pasar diluar lingkungan kampus yaitu masyarakat sekitar kampus dan wisatawan dari luar dan dalam negeri yang ingin membeli oleh-oleh atas barang khas Manado. Kedua segemen luar kampus ini bisa dijangkau dengan aktivitas sosial media dan kehadiran laboratorium kewirausahaan di salah satu *e-commerce*.

2. *Value Propositions*

Value Propositions yang ditonjolkan oleh Laboratorium Kewirausahaan sebagai sebuah bisnis adalah kehadiran bisnis ini sebagai jembatan antara pelaku UKM dengan pelanggan. Laboratorium Kewirausahaan berfokus pada penjualan produk hasil UKM di Manado dan sekitarnya serta produk asli mahasiswa.

3. *Channels* (Saluran)

Saluran penjualan Laboratorium Kewirausahaan adalah penjualan secara langsung melalui fasilitas galeri yang tersedia, penjualan melalui sosial media (instagram & Tik Tok), *e-commerce* (shopee) dan aktivitas penjualan melalui

berbagai acara atau pameran.

4. *Customer Relationship*

Hubungan dengan pelanggan, terlebih khusus dengan pelanggan di luar lingkungan kampus adalah dengan pemanfaatan sosial media dan saluran distribusi digital secara maksimal.

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Arus Pendapatan dari Laboratorium Kewirausahaan bersumber dari transaksi jual beli yang terjadi melalui fasilitas galeri, penjualan dari sosial media, penjualan dari *e-commerce* dan penjualan dari acara atau pameran tertentu.

6. *Key Resources*

Sumberdaya utama dari aktivitas bisnis Laboratorium Kewirausahaan adalah mahasiswa yang sedang melakukan praktek yang juga bertindak sebagai karyawan dalam aktivitas operasional, pemasaran serta pelaporan finansial. Selain mahasiswa, sumberdaya utama dalam aktivitas bisnis ini adalah dosen pengelola yang bertindak dalam fungsi manajerial dan fungsi pengawasan. Tanpa terlepas dari fungsi laboratorium sebagai proses belajar, sumberdaya lainnya adalah dosen pembimbing dan pengajar yang menjalankan fungsi sebagai penghubung antara proses bisnis dan proses pembelajaran, meskipun dalam hal ini, peranan dosen pengajar dan dosen pembimbing dalam aktivitas bisnis bersifat tidak langsung.

7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Aktivitas kunci dalam proses bisnis ini adalah aktivitas pemasaran, operasional dan finansial serta aktivitas kemitraan dengan para supplier.

8. *Key Partnership*

Jaringan kemitraan dibangun dengan para pelaku bisnis UKM di Manado dan sekitarnya serta mahasiswa atau dosen / karyawan yang memiliki produk sebagai pemasok seluruh barang yang dipasarkan dalam laboratorium ini.

9. *Cost Structure*

Laboratorium Kewirausahaan menonjolkan mekanisme cost drive, dimana bisnis ini bergerak dengan biaya seminimal mungkin dengan sistem konsinyasi, sehingga bisnis ini bisa berjalan tanpa mengeluarkan modal untuk membayar stok produk yang dijual. Sistem ini efektif untuk menjaga cash flow tetap sehat dan membantu meminimalisasi kebutuhan modal.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Implementasi *Business Model Canvas* mampu membawa Laboratorium Kewirausahaan bisa berjalan dalam sebuah bisnis proses. Dalam beberapa aktivitas bisnisnya, strategi komponen bisnis model telah tereksekusi dengan baik, akan tetapi beberapa komponen lainnya perlu dimaksimalkan agar potensi bisnis Laboratorium Kewirausahaan bisa tereksplorasi lebih mendalam. Jika dikaitkan dengan proses pembelajaran, peranan mahasiswa dalam bisnis proses ini masih memiliki keterbatasan, antara lain adalah peranan mahasiswa terbatas sebagai eksekutor dalam kegiatan operasional padahal peranan mahasiswa sebagai penyusun strategi merupakan sebuah aspek yang penting untuk meningkatkan pengalaman belajar mereka.

Saran

Agar tujuan Laboratorium Kewirausahaan yang dijalankan sebagai sebuah entitas bisnis yang riil untuk memaksimalkan pengalaman belajar mahasiswa sehingga mereka bisa memperoleh pengalaman yang aplikatif mampu tercapai dengan baik, perlu adanya integrasi yang kokoh antara bisnis model dengan kurikulum yang menjadi pedoman proses praktek mahasiswa. Untuk itu, perlu dikembangkan sebuah bisnis model yang relevan bisa diaplikasikan dalam proses edukasi.

REFERENSI

- Karwur, A & Kumaat, A. 2020. Pengaruh *Marketplace Social Media Facebook* Terhadap Terciptanya Perilaku Wirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen, Administrasi Bisnis dan Pemasaran (MABP)* Vol. 2 No. 2, Agustus 2020: Manado.
- Kleindl, B. & Burrow, J. 2005. *E-Commerce Marketing*. Lakewood. Ohio: Top Floor.
- Kumaat, A. & Kembau, A. 2022. *DIGITAL MARKETING: Konsep & Aplikasi Mendasar*. Polimdo Press: Manado.
- Marentek, M. Kembau, A. & Kumaat, A. 2019. Word-of-Mouth Behavior on Social Networking Sites: Case Study on Y and Z Generation Instagram User. *Journal of Applied Economic Sciences*, Vol. 14 No. 4, Winter 2019: European Research Center of Managerial Studies in Business Administration.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Clark, T. 2010. *Business Model Generation*.
- Ramelan; Tim PPM Manajemen. (2014). *Business model canvas : penerapan di Indonesia / Tim PPM Manajemen; editor, Ramelan*. Jakarta :: PPM,.
- Rappa, M. (2002) *Business Models on the Web*. <http://digitalenterprise.org/models/models.html>
- Sanjaya, R & Tarigan, J. 2009. *Creative digital marketing : Teknologi berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Sudarsono. 2001. *Konsep Ekonomi: Uang dan Bank*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2004). *Strategic Management and Business Policy: Concepts* (9th ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River.

ANALISIS SWOT APLIKASI SHOPEE

**Gratia Natrina Kaparang^{*1}, Fresi Beatrix Lendo^{*2},
Inka Marry Steviarty Tumengkol^{*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}fresilendo@gmail.com, ^{*3}inkamarrysteviarthyumengkol@gmail.com

ABSTRAK

Maraknya belanja online saat ini membuat banyak platform e-commerce yang bermunculan dengan berbagai fitur dan kecanggihan serta promosi yang membuat pengguna merasa tak ingin melewatkan promosi tersebut. Shopee menjadi salah satu e-commerce yang menjadi pilihan banyak pengguna di Indonesia sehingga perlu dilakukan analisis SWOT dari aplikasi Shopee agar nampak kelebihan, kelemahan dari aplikasi Shopee serta bisa menyortir kesempatan serta ancaman yang mungkin muncul. Analisis SWOT dari aplikasi Shopee ternyata menemukan bahwa Shopee perlu terus melakukan inovasi dengan aplikasinya agar tidak ketinggalan dengan aplikasi e-commerce lain yang mencari celah yang tidak tersedia di Shopee untuk menjadi keunggulan mereka. Untuk itu, Shopee tetap mempertahankan keunggulan aplikasi yang ada namun harus tetap menyadari apa yang menjadi kekurangan dari aplikasinya dan berinovasi dengan kebutuhan dan tren pelanggan saat ini.

Kata Kunci : Aplikasi, Shopee, SWOT

ABSTRACT

The rise of online shopping at this time has resulted in many e-commerce platforms emerging with various features and sophistication as well as promotions that make users feel like they don't want to miss these promotions. Shopee is one of the e-commerce choices of many users in Indonesia, so it is necessary to carry out a SWOT analysis of the Shopee application in order to identify the strengths and weaknesses of the Shopee application and to sort out opportunities and threats that may arise. The SWOT analysis of the Shopee application apparently found that Shopee needs to continue to innovate with its application so as not to be left behind by other e-commerce applications that are looking for gaps that are not available on Shopee to become their advantages. For this reason, Shopee continues to maintain the advantages of its existing application but must remain aware of the shortcomings of its application and innovate with current customer needs and trends.

Keywords: Application, Shopee, SWOT

A. PENDAHULUAN

Segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet) disebut e-commerce atau electronic commerce. Kegiatan jual beli saat ini sudah melibatkan berbagai macam aplikasi, di antaranya shopee, tokopedia, lazada, bukalapak, blibli, dan sebagainya. Di tambah lagi saat ini berbagai macam aplikasi media sosial juga sudah menambahkan fitur jual beli pada aplikasinya, seperti whatsapp business, instagram shop, tiktok shop, dan sebagainya.

Berdasarkan laporan digital 2021 di harian Kompas.com, pengguna internet di Indonesia di awal 2021 mencapai 202,6 juta jiwa, yang artinya meningkat 15,5% atau 27 juta jiwa dibandingkan pada Januari 2020. Kemudian, dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dari indonesiabaik.id, pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta jiwa di periode tahun 2022-2023. Jumlah ini setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa.

Hal ini menjadi kekuatan bagi penyedia aplikasi e-commerce, karena semakin banyak pengguna internet di Indonesia, artinya semakin besar pula peluang e-commerce mendapatkan pelanggan. Selain itu, dengan adanya peningkatan pengguna internet, maka orang Indonesia semakin melek dengan internet. Peluang ini membuat penjual maupun pembeli di e-commerce makin banyak. Sejalan dengan banyaknya penjual dan pembeli yang semakin banyak, semakin banyak juga ekspedisi pengiriman barang yang hadir mendukung pengiriman barang-barang dari e-commerce.

Dari berbagai macam e-commerce yang hadir, shopee adalah salah satu aplikasi e-commerce yang paling diminati masyarakat Indonesia. Ini karena kehadiran shopee tidak hanya sebagai e-commerce yang mempertemukan penjual dan pembeli, shopee juga memberikan banyak sekali penawaran berupa gratis ongkir, shopee paylater, cashback, dan diskon. Penawaran menarik semacam ini membuat banyak masyarakat Indonesia menyukai aplikasi shopee, terbukti dengan data dari Similar Web pada CNN Indonesia, di bulan Mei 2023, Shopee dikunjungi oleh 161 juta pengunjung, disusul oleh Tokopedia dikunjungi 106 juta pengunjung, dan Lazada 70 juta pengunjung.

Banyaknya pengunjung di aplikasi Shopee ini, menimbulkan ketertarikan untuk melakukan analisis SWOT Aplikasi Shopee untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman aplikasi shopee dalam menjalankan aplikasinya. Analisis ini kedepannya bisa memberikan masukan bagi pihak Shopee agar bisa mengetahui

kekuatan aplikasi yang dijalankan, bisa meminimalisir kelemahan aplikasi, bisa melihat peluang aplikasi, dan mewaspadai ancaman yang mungkin timbul.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang “Analisis SWOT Aplikasi Shopee”. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada aplikasi Shopee.

B. LANDASAN TEORI

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis (Suryatama, 2020). Ada 4 (empat) indikator penting yang dinilai dari analisis SWOT yaitu, kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threatness). Keempat indikator ini perlu dinilai sebagai awal dari perencanaan dalam pelaksanaan bisnis. Gambaran analisis SWOT dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. SWOT Analysis
Sumber: idtesis.com

A. Kekuatan (Strenght)

Situasi atau kondisi di internal perusahaan yang mendukung program dalam perusahaan dalam mencapai tujuannya disebut kekuatan (strenght). Faktor-faktor yang

menjadi kekuatan dalam perusahaan dapat berupa sumber daya, keahlian, kecanggihan aplikasi, kemudahan penggunaan, dan sebagainya yang menunjang keunggulan di pasar, serta hubungan baik antara buyer dan supplier.

B. Kelemahan (Weakness)

Segala kegiatan perusahaan yang tidak berjalan dengan baik dan sumberdaya yang sebenarnya dibutuhkan perusahaan namun tidak dimiliki perusahaan itu adalah kelemahan (weakness) dalam suatu perusahaan. Kelemahan itu lebih kelihatan dibandingkan dengan kekuatan. Sehingga perlu disiasati dari perusahaan agar bisa menutupi kelemahan dengan kekuatan yang ada.

Kelemahan merupakan faktor internal dalam perusahaan yang menghambat perusahaan mencapai tujuan-tujuannya. Faktor-faktor internal ini diantaranya, fasilitas yang kurang lengkap, kurangnya kerjasama dengan supplier yang dibutuhkan, kurangnya sumber keuangan, kurangnya kemampuan pemasaran dan pengelolaan, serta kurang populernya citra perusahaan. Faktor-faktor ini perlu disadari dan diakui oleh perusahaan sehingga dengan menyadari kelemahan-kelemahan yang ada, perusahaan bisa berbenah diri dan menemukan strategi untuk menyiasati kelemahan tersebut agar tidak nampak.

C. Peluang (Opportunity)

Faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya merupakan peluang (opportunity). Peluang tidak hanya berupa kesempatan dalam mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi juga bisa berupa respon Masyarakat atau isu yang sedang diangkat. Peluang merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Faktor-faktor eksternal ada banyak sekali yang memengaruhi sebuah lingkungan usaha, baik dari strategi pesaing yang menguntungkan, perubahan kebijakan pemerintah, perubahan teknologi, dan sebagainya. Untuk itu, perusahaan perlu jeli melihat setiap kesempatan yang mungkin timbul setiap kali terjadinya perubahan agar menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan untuk menguntungkan perusahaan.

D. Ancaman (Threatness)

Faktor negatif yang berasal dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembang atau berjalannya suatu perusahaan atau program disebut ancaman (threatness). Ancaman ini perlu diwaspadai perusahaan agar keadaan-keadaan yang

mengancam perusahaan bisa diminimalisir. Ancaman ini dapat berupa, masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, perubahan teknologi serta kebijakan baru.

Setiap ancaman yang muncul perlu diwaspadai oleh perusahaan, guna membuat strategi dalam menangkal segala macam hal yang mungkin akan merugikan perusahaan. Apabila terlambat, dan perusahaan terlena dengan kesuksesan, kemungkinan jatuhnya perusahaan akan semakin cepat. Hal ini yang perlu menjadi fokus dari tiap perusahaan, sebab ancaman yang muncul akan selalu menghambat perusahaan berkembang.

2. Aplikasi Shopee

Chris Zhimin Feng merupakan pria kelahiran Singapura bulan Desember tahun 1982 salah satu orang yang berkontribusi besar dalam perkembangan Shopee. Chris Feng mengambil sekolah Ilmu Komputer di National University of Singapore. Shopee merupakan platform yang mulai di luncurkan tahun 2015 di 7 (tujuh) negara Asia yaitu Singapura, Malaysia, Indonesia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Filipina.

Aplikasi Shopee yang di luncurkan disesuaikan dengan wilayah masing-masing dengan memberikan pengalaman belanja online yang aman, mudah, dan cepat bagi pelanggan. Jaminan belanja online yang aman, mudah, dan cepat ini didukung dengan pembayaran dan logistik yang kuat. Kerjasama dengan banyak aplikasi pembayaran online dan perbankan menjadi giat Shopee dalam memberikan kemudahan bagi setiap pelanggan dan penjual. Menyusul kerjasama dengan pihak ekspedisi sehingga paket-paket yang berasal dari platform Shopee segera dikirimkan oleh ekspedisi dan dijamin pengirimannya bisa terlacak kapan saja.

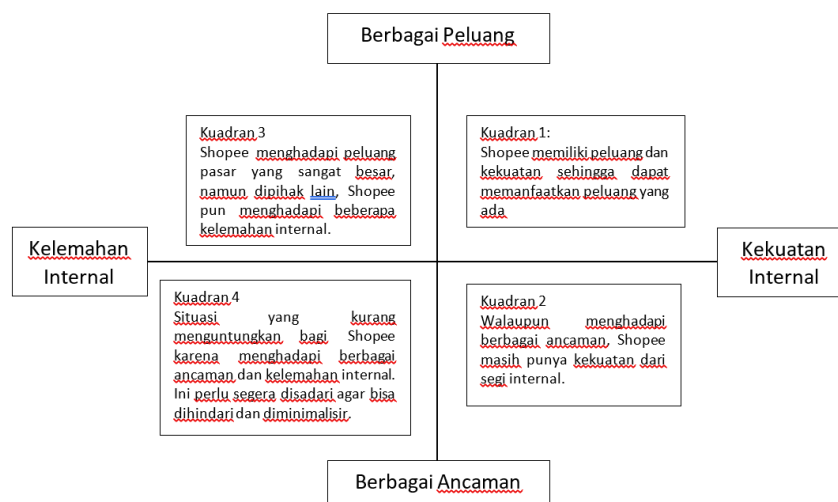
Aplikasi Shopee berbeda dengan aplikasi lainnya yang menempatkan masing-masing aplikasi penjual dan pembeli membuat beberapa pengguna aplikasi dengan spesifikasi ponsel pintar yang terbatas tidak bisa mengunduh dua aplikasi. Shopee menyediakan platform yang bisa menghubungkan penjual dan pembeli dalam satu aplikasi. Ini merupakan tujuan dari Shopee untuk memenangkan pasaran online. Hal ini membuahkan hasil, karena Shopee menjadi aplikasi belanja online terpopuler saat ini.

Terus berinovasi dan mengembangkan berbagai strategi untuk memenangkan pasaran online, Shopee menjadi aplikasi belanja online pertama yang memelopori 9.9 Super Shopping Day di tahun 2016. Sejak saat itu, pengguna aplikasi belanja online menjadi terbiasa dengan belanja online dengan promosi potongan harga, voucher gratis ongkir yang lebih banyak, dan berbagai produk dengan harga spesial Rp. 0 di setiap

tanggal kembar. Hingga saat ini, tidak hanya sesama platform online shop yang menggunakan strategi super sale tanggal kembar, toko-toko tradisional pun sudah mengikuti strategi pemasaran menaikkan pesanan di tanggal kembar yang dipelopori Shopee.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengupas tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman aplikasi Shopee. Untuk itu, penelitian ini menggunakan analisis SWOT dalam menelaah setiap komponen SWOT yang di aplikasi Shopee. Kinerja Shopee ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal (Rangkuti, 2016). Lingkungan internal yaitu Strenghts dan Weakness, serta lingkungan eksternal adalah Opportunities dan Threats. Analisis SWOT Aplikasi Shopee membandingkan antara faktor eksternal dengan faktor internal. Perbandingan faktor internal dan eksternal ini dikenal dengan strategi SO, ST, WO, dan WT yang terbagi dalam 4 (empat) kuadran sehingga ditemukan hasil pemikiran yang bisa menjadi masukan bagi aplikasi Shopee dalam menjalankan aplikasinya.



Gambar 2. Perbandingan Faktor Internal dan Eksternal Aplikasi Shopee
Sumber: Rangkuti, 2016

D. PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan analisis SWOT aplikasi Shopee:

A. Strenghts (Kekuatan)

1. Shopee memiliki reputasi dan nama yang sudah dikenal oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.

2. Shopee merupakan salah satu marketplace terbesar di Indonesia dengan lebih dari 130juta pengguna aktif.
3. Program yang menarik seperti gratis ongkir, cashback dan diskon yang membuat Shopee menjadi marketplace yang menguntungkan pembeli.
4. Memiliki kerjasama dengan banyak jasa kirim, mulai dari pengiriman instan, regular, hemat, maupun kargo sehingga memudahkan pengguna untuk memilih pengiriman barang, dan memudahkan penjual untuk mengirimkan barang.
5. Terbuka bagi penjualan dengan barang-barang terkini, dalam maupun luar negeri.
6. Memiliki kerjasama dengan berbagai bank untuk melakukan pencairan uang dari penjualan, maupun pengisian saldo Shopeepay.
7. Memiliki dompet pembayaran (Shopeepay) yang memudahkan untuk melakukan pembayaran barang di aplikasi, dan diberikan promo gratis ongkir dan cashback khusus pengguna yang melakukan pembayaran menggunakan Shopeepay.
8. Memiliki fitur live bagi penjual untuk melakukan deal penjualan secara langsung dengan pembeli.

B. Weakness (Kelemahan)

1. Shopee hanya bisa digunakan oleh pengguna online dan memiliki akses internet. Sehingga pengguna ponsel biasa, tidak bisa mengakses Shopee.
2. Shopee merupakan marketplace berbasis aplikasi. Sehingga pengguna yang memiliki keterbatasan memori ponsel untuk mengunduh banyak aplikasi di ponsel mereka, tidak bisa mengunduh aplikasi Shopee.
3. Shopee merupakan e-commerce yang bukan berasal dari Indonesia, melainkan berasal dari Singapura, sehingga ada kemungkinan terjadi perbedaan budaya dan hukum yang bisa memengaruhi bisnis Shopee di Indonesia.
4. Fitur dan tampilan yang ramai. Sehingga banyaknya fitur yang ditawarkan Shopee membuat aplikasi semakin berat dan kurang nyaman di mata pengguna.

C. Opportunities (Peluang)

1. Shopee berpeluang untuk meningkatkan pangsa pasar dan berkembang di Indonesia karena pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia tumbuh dengan pesat.
2. Penetrasi internet di Indonesia meningkat sehingga semakin banyak masyarakat Indonesia yang bisa menggunakan internet dan memudahkan masyarakat mengakses Shopee.

D. Threats (Ancaman)

1. Kehadiran kompetitor seperti Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak yang menjadi alternatif aplikasi belanja online selain Shopee. Beberapa aplikasi ini mengancam posisi Shopee di pasar.
2. Perubahan regulasi seperti pajak e-commerce bisa memengaruhi bisnis Shopee, serta membuat Shopee terancam kehilangan pelanggan akibat dari penjual menaikkan harga produknya yang disesuaikan dengan regulasi pajak Shopee.
3. Perkembangan pesaing dari luar negeri seperti Amazon dan Alibaba yang bisa diakses oleh pengguna di Indonesia dapat mengancam posisi Shopee di pasar.

Berdasarkan analisis SWOT yang dipaparkan sebelumnya, Shopee memiliki beberapa peluang dan ancaman yang dapat dimanfaatkan dan dihindari. Berikut ini merupakan analisis SO, ST, WO, dan WT dari aplikasi Shopee:

Strategi SO (Strengths-Opportunities)

1. Meningkatkan penetrasi pasar dengan memanfaatkan perluasan jaringan internet di daerah-daerah yang belum dijangkau internet. Sehingga saat jaringan internet tersedia di daerah tertentu, aplikasi Shopee langsung dapat diakses.
2. Pemanfaatan fitur dan program yang terus diinovasikan sesuai dengan kebutuhan pengguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan seperti fitur pembayaran yang lebih beragam dan program diskon yang lebih menarik.

Strategi ST (Strenghts-Threats)

1. Keamanan transaksi perlu ditingkatkan dengan pemanfaatan teknologi sistem verifikasi identitas yang lebih ketat dan sistem antifraud yang lebih canggih.
2. Memanfaatkan perbedaan budaya dan hukum dengan meningkatkan brand awareness dengan cara bekerja sama dengan mitra 63ocal dan menyesuaikan layanan dan produk sesuai dengan kebutuhan pasar di Indonesia.

Strategi WO (Weakness-Opportunities)

1. Perbaiki tampilan aplikasi dengan peluang perkembangan teknologi perlu dilakukan, misalnya dengan menggunakan fitur virtual fitting room sehingga pengguna aplikasi yang akan membeli produk fashion dapat menggunakan virtual fitting room untuk melihat penampilan mereka menggunakan produk fashion yang dipilih.
2. Perlu menjalin kerjasama lebih banyak dengan mitra lokal (produsen dan UMKM lokal) untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Strategi WT (Weakness-Threats)

1. Peningkatan daya saing dengan memanfaatkan keunggulan teknologi yang dimiliki Shopee seperti chatbot customer service.
2. Perluasan jaringan ke luar negeri untuk memanfaatkan peluang pasar global sehingga Shopee bisa membuka cabang-cabang baru di negara-negara lain dan bekerja sama dengan mitra 63ocal di negara tersebut.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Shopee merupakan platform online shopping yang diminati masyarakat karena banyaknya program yang menarik diantaranya, gratis ongkir di tanggal kembar, diskon belanja, bekerja sama dengan banyak ekspedisi yang memudahkan pengiriman barang, serta bekerjasama dengan berbagai bank yang memudahkan pembayaran barang.
2. Shopee memiliki cabang di berbagai negara sehingga sangat menguntungkan shopee dalam melakukan kegiatan bisnis.

Saran

1. Shopee perlu waspada dengan berbagai aplikasi yang sejenis yang pasti selalu berinovasi untuk mengisi kekurangan dari aplikasi Shopee.
2. Shopee perlu selalu berinovasi dengan program promo terbaru agar peminat semakin banyak, tanpa mengurangi program yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

Suryatama, Edwin. 2000. Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis. Surabaya: Kata Pena.

Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: Gramedia.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain> akses tanggal 25 September 2023.

<https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?page=all> akses tanggal 25 September 2023.

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html> akses tanggal 25 September 2023

<https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet> akses tanggal 25 September 2023

<https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-swot-analysis-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-swot-analysis/> akses tanggal 27 September 2023.

<https://careers.shopee.co.id/about> akses tanggal 20 Oktober 2023

<https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-shopee/> akses tanggal 20 Oktober 2023

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. TASPEN (Persero) CABANG MANADO

Arief P. W. Nugroho^{*1}, Vekky Supit^{*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: ^{*1}alvanugroho999@gmail.com, ^{*2}vekkysupit@gmail.com, ^{*3}jorohadelaida84@gmail.com

ABSTRAK

Kecerdasaan emosional termasuk dalam ketrampilan softskill dimana seseorang yang mempunyai kecerdasan emosional mampu mengendalikan atau mengontrol perasaan terhadap diri sendiri dan orang lain sehingga dengan perasaan yang ada bisa dapat terkendali, mempunyai kemampuan dalam memberikan motivasi kepada diri sendiri bahkan orang lain, dan selanjutnya mempunyai kemampuan dalam mengendalikan atau mengelola emosi sehingga dalam kegiatan bekerjasama secara tim, kegiatan dalam masyarakat dan organisasi bisa terjalin dengan baik. Kinerja karyawan sendiri merupakan hal yang penting dalam perusahaan dimana kinerja karyawan menentukan keberhasilan suatu perusahaan atas pencapaian target suatu perusahaan, oleh karena itu kinerja karyawan menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang persaingan antar perusahaan. Tujuan penelitian: Untuk mengetahui pengaruh kecerdasan karyawan terhadap kinerja karyawan pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Manado, PT Taspem sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu asuransi bagi PNS atau ASN, serta pensiunan pejabat negara. Untuk memberikan bentuk implementasi kecerdasan emosional yang seharusnya sehingga kinerja karyawan dapat meningkat di PT.TASPEN (Persero) Cabang Manado. Jenis penelitian yaitu kuantitatif. Populasi 35 dan sampel 35 dimana sampel jenuh yang digunakan. Hasil, total skor variabel kecerdasan emosional (X) berada pada antara kuartil 2 dan 3 dengan interval cukup baik dan baik, Total skor variabel kinerja karyawan (Y) berada pada antara kuartil 2 dan 3 dengan interval cukup baik dan baik. Pembahasan. Semua item pernyataan valid dan reliabel dan terdapat hubungan yang sangat kuat antar variabel kecerdasan emosional dan kinerja sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antar kedua variabel. Implementasi diberikan berupa model untuk perubahan. Kesimpulan: Terdapat hubungan yang sangat kuat antara kecerdasan emosional dengan kinerja karyawan dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dalam variabel kecerdasan emosional dan kinerja karyawan yang ada. Saran: Memberikan pelatihan yang berhubungan dengan komunikasi, etika, kepemimpinan, Mengadakan evaluasi kinerja dengan rutin sehingga perusahaan bisa dengan cepat melakukan perubahan supaya kinerja meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai.

Kata Kunci : Pengaruh, Kecerdasan Emosional, Kinerja, PT TASPEN

A. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi saat ini menjadi salah satu program pemerintah dalam mempersiapkan berbagai upaya yang strategis agar sumber daya manusia (SDM) mampu memanfaatkan teknologi yang ada dan dengan kemampuan penggunaan teknologi tersebut bisa memberikan keuntungan kepada SDM tersebut dalam menghadapi tantangan terutama tantangan persaingan memperoleh pekerjaan bahkan membuka usaha baru. Pembekalan diri akan ketrampilan menggunakan teknologi digital seperti penggunaan mesin-mesin terbaru beserta dengan fitur dan perancangan aplikasi menyatakan dengan pasti bahwa SDM mampu bersaing dengan SDM dari dalam maupun SDM dari luar yang akan mencoba beradu nasib di negara kita bahkan daerah kita. Ketrampilan tersebut dapat kita kategorikan dalam ketrampilan *hardskill*. Manajemen sumber daya manusia adalah potensi yang merupakan aset dan berfungsi sebagai modal (*non material/non finansial*) di dalam organisasi bisnis, yang dapat diwujudkan menjadi potensi nyata (*real*) secara fisik dan non fisik dalam mewujudkan eksistensi perusahaan (Sulistiyan dan Rosidah, 2009:11).

Ketrampilan *hardskill* yang dimiliki dapat terus ditingkatkan melalui pelatihan ketrampilan serta kebiasaan yang sering kita aplikasikan atau kita gunakan, karena kebiasaan tersebut dapat memberikan pengalaman. Dengan pengalaman kita bisa mengetahui kekurangan dan kelebihan dari suatu kegiatan di bidang-bidang terkait. Kemampuan *softskill* sudah kita miliki dari lahir, tetapi kemampuan *softskill* masih bisa kita dibentuk lagi dengan bersosialisasi atau bermasyarakat. Kemampuan *softskill* sangat berkaitan erat dengan 1. kemampuan berkomunikasi, dimana dengan memiliki kemampuan berkomunikasi maka banyak manfaat yang bisa diperoleh. Kemampuan berkomunikasi termasuk menjadi pendengar yang baik dalam suatu pertemuan, mampu bernegosiasi sebelum terjadi kesepakatan, cara berbicara baik (berpidato di depan masyarakat atau orang banyak, menjadi nara sumber baik dipertemuan ilmiah, organisasi kemasyarakatan, dll), 2. kemampuan dalam memecahkan masalah yang sedang terjadi dimana keputusan yang diambil berdasarkan penelitian, kemungkinan atau resiko yang dapat terjadi, mempunyai kreativitas yang tinggi, dan mempunyai pemikiran yang kritis dalam menghadapi berbagai bentuk kemungkinan, 3. karakter pemimpin seperti kemampuan mengarahkan, menangani konflik baik di internal maupun eksternal, dll. 4.

Kemampuan beradaptasi, 5. Mempunyai etika seperti mempunyai jiwa pemersatu atau berintegritas, jiwa betarung, kemampuan mengelolah waktu dengan baik,dll.

Kecerdasaan emosional termasuk dalam ketrampilan *softskill* dimana seseorang yang mempunyai kecerdasan emosional mampu mengendalikan atau mengontrol perasaan terhadap diri sendiri dan orang lain sehingga dengan perasaan yang ada bisa dapat terkendali, mempunyai kemampuan dalam memberikan motivasi kepada diri sendiri bahkan orang lain, dan selanjutnya mempunyai kemampuan dalam mengendalikan atau mengelolah emosi sehingga dalam kegiatan bekerjasama secara tim, kegiatan dalam masyarakat dan organisasi bisa terjalin dengan baik.

Tekanan yang terjadi dalam dunia kerja dapat membuat tenaga kerja atau SDM yang ada mengalami kejenuhan, kebosanan, pemberontakan, stres kerja. Untuk itu SDM harus bisa menngendalikan emosi yang terjadi dengan pengendalian. Salah satu upaya dalam memperkecil tekanan yang ada dengan berkomunikasi dan membentuk tim kerja dalam menyelesaikan pekerjaan. Dengan demikian seberat apapun pekerjaan kalau dilakukan secara tim sambil berdiskusi dengan baik pasti terselesaikan.

Perusahaan bukan saja membutuhkan SDM yang mempunyai kecerdasan intelektual saja tetapi SDM yang mempunyai kecerdasan emosional juga sangat penting untuk perusahaan. Dalam pencapaian tujuan perusahaan perlu dukungan dari setiap SDM yang ada, komunikasi, kerjasama atau kekompakan tim, kreativitas, merupakan beberapa aspek penentu keberhasilan perusahaan.

Pengetahuan saja tidak cukup membuktikan kesuksesan seseorang untuk menuju kesuksesan, tetapi kecerdasan emosional bisa membuktikan keberhasilan dalam pekerjaan. Karena saat ini perusahaan yang ingin merekrut karyawan bukan karena Indeks Prestasi yang tinggi tetapi perusahaan ingin merekrut karyawan berdasarkan *softskill* yang dimiliki karena ilmu bisa diajarkan dalam perusahaan tetapi *softskill* melekat pada pribadi seseorang yang dapat menggambarkan karakter, perilaku atas pribadi karyawan itu sendiri.

Kinerja yang maksimal akan diberikan jika penguasaan bidang pekerjaan mampu dikuasai dengan benar sehingga kecintaan akan pekerjaan dapat diberikan dengan maksimal. Kecintaan terhadap pekerjaan menyebabkan seberat apapun pekerjaan tidak akan menjadi beban dalam penyelesaiannya tetapi menjadi tantangan untuk segera diselesaikan. Kinerja karyawan harus dikelola terutama untuk mencapai produktivitas dan

efektivitas dalam rangka merancang bangun kesuksesan, baik secara individu maupun perusahaan, (Rahadi,2010:6)

Keberhasilan dalam menyelesaikan pekerjaan berkaitan erat dengan pencapaian tujuan karena target kerja yang dibebankan bisa diselesaikan baik secara perorangan maupun dengan tim, standard kualitas pekerjaan bisa terpenuhi karena dalam proses atau evaluasi hasil kerja selalu menerima kritik sebagai masukan dalam memperbaiki kesalahan bekerja. Pekerjaan dapat terselesaikan dengan cepat apabila difasilitasi oleh alat dan sarana penunjang pekerjaan yang cepat dan mempunyai kemampuan penggunaan dan pengoperasian alat dan sarana pendukung pekerjaan. Selanjutnya keberhasilan menyelesaikan pekerjaan didasari oleh keinginan dan kemauan yang kuat. Dengan hasil kerja atau kinerja yang dihasilkan sesuai dengan target maka peluang untuk meraih prestasi dapat diperhitungkan.

PT Taspen menjalankan fungsinya sebagai menyimpan tabungan dan dana pensiun untuk PNS atau ASN, dimana pelayanan yang terbaik harus diberikan dalam menjalin dan mempertahankan kepercayaan masyarakat dan pemerintah. Ruang lingkup PT Taspen sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu asuransi bagi PNS atau ASN, serta pensiunan pejabat negara. Untuk itu PT Taspen selalu berupaya memberikan yang terbaik dalam semua kegiatan operasionalnya.

Kegiatan pengamatan telah peneliti lakukan dimana PT Taspen berupaya memberikan hasil yang terbaik tetapi masih terdapat beberapa permasalahan yang diamati oleh peneliti seperti kurangnya tanggung jawab atas pekerjaan contohnya memberikan beban kerja yang besar yang harusnya di kerjakan oleh karyawan kepada mahasiswa magang, masih ada karyawan yang melakukan pekerjaan tidak berpikir terlebih dahulu contohnya, karyawan yang sering salah mengirim data kepada nasabah yang seharusnya dikirim ke nasabah a ternyata dikirim ke nasabah karena dalam proses pengiriman data tidak dilakukan pemeriksaan terlebih dahulu, masalah selanjutnya masih ada karyawan yang kurang teribat dalam pemecahan masalah contohnya mahasiswa seharusnya yang hanya membantu pekerjaan ternyata bisa mengambil keputusan akibat dari karyawan yang tidak berpartisipasi dalam memecahkan masalah, masih ada karyawan yang egois dalam melakukan pekerjaan contohnya kurangnya kerjasama tim akibat dari keegoisan karyawan, belum semua karyawan dapat menerima kritik sebagai masukan yang positif

contohnya karyawan yang mendapat kritik sering tersinggung padahal kritik yang diberikan sebagai masukan yang positif.

b. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kecerdasan karyawan terhadap kinerja karyawan pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Manado.

c. Landasan Teori

1) Pengertian Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional merupakan kesadaran terhadap perasaan diri sendiri dan orang lain, bersikap empati, kasih sayang, motivasi dan kemampuan untuk merespon suasana kegembiraan dan kesedihan secara tepat. (Yusuf dan Nurishan, 2014:242).

2) Dampak Kecerdasan Emosional

- a) *Employee recruitmen and retention*, kecerdasan emosi seseorang yang melakukan perekrutan merupakan hal yang krusial dalam membuat keputusan yang tepat.
- b) *Development of Talent*, individu dapat mengembangkan kompetensi sosial dengan adanya interaksi sosial di tempat kerja. Aktivitas interaksi sosial tersebut merupakan aktivitas pembelajaran dua arah, kedua belah pihak berinteraksi dan memberi informasi/pengetahuan, didalam interaksi sosial tersebut dibutuhkan juga kecerdasan emosional.
- c) *Teamwork*, adanya interaksi dan negosiasi antar anggota kelompok secara aktif pada suatu *teamwork* menciptakan harapan tentang bagaimana mereka sebaiknya berpikir dan bertindak dalam kelompok tersebut.

3) Indikator Teknologi Perkantoran

Kecerdasan emosi dapat diukur dalam berbagai aspek yang ada. Menurut Goleman dalam Tokan, (2016:21), terdapat lima indikator yaitu :

- a) *Self Awareness* (Kesadaran Diri)
- b) *Self Management* (Pengaturan Diri)
- c) *Motivation* (Motivasi)
- d) *Empathy* (Empati)
- e) *Social Skill* (Keterampilan Sosial)

4) Pengertian Kinerja

Menurut Wibowo, (2012:7), kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan

bagaimana cara mengerjakannya. Kinerja adalah perilaku kerja yaitu apa yang dilakukan karyawan. (Husein, 2017:10).

5) Dampak Kinerja

Menurut Robbins (2006), dampak dari kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

- a) Organisasi akan berkembang dengan pesat
- b) Organisasi akan memperoleh target yang telah direncanakan dengan tepat sasaran
- c) Bisa mengurangi resiko-resiko yang akan terjadi dalam organisasi
- d) Karyawan dalam organisasi tersebut akan semakin solid dan kompak karena bekerja dengan sungguh-sungguh untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- e) Perusahaan di mata publik menjadi baik dan disegani oleh pesaing-pesaing dalam usaha yang sejenis.

6) Indikator Kinerja

Menurut Wibowo, (2017:85), ada beberapa indikator kinerja, yaitu :

- a) Tujuan
- b) Standar
- c) Umpan Balik
- d) Alat atau Sarana
- e) Kompetensi
- f) Motivasi
- g) Peluang

B. METODE PENELITIAN

a. Jenis dan Metode Penelitian

Kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan, dan metode penelitian, yaitu deskriptif, lapangan dan kepustakaan.

b. Jenis Data

Data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung.

c. Teknik Pengumpul Data

Observasi, Kuisioner Dan Kajian Pustaka

d. Populasi Dan Sampel

Populasi sebanyak 35 dan sampel yang digunakan sampel jenuh, sehingga keseluruhan populasi dijadikan sampel.

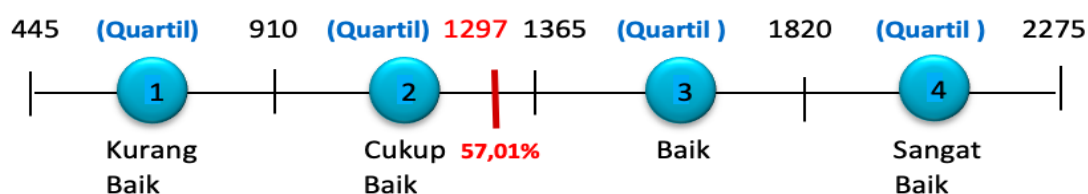
e. Metode Analisis Data

- 1) Total Skor
- 2) Uji Validitas
- 3) Uji Reliabilitas
- 4) Analisis Korelasi
- 5) Analisis Regresi Sederhana
- 6) Uji Hipotesis

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

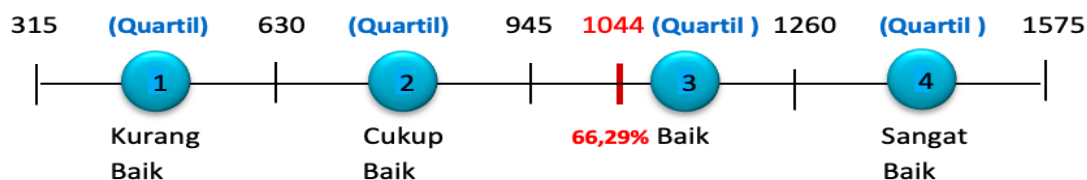
a. Hasil

1) Total Skor Variabel Kecerdasan Emosional (X)



Total skor kecerdasan emosional berada di antara interval cukup baik dan baik

2) Total Skor Variabel Kinerja Karyawan (Y)



Total skor kecerdasan emosional berada di antara interval cukup baik dan baik tetapi mendekati baik

3) Perolehan Hasil Validitas Variabel Kecerdasan Emosional (X) Dan Kinerja (Y)

Indikator	Item Pernyataan	Stat. Produk moment	Validitas	Keterangan
Kesadaran Diri	Item 1	0,325	0,54	VALID
	Item 2	0,325	0,73	VALID
	Item 3	0,325	0,88	VALID
Pengaturan Diri	Item 4	0,325	0,88	VALID
	Item 5	0,325	0,88	VALID
	Item 6	0,325	0,54	VALID
Motivasi	Item 7	0,325	0,88	VALID
	Item 8	0,325	0,88	VALID
	Item 9	0,325	0,67	VALID
Empati	Item 10	0,325	0,54	VALID
	Item 11	0,325	0,73	VALID
	Item 12	0,325	0,52	VALID
Keterampilan Sosial	Item 13	0,325	0,57	VALID

Indikator	Item Pernyataan	Stat. Produk moment	Validitas	Keterangan
Tujuan	Item 1	0,325	0,66	VALID
Standart	Item 2	0,325	0,69	VALID
	Item 3	0,325	0,87	VALID
Umpan Balik	Item 4	0,325	0,76	VALID
Alat/Sarana	Item 5	0,325	0,69	VALID
Kompetensi	Item 6	0,325	0,78	VALID
	Item 7	0,325	0,70	VALID
Motivasi	Item 8	0,325	0,87	VALID
Peluang	Item 9	0,325	0,70	VALID

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh untuk variabel kecerdasan emosional dengan 13 item pernyataan kesemuanya Valid dan untuk variabel Kinerja dengan 9 item pernyataan kesemuanya valid karena lebih besar dari Tabel R 0,325

4) Perolehan Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kecerdasan Emosional (X) dan Kinerja (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan
Kecerdasan Emosional (X)	0,92	13	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kinerja Karyawan (Y)	0,89	9	Reliabel

Dari hasil pengolahan data uji reliabilitas didapati bahwa variabel kecerdasan emosional 0,92 dan kinerja 0,89 menunjukkan bahwa variabel kecerdasan emosional dan kinerja reliabel karena > dari 0,6.

5) Analisis Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,832 ^a	,693	,684	3,94811	,693	74,456	1	33	,000	1,463

a. Prediksi Kecerdasan Emosional

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Perolehan hasil menunjukkan kecerdasan emosional mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan kinerja karyawan, karena hasil yang diperoleh 0,832.

6) Analisis Regresi

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Error stand				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	7,292	2,696		2,705	,011					
Kecerdasan Emosional	,608	,070	,832	8,629	,000	,832	,832	,832	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Pengolahan data menggunakan SPSS dan memperoleh hasil $Y = 7,292 + 0,608 X$ mempunyai arti perubahan kinerja karyawan pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Manado ditentukan oleh kecerdasan emosional.

7) Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Nilai t hitung variabel kecerdasan emosional (X) = 8,629, sedangkan tabel T dengan alpha 0,05 dan derajat bebas = 33, rumusnya $N-k-1 = 35-1-1 = 33$ dalam arti N merupakan keseluruhan sampel yang diambil, k = kecerdasan emosional, 1 sudah ditentukan. Jadi tabel t = 1,692 dengan demikian t hitung = 8,629 > 1,692 dan alpha 5%. Dengan hasil demikian maka kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Pembahasan

1) Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Taspen (Persero) Cabang Manado

Berdasarkan temuan yang peneliti lakukan dengan menyebarkan kuisioner yang telah dijawab oleh 35 responden dalam hal ini seluruh karyawan yang ada di perusahaan PT Taspen dan dari jawaban telah peneliti tabulasikan untuk mencari total skor, keabsahan setiap pernyataan atau 13 pernyataan dalam variabel kecerdasan emosional dan 9 pernyataan untuk variabel kinerja karyawan dan setelah menemukan hasil dari perhitungan total skor maka peneliti melakukan tahap pengujian selanjutnya dengan pengujian apakah pernyataan yang telah peneliti rumuskan bisa valid jika digunakan dan peneliti mendapatkan hasil bahwa keseluruhan pernyataan sah atau valid untuk diadakan pengujian selanjutnya.

Tahap selanjutnya adalah pengujian terhadap semua pernyataan yang ada melalui pengujian reliabilitas dimana pernyataan yang sudah valid tersebut bisa dipercaya dan peneliti mendapatkan hasil bahwa semua pernyataan bisa dipercaya. Kegiatan berikut yaitu meneliti melakukan pengujian korelasi atau mencari tentang hubungan dari variabel yang digunakan dan sesuai dengan hasil pengujian ternyata kecerdasan emosional mempunyai **hubungan yang sangat kuat** dengan kinerja karyawan. Setelah mendapatkan hasil terdapat hubungan yang sangat kuat maka peneliti bisa masuk dengan tahap selanjutnya yaitu mengukur seberapa besar pengaruh kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan yang ada. Hasil telah ditemukan yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dalam variabel kecerdasan emosional dan kinerja karyawan yang

ada., karena sudah terbukti dengan pengujian data atau secara empiris sudah dibuktikan. Dan menjawab hipotesa bahwa pengujian ini diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kedua variabel yang peneliti gunakan.

Jadi kinerja karyawan akan meningkat dalam pencapaian tujuan perusahaan, memperoleh hasil kerja yang bermutu kecerdasan emosional karyawan harus ada seperti mempunyai

- a) kesadaran diri seperti memahami keunggulan diri, mempunyai tanggungjawab atas atas semua pekerjaan yang dibebankan.
- b) Pengaturan diri yang tinggi seperti, berpikir terlebih dahulu sebelum bertindak, tenang dalam segala situasi yang dialami, sabar menghadapi tekanan
- c) Memiliki motivasi dalam bekerja seperti, mencoba hal baru dalam menghadapi kebosanan bekerja, terlibat aktif dalam pemecahan masalah yang terjadi, terlibat dalam pemberian ide atau gagasan
- d) Mempunyai empati di lingkungan pekerjaan seperti, mampu beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan, tidak egois dalam bekerja, serta terlibat aktif dalam memberikan solusi atas keputusan yang akan diambil
- e) Mempunyai ketrampilan sosial seperti, menerima kritik yang diberikan sebagai bentuk bahan evaluasi akan perubahan yang hasil kerja selanjutnya, menjadi karyawan yang mempunyai etika dalam pekerjaan.

2) Implementasi Kecerdasan Emosional Yang Sebaiknya Diperhatikan Oleh PT. Taspen (Persero) Cabang Manado

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti mendapatkan hasil dari pernyataan yang kurang antara lain 1. kurangnya tanggung jawab atas pekerjaan, 2. masih ada karyawan yang melakukan pekerjaan tidak berpikir terlebih dahulu, 3. masih ada karyawan yang kurang terlibat dalam pemecahan masalah, 4. masih ada karyawan yang egois dalam melakukan pekerjaan, 5. belum semua karyawan dapat menerima kritik sebagai masukan yang positif. Temuan ini harus diperhatikan oleh pimpinan perusahaan jika ingin terjadi perubahan terhadap kinerja kerja karyawan yang ada.

D. SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

- 1) Terdapat hubungan yang sangat kuat antara kecerdasan emosional dengan kinerja karyawan dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dalam variabel

kecerdasan emosional dan kinerja karyawan yang ada, karena sudah terbukti dengan pengujian data atau secara empiris sudah dibuktikan.

- 2) Item pernyataan yang masih kurang seperti 1. kurangnya tanggung jawab atas pekerjaan, 2. masih ada karyawan yang melakukan pekerjaan tidak berpikir terlebih dahulu contohnya, 3. masih ada karyawan yang kurang terlibat dalam pemecahan masalah, 4. masih ada karyawan yang egois dalam melakukan pekerjaan, 5. belum semua karyawan dapat menerima kritik sebagai masukan yang positif masih harus diperhatikan lagi oleh pimpinan perusahaan agar kinerja karyawan dapat ditingkatkan lagi demi pencapaian tujuan perusahaan

b. Saran

- 1) Perusahaan lebih memperhatikan lagi akan kecerdasan emosional karyawannya dengan memberikan pelatihan yang berhubungan dengan komunikasi, etika, kepemimpinan.
- 2) Mengadakan evaluasi kinerja dengan rutin sehingga perusahaan bisa dengan cepat melakukan perubahan supaya kinerja meningkat sehingga tujuan perusahaan tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Casmini. 2007. *Emotional Parenting*. Yogyakarta :PilarMedika.
- Emron, E, Yohny A, Imas K. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta, Bandung.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, J. S., & Silvya, B. (2019). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Vol. 02.
- Kaswan. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maharani, A.D. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan).
- Mangkunegara, A.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Nurjaya. (2015). *Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kepuasan Kerja pada Koperasi Karyawan PT. Telkom Siporennu Makassar. Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, Vol. 2, No. 1
- Rahadi, Dedi Rianto. 2010. *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*. Malang: Tunggal Mandiri Publishing.
- Riduwan. 2014. *Metode & Teknik Penyusunan Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, P. Stephen. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan. Erlangga, Jakarta.
- Romney, Marshall B. dan Steinbart, Paul Jhon, (2016), *Sistem Informasi Akuntansi*, Diterjemahkan oleh Kikin dan Novita, Salemba Empat, Jakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak dan Sarton Sinambela (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Sondang P. Siagian. 2009. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta. PT Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tokan, P.R. (2016). *Sumber Kecerdasan Manusia (Human Quotient Resource)*. Jakarta: Grasindo.
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi.
- Wibowo, Ario. 2011. *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Karyawan Asuransi/*

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF UNTUK PENGUATAN DESTINASI MICE DI KOTA MANADO

Abigail Wurangian^{*1}, Jeaneta J. Rumerung^{*2}, Arthur L. M. Karwur^{*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 : ¹abjwurangian@gmail.com, ²rumerung31016@gmail.com,
³arthurludwig21nov@gmail.com

ABSTRAK

Kota Manado memiliki potensi untuk menjadi destinasi MICE, namun berdasarkan observasi, ekonomi kreatif dan sektor industri kreatif di Kota Manado belum berkontribusi secara optimal dalam menunjang kegiatan MICE. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi industri kreatif yang berkaitan dengan kegiatan MICE di Kota Manado, memberikan gambaran mengenai ekonomi kreatif dan destinasi MICE Kota Manado serta mendeskripsikan pengembangan ekonomi kreatif yang berdampak pada penguatan destinasi MICE Kota Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis SWOT. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kota Manado memiliki 10 sub sektor ekonomi kreatif. Faktor penunjang ekonomi kreatif untuk berkembang masih terkendala dengan sumber daya manusia seperti kompetensi pelaku UMKM, keterampilan tenaga kerja dan daya saing produk sejenis dengan daerah lain. Pemerintah Kota Manado telah melakukan pengembangan ekonomi kreatif seperti pelatihan, bimbingan teknis, sosialisasi, pendampingan bagi pelaku UMKM Ekonomi kreatif. Melalui instansi terkait, menyediakan tempat Sentra IKM dan UMKM di Kayu Bulan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam proses produksi untuk menghasilkan produk berkualitas dengan *packaging* yang menarik. Pengembangan ekonomi kreatif yang optimal dapat menunjang penguatan destinasi MICE di Kota Manado yang di upayakan melalui : menghasilkan produk berkualitas dengan mutu terjamin, optimalisasi strategi pemasaran, dan menjalin kerja sama Triple Helix.

Kata kunci : Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, Penguatan Destinasi MICE

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi daerah mendapat kontribusi dari sektor pariwisata termasuk didalamnya industri MICE dan ekonomi kreatif. MICE adalah akronim dari *Meeting, Incentive, Convention*, dan *Exhibition* merupakan jenis kegiatan dalam industri pariwisata yang telah direncanakan secara matang oleh suatu kelompok yang memiliki tujuan yang sama dalam penyelenggaraan kegiatan tersebut. MICE merupakan bisnis

yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi bagi suatu daerah. Keunggulan dikembangkan industri MICE di Indonesia antara lain dapat mendukung potensi daerah sebagai destinasi MICE.. Penyelenggaraan event MICE di daerah destinasi MICE memberikan manfaat langsung terhadap potensi ekonomi daerah. Keunggulan lainnya adalah mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif.

Menurut Herawati, Rudatin, Akbar (2014) Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Dalam Ekonomi Kreatif terdapat Industri Kreatif yang menjadi motor penggerak. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2009), industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi serta daya cipta individu tersebut. Industri kreatif memerlukan mesin penggerak agar bisa berjalan dengan baik, terpelihara dan terus melakukan variasi serta modifikasi. Salah satu mesin penggeraknya adalah industri MICE.

MICE juga merupakan metode atau cara mempromosikan, memasarkan, dan menjual langsung produk kepada *customer* baik nasional maupun internasional. Salah satu cara untuk mempromosikan, memasarkan, dan menjual produk – produk tersebut adalah dengan menyelenggarakan *event*. Berbagai *event* MICE berskala internasional yang diselenggarakan di Indonesia diharapkan dapat menjadi media untuk mempromosikan produk-produk kreatif Indonesia. Berbagai jenis produk ekonomi kreatif yang dipamerkan akan mendorong tumbuhnya pelaku kreatif sehingga mampu mendukung ekonomi regional dan nasional. Dua keunggulan ini mengandung makna bahwa ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam menunjang perkembangan industri MICE termasuk di Kota Manado.

Kota Manado memiliki potensi untuk menjadi destinasi MICE yang memiliki keunggulan bersaing apabila ditunjang dengan sektor industri kreatif yang erat kaitannya dengan kegiatan *meeting, incentive, conference* dan *exhibition* (MICE). Potensi Kota Manado sebagai destinasi MICE dikarenakan Kota Manado merupakan pintu gerbang perdagangan Internasional di Indonesia Timur destinasi MICE yang potensial, namun daya saing Kota Manado sebagai destinasi MICE masih rendah jika dibandingkan dengan

destinasi lainnya di Indonesia seperti Bali, Jakarta, Yogyakarta dan Bandung. Destinasi MICE Kota Manado belum memiliki kekuatan yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mengikuti kegiatan MICE. Penyelenggaraan event MICE berskala Nasional dan Internasional masih terpusat di Bali dan Jakarta. Salah satu upaya untuk memperkuat daya saing destinasi MICE Kota Manado adalah melalui pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan observasi, ekonomi kreatif dan sektor industri kreatif di Kota Manado belum berkontribusi secara optimal dalam menunjang kegiatan MICE. Kualitas sumber daya manusia yaitu pelaku industri kreatif masih rendah karena belum memiliki kompetensi yang dibutuhkan industri kreatif. Hal ini dapat dilihat dari varian dan kualitas produk yang dihasilkan dan dijual di pasar lokal Kota Manado. Pemerintah Kota Manado melalui program kerjanya telah berupaya untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku industri kreatif namun belum menyentuh sampai keseluruhan UMKM karena keterbatasan anggaran/dana yang dialokasikan untuk sektor ekonomi kreatif. Industri kreatif di Kota Manado belum diberdayakan secara optimal untuk menunjang kegiatan MICE yang diselenggarakan di Kota Manado. Hal ini disebabkan karena masih ada para Pelaku UMKM industri kreatif yang kurang pemahaman mengenai kegiatan MICE dan destinasi MICE.

Terdapat hubungan yang erat antara industri kreatif sebagai bagian dari ekonomi kreatif dengan industri MICE, sehingga pengembangan ekonomi kreatif melalui industri kreatif dapat berdampak pada peningkatan industri MICE. Namun hal ini belum dipahami dengan baik oleh pelaku UMKM industri kreatif. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2013) penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang terkait dengan masalah sosial. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada setting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial kedalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Analisa data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif

dan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu Teknik perencanaan strategi yang dilakukan dengan menganalisis dan mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, serta ancaman dengan mempertimbangan faktor eksternal dan faktor internal suatu usaha atau bisnis.

. Analisa dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Untuk memperoleh data dan informasi dilakukan dengan menggunakan empat macam Teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Observasi

Penulis melakukan observasi di tempat penelitian Kota Manado khususnya UMKM industri kreatif yang terkait dengan kegiatan MICE. Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Menurut Raco J. R (2010) observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diobservasi dapat berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan Teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan Teknik wawancara semiterstruktur (*Semistruktur Interview*) dengan jenis wawancara *in – dept interview*.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2014) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya – karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

4. Triangulasi

Menurut Sugiyono (2014) teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah Teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai Teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Hal ini berarti peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data yang berbeda – beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Ekonomi Kreatif Kota Manado

Perkembangan ekonomi kreatif kota Manado terus meningkat pada 3 tahun terakhir, pada tahun 2021 sebanyak 4 sub sektor ekonomi kreatif, yaitu : kuliner, kriya, fashion, fotografi yang memiliki pelaku UMKM terbanyak di kota Manado. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, terdapat 17 sub sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Berdasarkan observasi dan wawancara, pada tahun 2023 terdapat 10 sub sektor ekonomi kreatif di kota Manado, yaitu : Kriya, Fashion, Musik, Seni Pertunjukan, Aplikasi Game, Desain Produk, Fotografi, Seni Rupa, Kuliner, Fotografi.

2. Deskripsi Destinasi MICE Kota Manado

Salah satu indikator yang menggambarkan destinasi MICE adalah atribut destinasi. Atribut destinasi merupakan salah satu yang dipertimbangkan untuk memilih destinasi sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Menurut Kang, dkk (2005) yang dikutip Marsianus Raga (2019), atribut destinasi terdiri dari aksesibilitas, atraksi wisata, biaya, fasilitas, citra, layanan informasi, keselamatan dan keamanan serta pelayanan. Sedangkan pendapat dari Lee & Back (2007), atribut destinasi terdiri dari aksesibilitas, atraksi wisata atau hiburan, keterjangkauan mengenai harga dan biaya, lingkungan alam, ketersediaan fasilitas untuk penyelenggaraan MICE, citra destinasi, keselamatan dan keamanan dalam pelaksanaan kegiatan MICE dan kualitas layanan dalam penyelenggaraan MICE. Deskripsi destinasi MICE Kota Manado, mengacu pada beberapa atribut sebagai berikut :

a. Aksesibilitas

Akses ke destinasi Kota Manado menjadi lebih mudah dijangkau karena Kota Manado merupakan pintu gerbang perdagangan internasional di Indonesia Timur melalui bandar udara Internasional Sam Ratulangi. Pembukaan rute jalur penerbangan langsung Manado-Jepang merupakan peluang untuk aksesibiliti kegiatan MICE.

b. Atraksi

Atraksi melalui seni pertunjukan tarian yang mengandung unsur budaya berbagai etnis di Kota Manado, musik tradisional seperti kolintang, perayaan Cap Go Meh

merupakan atraksi yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung termasuk untuk mengikuti kegiatan MICE.

c. Biaya Yang Terjangkau

Destinasi MICE Kota Manado memiliki berbagai fasilitas dan sarana penunjang dengan harga/biaya yang terjangkau. Harga jasa perhotelan, biaya masuk ke objek wisata, harga produk industri kreatif, pelayanan restoran cukup murah dibandingkan daerah lain karena Manado merupakan pusat perbelanjaan di provinsi Sulut

d. Fasilitas

Salah satu unsur penunjang kegiatan MICE adalah fasilitas yang dimiliki di daerah destinasi. Berbagai fasilitas tersedia di Kota Manado, seperti gedung konvensi, akomodasi hotel berbintang yang representatif, transportasi, peralatan dan perlengkapan kegiatan MICE.

3. Penguatan Destinasi MICE Kota Manado Melalui Ekonomi Kreatif

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang didapatkan di lokasi penelitian melalui observasi dan wawancara dengan pihak pemerintah, pihak pelaku UMKM, dan Organisasi Dewan Kerajinan Sulawesi Utara, maka dapat dirumuskan faktor – faktor internal dan eksternal ekonomi kreatif di Kota Manado melalui analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1
Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
1. Kualitas produk baik	1. Bahan baku beberapa produk lebih murah di daerah Jawa
2. Produk kerajinan <i>handmade</i>	2. Harga beberapa produk sejenis lebih murah di pasar luar Kota Manado
3. Bahan baku produk kerajinan turunan kelapa murah	3. Produksi terbatas karena keterbatasan dana
4. Lokasi usaha mudah dijangkau	4. Kurangnya minat konsumen terhadap beberapa produk
5. Pelaku usaha Ekraf mendapatkan pelatihan, Bimtek dan pendampingan	5. Persaingan semakin pesat
6. Desain produk memiliki ciri khas daerah	6. Harga produk <i>handmade</i> cukup tinggi
7. Pemasaran produk melalui pameran lokal, nasional dan internasional	7. Motivasi pelaku UMKM kadang menurun
8. Memiliki komunitas UMKM Ekraf	8. Keterbatasan tenaga kerja yang kompeten
9. Pelaku UMKM mengikuti pameran nasional dan internasional	9. Upah tenaga kerja cukup tinggi
	10. Belum memiliki PIRT, Ijin Halal

10.Sentra IKM dan UMKM di Jl. Kayu Bulan	
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1. Perkembangan Ekraf Kota Manado meningkat pada 3 tahun terakhir 2. Pemkot Manado menyediakan sarana dan prasarana penunjang: Sentra IKM dan UKM 3. Program strategis Dewan Kerajinan Daerah Kota Manado untuk pengembangan industri kreatif 4. Kota Manado sebagai pintu gerbang perdagangan internasional di Indonesia Timur 5. Peluang pasar dengan pembukaan rute penerbangan Manado-Tokyo 6. Dampak positif kegiatan MICE sebagai pendorong Ekraf	1. Persaingan harga produk yang semakin kompetitif 2. Produk sejenis yang lebih murah di daerah lain 3. Masuknya produk dari luar daerah 4. Kepercayaan perbankan berkurang karena kredit macet 5. Kurangnya kesadaran pengurusan dokumen penting : PIRT, Ijin Halal, HKI 6. Strategi pemasaran pesaing lebih kreatif dan inovatif 7. Kurangnya kegiatan MICE Nasional dan Internasional di Kota Manado

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka dapat dirumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif Kota Manado melalui matriks SWOT yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Matriks SWOT

	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO •Berinovasi dalam desain dan varian produk •Adanya jaminan kualitas dan mutu produk •Mengoptimalkan pemanfaatan sarana dan prasana Sentra IKM dan UMKM •Meningkatkan kompetensi sesuai kebutuhan usaha •Memperluas pasar internasional dengan strategi pemasaran digital •Mengoptimalkan peran komunitas UMKM Ekraf •Melakukan survey pasar luar negeri	Strategi WO •Meningkatkan daya saing dengan lebih kreatif dan inovatif •Menonjolkan ciri khas produk dan meminimalisir kesamaan produk dengan daerah lain •Melakukan evaluasi strategi pemasaran secara berkala •Menggunakan media promosi berbasis teknologi informasi •Memotivasi pelaku UMKM untuk pengurusan PIRT, Ijin Halal dan HKI
Threats (T)	Strategi ST •Menetapkan harga produk yang kompetitif dengan kualitas yang baik	Strategi WT •Menyediakan bahan baku di daerah produksi

	•Membuat varian produk yang spesifik dan memiliki ciri khas daerah •Optimalisasi pemasaran produk ke luar daerah dan luar negeri •Peningkatan kompetensi pelaku UMKM Ekraf	•Meningkatkan kesadaran untuk mencintai produk dalam daerah •Menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan untuk peningkatan kompetensi •Menambah persyaratan rekrutmen tenaga kerja •Melakukan uji kompetensi karyawan melalui program sertifikasi
--	--	--

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Menurut Kottler Philip yang dikutip oleh Heri Setyawan, Djuni Akbar dan Christina L Rudatin (2014) ada 4 faktor yang menjadi kriteria destinasi MICE, yaitu : (1) *image marketing*, (2) *attractions*, (3) *infrastructure*, dan (4) *people*. Penguatan destinasi Kota Manado dihubungkan dengan ekonomi kreatif di upayakan dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan perekonomian daerah Kota Manado.

Melalui strategi pengembangan ekonomi dalam matriks SWOT maka dapat di deskripsikan penguatan destinasi MICE, yaitu :

a. Menghasilkan Produk Yang Berkualitas dan Mutu Terjamin

Wisatawan yang berkunjung ke destinasi untuk mengikuti kegiatan MICE, sebagian besar akan membeli produk sebagai cendramata untuk dibawa pulang. Produk yang dihasilkan pelaku UMKM ekonomi kreatif harus memiliki standar mutu berkualitas. Salah satu faktor penjaminan mutu adalah dengan memiliki dokumen-dokumen seperti : Sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Ijin Halal dan HKI (Hak Kekayaan Intelektual). Kebanyakan konsumen untuk produk kuliner akan mempertimbangkan standar seperti adanya PIRT, Ijin halal pada saat membeli produk. Kemasan produk dibuat menarik, higienis dan aman agar dapat menarik minat konsumen.

b. Optimalisasi Strategi Pemasaran

Pemasaran produk ekonomi kreatif dengan menggunakan berbagai media berbasis teknologi informasi dapat memberikan dampak positif untuk menarik minat wisatawan atau penyelenggara MICE untuk memilih Kota Manado sebagai destinasi dan tempat untuk menyelenggarakan kegiatan MICE. Salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk berkunjung ke destinasi, ketika mendapatkan informasi bahwa di daerah tersebut tersedia

berbagai produk yang menarik, tersedia objek wisata yang indah, dan restoran dengan makanan khas daerah.

c. Menjalin Kerja Sama Triple Helix

Penguatan destinasi MICE dapat di upayakan dengan menjalin kerja sama beberapa pihak seperti : pemerintah, pelaku UMKM Ekraf dan akademisi. Masing-masing pihak berperan untuk melaksanakan program kerja sama pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif sebagai faktor penggerak industri MICE yang berkembang secara optimal akan memperkuat destinasi MICE Kota Manado.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kota Manado memiliki 10 sub sektor ekonomi kreatif meskipun saat ini belum tersedia data jumlah ekonomi kreatif di Kota Manado. Adapun sub sektor ekonomi kreatif Kota Manado yaitu : Kriya, Fashion, Musik, Seni Pertunjukan, Aplikasi Game, Desain Produk, Fotografi, Seni Rupa, Kuliner, Fotografi.

Faktor penunjang ekonomi kreatif untuk berkembang masih terkendala dengan sumber daya manusia seperti kompetensi pelaku UMKM, keterampilan tenaga kerja dan daya saing produk sejenis dengan daerah lain.

Peran pemerintah Kota Manado untuk pengembangan ekonomi kreatif melalui kegiatan – kegiatan seperti : pelatihan, bimbingan teknis, sosialisasi, pendampingan bagi pelaku UMKM ekonomi kreatif. Melalui instansi terkait, menyediakan tempat Sentra IKM dan UMKM di Kayu Bulan yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam proses produksi untuk menghasilkan produk berkualitas dengan packaging yang menarik.

Penguatan destinasi MICE Kota Manado ditunjang dengan pengembangan ekonomi kreatif secara optimal. Penguatan destinasi Kota Manado dihubungkan dengan ekonomi kreatif di upayakan melalui : menghasilkan produk berkualitas dengan mutu terjamin, optimalisasi strategi pemasaran, dan menjalin kerja sama Triple Helix.

Saran

1. Program pelatihan, Bimbingan teknis, pendampingan dilaksanakan secara merata ke semua pelaku UMKM ekonomi kreatif melalui pengaturan kuota peserta pelatihan secara merata sehingga semua pelaku UMKM mendapatkan kesempatan yang sama.

2. Pemerintah Kota Manado dan Organisasi Dewan Kerajinan Sulawesi Utara memotivasi pelaku UMKM agar memiliki kesadaran untuk mendapatkan Sertifikat PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), Ijin Halal dan mendaftarkan produk yang diciptakan untuk mendapatkan HKI (Hak Kekayaan Intelektual).
3. Pelaku UMKM berinovasi secara terus menerus dalam mengembangkan produk industri kreatif, memanfaatkan kemajuan teknologi dalam berinovasi, agar memiliki daya saing yang kuat secara nasional dan internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell J. W, 2013 . *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia: “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015”, Deperdag RI, 2009.
- Herawati, Rudatin dan Akbar, 2014. “Potensi Kota Bandung Sebagai Destinasi Incentive Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif”, *Epigram*, Vol.11 No.2 Oktober 2014:95-102
- Heri Setyawan, Djuni Akbar dan Christina L Rudatin. Penegembangan Destinasi MICE di Jakarta dan Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 1, Juni 2013:37-44
- Lee, M.J. & Back, K. (2007). Effects of Destination Image on Meeting Paticipation Intention: Empirical Findings from a Professional Association and Its Annual Convention. *The Service Industries Journal*.
- Marsianus Raga (2019), Peran Atribut Destinasi Terhadap Pembentukan Cita Kota Bandung Sebagai Destinasi MICE di Indonesia, *Jurnal Kepariwisata : Hospitalitas Dan Perjalanan* Volume 3 Nomor 1, 2019:41-53
- Raco J. R 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta