ISSN 1412 - 2774
eISSN 2407 - 9081

JURNAL
EKONOMI & BISNIS

Volume 18, Nomor 1, Juni 2019

• Pengaruh Partisipasi Pendidikan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah	*Afifatul Hikma, Sekar Ramadhani, Nurizqi Amalia*	1-7
• Pelatihan Pengambilan Keputusan *Business Plan* Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan	*Mochamad Yunus Fitriady Ponadi*	8-17
• Perancangan *Blue Ocean Strategy* dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Bisnis Ritel	*Ismu Kusumanto, Harpito, Della Arinda Fitri*	18-26
• Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Tingkat Penjualan Warung Makan Seafood	*Khusnul Khotimah, Dyah Citra Irawati*	27-35
• Analisis Efektivitas Perputaran Modal Kerja Dalam Upaya Meningkatkan Rentabilitas Koperasi Karyawan Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo	*Muhammad Hidayat, Bayu Wijayantini, Achnad Hasan Hafidzi*	36-43
• Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutn pada Bisnis Kreatif (Studi Empiris PT. NAYFOS ULPA)	*A. Sarmada, Nasruddin Latief*	44-53
• Analisis Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Efisiensi Perbankan di Indonesia Periode 2013-2017 (Persiapan Implementasi Asean Banking Integration)	*Sujarwo, Heri Abrianto, Hastuti Redyanita*	54-62
• Pengaruh Turunnya Harga Lada Terhadap Perekonomian Masyaraka Desa Bencah Bangka Belitung	*Aprilia Maharani, Sumiyanti*	63-67
• Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Pengelolaan Limbah (Studi Kasus PT EASYTOP RAYA HARMONI)	*Yuniarti, Widyatmini*	68-76
• Pengaruh Fundamental Terhadap Harga Saham Pertambangan Batu-batuan Tahun 2015-2018	*Dhelianny Agatha, Denny Oktavina Radianto*	77-84

Ekonomi & Bisnis	Vol. 17	No.1	Hal 1-70	Depok Juni 2019	ISSN 1412 - 2774 eISSN 2407 - 9081

ISSN 1412 - 2774
eISSN 2407 - 9081

JURNAL
EKONOMI & BISNIS
VOLUME 18, NOMOR 1, JUNI 2019

Jurnal **Ekonomi & Bisnis** diterbitkan oleh Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Negeri Jakarta, yang mempublikasikan hasil penelitian dan artikel ilmiah di *Bidang Ekonomi & Bisnis*
Jurnal **Ekonomi & Bisnis** terbit pertama kali pada maret 2002, selanjutnya mulai tahun 2009 terbit secara berkala setiap bulan Juni dan Desember

Pengarah : Direktur Politeknik Negeri Jakarta

Penanggung Jawab : Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Jakarta

Ketua Dewan Editor : Ridwan Zulpi Agha, S.E., M.Ak.

Editor Ahli : Dr. Sylvia Rozza, S.E, M.M .
Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.
Dra. Iis Mariam, M.Si.

Mira Bestari : Dr. Mansur Afifi (Fakultas Ekonomi Universitas Mataram)
Ir. I Made Suarta, S.E., M.Kom. (Politeknik Negeri Bali)
Dr. Ir. Bambang Winarto, MMBAT (Universitas Maranata)
Prof. Dr. Nicky Lucfiarman (Universitas Andalas Padang)

Pelaksana Tata Usaha : Bayu Pratama Putra, Sugiyanto

Dewan Editor menerima artikel ilmiah dan hasil penelitian yang relevan dengan bidang Ekonomi dan Bisnis. Artikel dikirim ke:

Ketua Dewan Editor Jurnal **Ekonomi & Bisnis**
Sekretariat Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M)
Politeknik Negeri Jakarta
Gedung Direktorat Lt.2, Politeknik Negeri Jakarta
Telp. (021) 7270036 ext. 236
Kampus Baru Universitas Indonesia
Depok 16425
Atau ke
Website: Jurnal.PNJ.ac.id
e-mail: jurnalekbis.p3m@gmail.com

PENGANTAR EDITOR

Pembaca yang budiman,

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat-Nya Jurnal Ekonomi dan Bisnis dapat mengunjungi pembaca kembali.

Edisi Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 18, Nomor 1, Juni 2019 ini, berisikan delapan Jurnal artikel yang berasal dari penelitian di lingkungan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta dan dari beberapa penelitian di luar kampus Politeknik Negeri Jakarta.

Pada edisi kali ini, terdapat banyak variasi pembahasan yang dapat menjai informasi bagi para pembaca, peniliti maupun para pembelajar baik dibidang ekonomi, akuntansi, Pasar Modal, Manajemen serta bisnis.

Demikian semoga pembaca dapat menikmati artike-artikel pada teritan kali ini.

Depok, Juni 2019

Ketua Dewan Editor

DAFTAR ISI

- Pengantar Editor …… ii
- Daftar Isi …… iii
  - Pengaruh Partisipasi Pendidikan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah 1-7
  - Pelatihan Pengambilan keputusan Business Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan 8-17
  - Perancangan *Blue Ocean Strategy* dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Bisnis Ritel 18-26
  - Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Tingkat Penjualan Warung Makan Seafood 27-35
  - Analisis Efektivitas Perputaran Modal Kerja Dalam Upaya Meningkatkan Rentabilitas Koperasi Karyawan Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo 36-43
  - Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutn pada Bisnis Kreatif (Studi Empiris PT. NAYFOS ULPA) 44-53
  - Analisis Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Efisiensi Perbankan di Indonesia Periode 2013-2017 (Persiapan Implementasi Asean Banking Integration) 54-62
  - Pengaruh Turunnya Harga Lada Terhadap Perekonomian Masyaraka Desa Bencah Bangka Belitung 63-67
  - Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Pengelolaan Limbah (Studi Kasus PT EASYTOP RAYA HARMONI) 68-76
  - Pengaruh Fundamental Terhadap Harga Saham Pertambangan Batu-batuan Tahun 2015-2018 77-84

PENGARUH PARTISIPASI PENDIDIKAN TERHADAP TINGKAT KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TENGAH

Afifatul Hikma[1], Sekar Ramadhani[2], Nurizqi Amalia[3]

[1,2,3] Universitas Gadjah Mada, Ekonomika Terapan/ Departemen Ekonomika dan Bisnis/ Sekolah Vokasi, Yogyakarta, 55281

Email : [1]afifatulhikma40@gmail.com, [2]Sekarramadhani9@gmail.com, [3]nurizqiamaliatgs@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini adalah studi kasus pengaruh partisipasi sekolah (formal) terhadap tingkat kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini akan diketahui seberapa besar pengaruh angka partisipasi sekolah (APS) terhadap persentase penduduk miskin di Jawa Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Unit yang dianalisis adalah persentase angka partisipasi sekolah (APS), angka partisipasi kasar (APK), angka partisipasi murni (APM) dari tahun 2008 sampai tahun 2017. Sumber data yang dianalisis merupakan data sekunder yang dipublikasikan oleh Biro Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa dari ke 3 data yaitu angka partisipasi sekolah, angka partisipasi murni, dan angka partisipasi kasar, yang paling besar pegaruhnya terhadap persentase jumlah penduduk miskin di Jawa Tengah adalah angka partisipasi sekolah yaitu sekitar 1,216 %

Kata Kunci : *Kemiskinan, pendidikan, partisipasisekolah*

Abstract

This research is a case study about the effect of education participation on the level of poverty in Central Java Province. In this research, it will be known how much influence the education participation has on the percentage of poor people in Central Java. The method used in this study is regression – multiple linear. The units analyzed were the percentage of school enrollment rate (SER), gross participation rate (GER), net enrollment rate (NER) from 2008 until 2017. The data sources analyzed were secondary data published by the Central Bureauof Statistics (BPS) of Central Java. In this study, it can be seen that from the 3 data on education participation, thare are school enrollment rates, pure enrollment rates, and gross enrollment rates, the greatest impact on the percentage of poor people in Central Java is the school enrollment rate, which affects around 1.216 %

Keyword : *Poor, education, education participation*

PENDAHULUAN

Kemiskinan menjadi salah satu persoalan yang menjadi perhatian pemerintah di negara manapun. Kemiskinan adalah ketidakmampuan untuk memenuhi standar hidup minimum. Kemiskinan menjadi gambaran kehidupan di berbagi negara berkembang, salah satunya Negara Indonesia. Kemiskinan menjadi salah satu permasalahan yang belum mampu dihadapi dan diselesaikan secara tuntas oleh pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Kondisi kemiskinan di Negara Indonesia diperparah dengan adanya krisis ekonomi pada tahun 1998. Dalam kondisi tersebut jumlah penduduk miskin bertambah sangat pesat. Peningkatan jumlah penduduk miskin dari tahun 1996-1998 menunjukkan presentase sebesar 20,30%.

Jumlah penduduk miskin di Indonesia setiap tahunnya mengalami perkembangan yang fluktuatif tetapi cenderung mengalami penurunan. Hal tersebut, disebabkan adanya usaha pemerintah dalam penanggulangan masalah kemiskinan.

Penanggulangan kemiskinan bahkan menjadi salah satu program prioritas bagi pemerintah daerah. Presentase jumlah penduduk miskin di Indonesia khususnya di pulau Jawa lebih dari 50%, Provinsi Jawa Tengah menempati tingkat kemiskinan absolut tertinggi se-Jawa. Total penduduk miskin di Jawa Tengah dari 3 tahun terakhir mengalami penurunan. Dari tahun 2016 berjumlah 4.506.89 turun menjadi 4.450,72.

Masalah kemiskinan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya partisipasi dan tingkat pendidikan. Penyelenggaraan pendidikan di Indonesia khususnya pendidikan formal yaitu jenjang dasar, menengah dan tinggi. Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditentukan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan pendidikan yang akan dicapai, dan kemampuan peserta didik yang akan dikembangkan (Rohman, 2009). Pembiayaan pendidikan semakin ditingkatkan oleh pemerintah oleh provinsi pemerintah Jawa Tengah. Peningkatan fasilitas pendidikan dan pemberian bantuan pendidikan oleh pemerintah diharapkan mampu mengurangi jumlah penduduk miskin dengan menjadikan generasi penerus bangsa yang terdidik yaitu dengan meningkatkan tingkat partisipasi sekolah. Sehingga tingkat pendidikan yang tinggi akan mengurangi tingkat pengaangguran yang nantinya akan menurunkan jumlah kemiskinan di Jawa Tengah. Namun kenyataannya tingkat pendidikan penduduk miskin rata-rata masih rendah. Penduduk miskin yang menamatkan tingkat pendidikan tinggi sangatlah sedikit. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh presentase tingkat partisipasi pendidikan terhadap tingkat kemiskinan.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh angka partisipasi sekolah (APS) terhadap tingkat kemiskinan di provinsi Jawa Tengah?

2. Bagaimana pengaruh angka partisipasi murni (APM) terhadap tingkat kemiskinan di provinsi Jawa Tengah?

3. Bagaimana pengaruh angka partisipasi kasar (APK) terhadap tingkat kemiskinan di provinsi Jawa Tengah?

4. Bagaimana pengaruh partisipasi pendidikan terhadap tingkat kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pendidikan

Kata pendidikan itu sendiri berasal dari bahasa Latin yaitu *ducare*, berarti "menuntun, mengarahkan, atau memimpin" dan awalan *e*, berarti "keluar", memunculkan atau menggali potensi dari anak didik tersebut. Menurut Ki Hajar Dewantara pendidikan adalah daya upaya untuk memajukan budi pekerti, pikiran, serta jasmani anak, agar dapat memajukan kesempurnaan hidup yaitu hidup dan menghidupkan anak yang selaras dengan alam dan masyarakatnya. Pendidikan ini merupakan modal yang paling besar bagi bangsa dan negara. Dalam Undang-Undang dasar 1945 pasal 27 menyatakan bahwa pendidikan sebagai penyiapan warga negara yang baik, yakni warga negara yang tau hak dan kewajiban.

Pada hakekatnya, pendidikan itu berlangsung sepanjang masa atau seumur hidup manusia .Oleh karena itu, secara hakiki, pembangunan pendidikan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalamupaya pembangunan manusia. Upaya-upaya pembangunan di bidang pendidikan, pada dasarnya diarahkan untuk mewujudkan kesejahteraan manusia itu sendiri.

2. Partisipasi pendidikan

a. Angka Partisipasi Kasar

Indikator lain yang sering digunakan untuk mengukur pencapaian kesetaraan gender pada bidang pendidikan adalah Angka Partisipasi Kasar (APK). Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) mengatakan bahwa proporsi anak sekolah pada suatu jenjang tertentu terhadap penduduk pada kelompok usia tertentu. Sejak tahun 2007 Pendidikan Non Formal (Paket a, Paket B, Paket C) turut memperhitungkan.

APK ini digunakan untuk menunjukkan tingkat partisipasi penduduk secara umum pada suatu tingkat pendidikan. Jadi, APK tinggi menunjukkan tingginya tingkat partisipasi sekolah, tanpa memperhatikan ketepatan usia sekolah pada jenjang pendidikannya. Jika nilai APK mendekati atau lebih dari 100 persen maka menunjukkan bahwa ada penduduk yang sekolah belum mencukupi umur dan atau melebihi umur yang seharusnya. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa wilayah tersebut mampu menampung penduduk usia sekolah lebih dari target yang sesungguhnya.

b. Angka Partisipasi Murni

Indikator Angka Partisipasi Murni ini merupakan indikator yang lebih baik dibandingkan dengan APK. Karena APM ini digunakan untuk mengukur indikator presentasi angka partisipasi sekolah dengan kelompok anak sekolah pada waktu dan usia yang sesuai atau tepat waktu, sedangkan APK (Angka Partisipasi Kasar) ini digunakan untuk mengukur presentasi anak yang sekolah dengan usia, waktu yang kurang atau lebih dari yang seharusnya.

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), APM (Angka Partisipasi Murni) adalah proporsi penduduk pada kelompok umur jenjang pendidikan tertentu yang masih bersekolah terhadap penduduk pada keolompok umur tersebut. APM ini menunjukkan seberapa banyak penduduk usia sekolah yang sudah dapat memanfaatkan fasilitas pendidikan sesuai pada jenjang pendidikannya. Jika APM = 100 , berarti seluruh anak usia sekolah dapat bersekolah tepat wkatu.

3. Kemiskinan

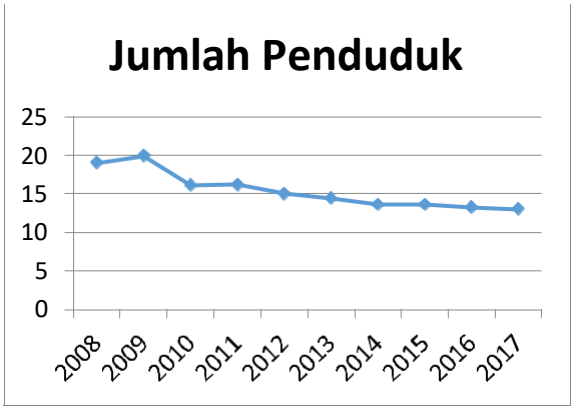
Menurut BAPPENAS kemiskinan adalah situasi serba kekurangan karena keadaan yang tidak dapat dihindari oleh seseorang dengan kekuatan yang dimilikinya

Untuk mengukur kemiskinan, BPS menggunakan konsep kemampuan memenuhi kebutuhan dasar (basic needs approach). Dengan pendekatan ini, kemiskinan dipandang sebagai ketidakmampuan dari sisi ekonomi untuk memenuhikebutuhan dasar makanandan bukan makanan yang diukur dari sisi pengeluaran. Jadi penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran perkapita perbulan dibawah garis kemiskinan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data

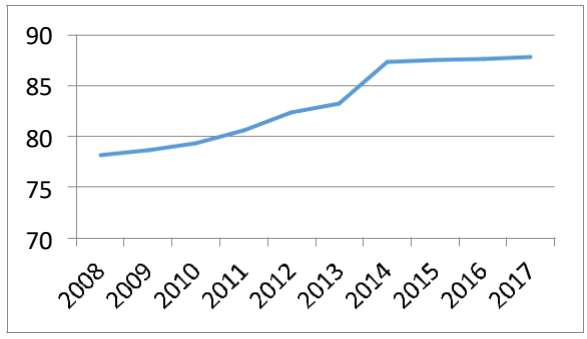
1. Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Tengah



gambar 1 persentase jumlah penduduk miskin di Jawa Tengah

Pada gambar diatas menjelaskan adanya penurunan jumlah penduduk miskin di Provinsi Jawa Tengah selama 10 periode dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2017.

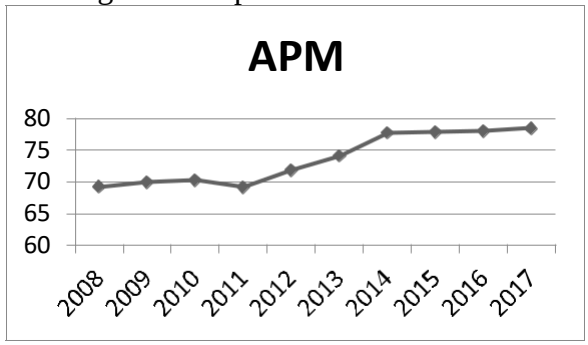
2. Angka Partisipasi Sekolah



gambar 2 Angka Partisipasi Sekolah (APS) di Provinsi Jawa Tengah

Pada gambar diatas menjelaskan tentang persentase partisipasi sekolah di Provinsi Jawa Tengah. Dari data tersebut terjadi kenaikan paling besar pada tahun 2013 – 2014. Peningkatan tersebut karena adanya peningkatan sosialisasi sekolah dalam menyerap anak-anak yang berada di usia sekolah untuk bersekolah. Jumlah sekolah di Provinsi Jawa Tengah baik negeri maupun swasta sudah tersedia cukup banyak sehingga masyarakat bisa dengan mudah mengakses pendidikan.

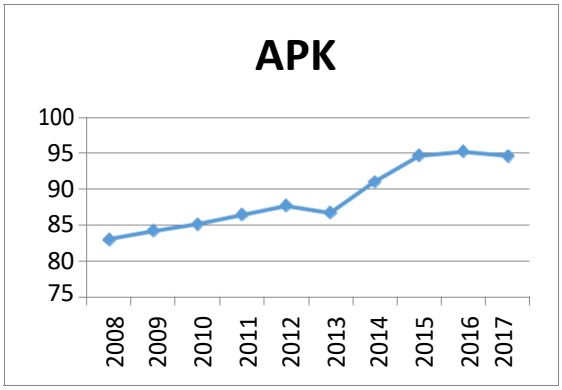
3. Angka Partisipasi Murni



gambar 3 Persentase Angka Partisipasi Murni di provinsi Jawa Tengah

pada gambar 3 yang menjelaskan tentang persentase angka partisipasi murni terlihat bahwa sebagian besar perubahannya mengalami kenaikan, hanya saja pada tahun 2011 mengalami penurunan. Hasilnya sudah cukup baik karena data tersebut bisa menunjukan adanya peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya wajib di Provinsi Jawa Tengah.

4. Angka Partisipasi Kasar



gambar 4 Angka Prtisipasi Kasar (APK) di Provinsi Jawa Tengah

pada gambar diatas menjelaskan tentang persentase angka partisipasi kasar di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2017. Selama 10 periode telat terjadi 2 kali penurunan yang terjadi pada tahun 2013 dan tahun 2017. Penurunan tersebut disebabkan karena kurang meratanya Program Kartu Indonesia Pintar (KIP) terhadap masyarakat di Provinsi Jawa Tengah, sehingga masih ada sebagian penduduk kurang mampu yang tidak terdaftar sebagai penerima KIP. Hal itu berakibat terputusnya pedidikan pelajar karena masalah biaya yang menjadikan angka partisipasi kasar menjadi turun.

Pengaruh Angka Prtisipasi Pendidikan terhadap Persentase Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Jawa Tengah

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
pend_jateng_miskin	15,4050	2,40579	10
APS	83,2800	4,00684	10
APM	73,6540	4,01840	10
APK	88,8860	4,63241	10

Diperoleh penjelasan bahwa rata-rata dari data yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu :

Angka Partisipasi Sekolah Provinsi Jawa Tengah 2008 – 2017 = 83,28 %

Angka Partisipasi Murni Provinsi Jawa Tengah 2008 – 2017 = 73,65 %

Angka Partisipasi Kasar Provinsi Jawa Tengah 2008 – 2017 = 88,89 %

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,925[a]	,856	,784	1,11799

a. Predictors: (Constant), APK, APM, APS

Dependent Variable:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	65,361	8,677		7,533	,000
	APS	-1,216	,590	-2,026	-2,060	,085
	APM	,500	,448	,835	1,117	,307
	APK	,163	,296	,314	,551	,601

a. Dependent Variable: pend_jateng_miskin

Correlations

		pend_jateng_miskin	APS	APM	APK
Pearson Correlation	pend_jateng_miskin	1,000	-,907	-,853	-,855
	APS	-,907	1,000	,978	,962
	APM	-,853	,978	1,000	,933
	APK	-,855	,962	,933	1,000
Sig. (1-tailed)	pend_jateng_miskin	.	,000	,001	,001
	APS	,000	.	,000	,000
	APM	,001	,000	.	,000
	APK	,001	,000	,000	.
N	pend_jateng_miskin	10	10	10	10
	APS	10	10	10	10
	APM	10	10	10	10
	APK	10	10	10	10

b. pend_jateng_miskin Berdasarka data

diatas :

Partisipasi pendidikan mempengaruhi persentase jumlah penduduk miskin di Provinsi Jawa Tengah sebanyak 0,784 atau sebesar 78,4 % , sisanya sebesar 21,6 dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

α = 65,361
β APS = -1,216
β APM = 0,500
β APK = 0,163

Kemiskinan = 65,361 - 1,216 APS + 0,500 APM + 0,163 APK + e
Interpretasi :

Konstanta merupakan nilai variabel dependent ketika independenya sama dengan nol. Artinya ketika perusahan tidak mengeluarkan biaya untuk melakukan promosi maka penjualan tetap dilakukan sebesar **65,361**

- Angka Partisipasi Sekolah merupakan setiap kenaikan 1 % akan menurunkan 1,216 % kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah.
- Angka Partisipasi murni merupakan setiap kenaikan 1 % akan menurunkan 0,5 % kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah.
- Angka Partisipasi kasar merupakan setiap kenaikan 1 % akan menurunkan 0,163 % kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44,591	3	14,864	11,892	,006[b]
	Residual	7,499	6	1,250		
	Total	52,090	9			

a. Dependent Variable: pend_jateng_miskin
Predictors: (Constant), APK, APM, APS
signifikansi = 0,006
α = 0,05
0,006 < 0,05

Sehingga, model regresi dapat digunakan sebagai alat prediksi kemiskinan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam penelitian kasus ini dapat disimpulkan bahwa partisipasi pendidikan berpengaruh terhadap tingkat kemiskinan di Jawa Tengah. Berdasarkan data yang diambil dari tahun 2008 sampai dengan tahu 2017, pengaruh partisipasi pedidikan terhadap kemiskinan di Jawa Tengah sebesar 78,4 %.

Saran

Program pemerintah sudah cukup bagus dalam menyukseskan program-program di bidag pendidikan, baik itu KIP ataupun bantuan lain dari pemerintah. Untuk lebih baiknya yaitu meningkatkan pemerataan terhadap penerima program-program tersebut sehigga program tersebut bisa berada ditangan yang memang seharusnya menerima bantuan tersebut. Sehingga, dapat membantu dan berpengaruh positif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada dosen pembimbung *e-Journal*, Nurizqi Amalia, S.Pd., M.Sc. dan teman-teman yang telah melancarkan pembuatan *e-Journal* ini. Kemudian *e-Journal* ini kami maksudkan untuk memperluas pengetahuan pembaca pada umunya dan pengetahuan penulis khususnya. Banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan *e-Journal* ini, oleh sebab itu demi penyempurnaan *e-Journal* ini, saran dan kritik saran dari pembaca sangat kami butuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL-JURNAL

Dini Amaliah, 2015, Pengaruh Partisipasi Pendidikan Terhadap Persentase Penduduk Miskin, Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan, Vol. 2 No. 3, hal 231-239

Meirinaldi, 2016, Peran Sektor Finansial dalam Menggerakkan Pertumbuhan, Ekspor dan Impor di Indonesia pada Dasawarsa 1982-2010, Jurnal Ekonomi, Vol. 18 Nomor 2, Juni 2016

PELATIHAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN BISNIS PLAN PENGEMBANGAN USAHA BERBANTUAN KOMPUTER BAGI PERCETAKAN SKALA KECIL DI TANGERANG SELATAN

Mochamad Yunus Fitriady[1], Ponadi[2]
[1&2]Jurusan Teknik Grafika, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
Jalan Srengseh Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12640
email: [1]yunusfitriady@gmail.com; [2]ponadi1234@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis plan atau perencanaan usaha sangat penting bagi wirausaha dalam memulai maupun mengembangkan bisnis seorang wirausaha, jika rencana usaha tersebut dibuat secara irasional, tidak cepat dan tepat sasaran, maka diduga kuat dalam pelaksanaan usahanya akan tertinggal bahkan gagal dalam persaingan bisnis yang semakin kompleks pada era MEA saat ini.

Khalayak sasaran/mitra kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah merupakan wirausaha percetakan berskala kecil, yaitu: mitra ke-1 CV. Eka Mulia Jati Production (EMJ Production) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, alamat perusahaan di jalan W.R. Supratman No.40 Cempaka Putih, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, sedangkan mitra ke-2 adalah UD. Alief Jaya Finishing yang berdomisili di Jalan Mawar No. 9, Ciputat, Tangerang Selatan.

Permasalahan mitra yang bersifat *urgent* yang harus diberikan solusinya adalah: 1). Khalayak sasaran/mitra dalam pembuatan bisnis plan sebagian besar dalam penilaian maupun pengambilan keputusannya secara irasional. 2). Khalayak sasaran/mitra tidak dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional, efektif dan efisien. dan 3). Khalayak sasaran/mitra belum menerapkan bantuan komputer, program *descriptive statistic* dan penyajian tabel menggunakan program *microsoft office excel* minimal tahun 2007 sebagai alat bantu pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha.

Metode pendekatan dan penyelesaian yang akan dilakukan adalah upaya pemberian solusi yang ditawarkan dengan beberapa metode, yaitu: 1). Urun rembug, yaitu: pertemuan bernuansa kekeluargaan untuk memahami secara rinci kondisi, kebutuhan dan potensi mitra. 2). Dikusi terarah (*Focused Group Discussion*-FGD) untuk memberikan pemahaman kepada mitra tentang orientasi solusi yang diberikan. 3). Pelatihan: kegiatan pembelajaran untuk meningkatan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan pemanfaatan *descriptive statistic* dan tabel menggunakan program *excel* sebagai alat manajemen dalam rangka penilaian untuk pengambilan keputusan rasional pada bisnis plan 4). Jangka waktu: 8 bulan masa pelatihan. pembelajaran, pembinaan, pendampingan, pembimbingan maupun praktek, evaluasi dan *review* hingga mitra dapat megumpulkan, mengolah, dan membuat penyajian data baik secara tabel dan *descriptive statistic* pada program *excel* minimal tahun 2007, sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha yang berdampak berdampak kepada peningkatan pendapatan bisnis dan daya saing produk.

Melalui kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini luaran/keluaran yang diharapkan, adalah khalayak sasaran/mitra dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional, efektif dan efisien.

Keyword : Pelatihan, Pengambilan Keputusan, Bisnis Plan, Pengembangan Usaha, Berbantuan Komputer

PENDAHULUAN

Sejak tanggal 1 Januari 2015 dimana telah dimulainya AEC singkatan dari Asean Economic Community atau yang lebih dikenal Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) menjadikan industri-industri yang ada di Indonesia mendapatkan tantangan yang

semakin tinggi. Begitu pula dengan industri percetakan di Indonesia, industri yang mengalami pertumbuhan hingga pada tahun 2015, dan pada saat dimulainya era MEA, sejak tanggal 1 Januari 2015 dan era gobal sampai dengan saat ini mendapatkan ancaman atau tantangan yang serupa, yaitu permasalahan yang ada di perusahaan, mulai dari keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), akses ke sumber daya produktif, rendahnya kemampuan dalam riset, dan legalitas usaha, yang harus segera dibenahi agar perusahaan tersebut dapat bersaing dalam bisnis.

(http://www.depkop.go.id/content/read/kemenkop-dorong-internasionalisasi-ukm-melalui-ekspor, Agus Muharam, 2016. diakses 18 Juni 2017)

Permasalahan tersebut tidak jauh berbeda yang dirasakan oleh khalayak sasaran/mitra kegiatan PKM, yaitu CV. Eka Mulia Jati *Production* dan UD. Alief Jaya Finishing, kedua perusahan mitra tersebut bergerak di bidang percetakan. Domisili kedua perusahaan tersebut di daerah Ciputat Tangerang Selatan. Berdasarkan survey, pengamatan dan hasil urun rembug/*focus group discussion* antara pengabdi dengan mitra menyimpulkan bahwa manajemen perusahan tidak dapat membuat bisnis plan dalam mengembangkan usahanya secara rasional, efektif, dan efisien, dan kedua mitra sepakat untuk mengikuti pelatihan pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha berbantuan komputer sebagai upaya penyelesaian permasalahan.

Perumusan Masalah dan Identifikasi Permasalahan Mitra

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan, bahwa, "Bagaimana perusahan dapat membuat bisnis plan dalam pengembangan usahanya secara rasional, efektif, dan efisien?", dari rumusan tersebut dapat diurai rincian permasalahan yang dapat diidentifikasi pada mitra adalah sebagai berikut :

a) Khalayak sasaran/ mitra dalam pembuatan bisnis plan sebagian besar dalam penilaian maupun pengambilan keputusannya secara irasional.
b) Khalayak sasaran/mitra tidak dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional, efektif dan efisien.
c) Khalayak sasaran/mitra belum menerapkan bantuan komputer, program descriptive statistic dan penyajian tabel menggunakan program microsoft office excel minimal tahun 2007 sebagai alat bantu penilaian dan pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kendala dan Capaian Luaran

Kendala kegiatan PKM dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan", yakni: dana, energi, penyesuaian waktu, kualitas sumberdaya manusia serta kendala teknis maupun administrasi kegiatan baik dari pengabdi maupun mitra khalayak sasaran.

Adapun keberhasilan berdasarkan capaian luaran kegiatan Pengabdian masyarakat ini untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
TARGET CAPAIAN LUARAN PKM 2018

NO	JENIS LUARAN	INDIKATOR CAPAIAN
LUARAN WAJIB		
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding	Accepted
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repocitory PT	Proses editing
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	Besar peningkatan
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Penerapan

NO	JENIS LUARAN	INDIKATOR CAPAIAN
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Sudah Dilaksanakan
LUARAN TAMBAHAN		
1	Publikasi di jurnal internasional	Draft
2	Jasa; rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang	Penerapan
3	Inovasi baru TTG	Tidak Ada
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	Tidak Ada
5	Buku ber ISBN	Draft

dan pembahasan dalam kegiatan ini di paparkan secara parsial berdasarkan tempat masing-masing (objek kegiatan), yang kemudian disimpulkan gambarannya secara umum berdasarkan dari tujuan kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Capaian Keberhasilan Kegiatan PKM

Keberhasilan program dapat dilihat tercapai-tidaknya tujuan program kegiatan PKM tertuang dalam rencana kegiatan, capaian keberhasilan Kegiatan PKM merupakan capaian keberhasilan dalam rangka memberikan solusi permasalahan umum mitra yang urgent, yakni khalayak sasaran/mitra tidak dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional, efektif dan efisien, Sedangkan rincian permasalahan yang dapat diidentifikasi pada khalayak sasaran/mitra adalah sebagai berikut : a) Khalayak sasaran/mitra dalam pembuatan bisnis plan sebagian besar dalam penilaian maupun pengambilan keputusannya secara irasional. b) Khalayak sasaran/mitra tidak dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional, efektif dan efisien dan c) Khalayak sasaran/mitra belum menerapkan bantuan komputer, program descriptive statistic dan penyajian tabel menggunakan program microsoft office excel minimal tahun 2007 sebagai alat bantu penilaian dan pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha. Berikut tabel capaian keberhasilan kegiatan PKM per 29 Oktober 2018.

Dapat disimpulkan bahwa pencapaian keberhasilan program pengabdian pada tahun 2018 per tanggal 29 Oktober 2018 adalah sebesar 100%, artinya permasalahan mitra/khalayak sasaran semua dapat diatasi.

Sedangkan capaian keberhasilan berdasarkan luaran kegiatan Pengabdian masyarakat berupa luaran wajib maupun luaran tambahan yang dibuat oleh pengabdi per tanggal 29 Oktober 2018, adalah sesuai dengan tabel 3.1 sebagai berikut:

Dari tabel diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa pencapaian keberhasilan luaran kegiatan Pengabdian masyarakat berupa luaran wajib maupun luaran tambahan yang dibuat oleh pengabdi per tanggal 29 Oktober 2018 adalah luaran wajib sebesar 100%, artinya luaran wajib sudah selesai outputnya, yang belum selesai yaitu menunggu terbit jurnal ber-ISSN dan terbitnya media online, begitu pula dengan luaran tambahan yang dibuat oleh pengabdi per tanggal 29 Oktober 2018 sebesar 100%, yang belum selesai adalah finishing draft jurnal internasional dan proses fiinishing pembuatan buku ber-ISBN.

Uraian Capaian Keberhasilan Kegiatan PKM

Adapun uraian capaian keberhasilan kegiatan PKM, dari tahap persiapan, pelaksanaan sampai evaluasi adalah sebagai berikut:

Keberhasilan Persiapan Kegiatan PKM

Metode pendekatan dan penyelesaian yang dilakukan adalah upaya pemberian solusi yang sudah dilakukan dengan beberapa metode, yaitu: Urun rembug, yaitu: pertemuan bernuansa kekeluargaan untuk memahami secara rinci kondisi, kebutuhan dan potensi mitra.

Pada fase pesiapan mitra telah berpartisipasi dengan baik pada kegiatan dengan rinci sebagai berikut:

a. Menyiapkan PC ataupun laptop sebagai media pelatihan pemanfaatan bantuan komputer program *descriptive statistic* dan penyajian tabel menggunakan program *microsoft office excel* minimal tahun 2007 sebagai alat bantu pengambilan keputusan bisnis plan dan pengembangan usaha dengan baik
b. Mitra menyiapkan data perusahaan, baik primer maupun sekunder, membantu mengumpulkan data yang dibutuhkan, menyajikan dan menganalisa data produksi dan penjualan rentang waktu 2 Minggu selama 4 Bulan (Juli, Agustus, September dan Oktober) Tahun 2018 dengan baik

Pada fase persiapan, pengabdi telah melakukan koordinasi dengan melakukan urun rembug dengan kedua mitra, yaitu pertemuan bernuansa kekeluargaan untuk memahami secara rinci kondisi, kebutuhan dan potensi kedua mitra. Urun rembug maupun pelatihan, bimbingan dan pembelajaran dilaksanakan oleh pengabdi bersama kedua mitra di Yayasan SufainyRava, yang beralamat di Jalan Nurul Huda No.72 RT.002/ RW.04, Kelurahan Cempaka Putih, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan, Banten. Sedangkan pelaksanaan pembuatan bisnis plan/praktek dilaksanakan di CV. Eka Mulia Jaya Production

Pada tanggal 30 s.d. 31 Mei 2018 pada jam 8.00 s. d 16.00 WIB telah dilaksanakan kegiatan koordinasi awal kerjasama PKM, pengabdi telah melakukan koordinasi dalam rangka kegiatan pengabdian untuk mengetahui kondisi, kebutuhan dan potensi mitra, dan hasilnya adalah, mitra dalam keadaan siap mengikuti semua kegiatan pengabdi dari persiapan sampai evaluasi kegiatan serta penerapan, kegiatan pengabdi sangat dibutuhkan dalam rangka peningkatan pendapatan bisnis kedepan. Pada hari itu juga persiapan peserta, dan alat berupa komputer maupun laptop serta download data analysis pada program excel 2007 untuk kegiatan pengabdian disiapkan, sedangkan peserta maupun partisipan pada kegiatan pengabdian dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan", adalah sebanyak 14 orang peserta dari kedua mitra.

Keberhasilan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Permasalahan-permasalahan yang ada pada mitra adalah pada aspek manajemen produksi dan manajemen pemasaran yang belum optimal, hal tersebut disebabkan oleh pengusaha dalam pengambilan keputusan masih bersifat irasional, yaitu: berdasarkan coba-coba, yang mengakibatkan penilaian rencana bisnis dan evaluasi bisnis mitra tidak objektif, tidak mempunyai target yang jelas dan terukur, serta tidak efektif dan efisien yang berdampak kepada tidak berkembangnya usaha bisnis. Pada aspek produksi permasalahan dalam manajemen produksi mengakibatkan turunnya tingkat pertumbuhan pelanggan disebabkan oleh permasalahan-permasalahan pada faktor-faktor produksi, seperti seringnya terjadi permasalahan pada karyawan, pada mesin-mesin yang tidak terawat ataupun rusak maupun sudah usang, pada bahan baku yang kurang baik, ukuran-ukuran mutu produk yang diabaikan, dan standar operasional prosedur yang tidak dijalankan yang menyebabkan mutu kualitas produk percetakan menurun.

Penilaian kinerja yang irasional atas karyawan dan faktor produksi lainnya. Dengan tidak pahamnya mitra mendeteksi secara dini adanya gap ataupun indeks penurunan pada kinerja manajemen bisnis dan kondisi tersebut dibiarkan terus menerus, dengan jangka waktu yang cukup lama menyebabkan menurunnya kinerja produktivitas pada faktor-faktor produksi, yang berdampak kepada turunnya tingkat pendapatan dan daya saing produk.

Sedangkan permasalahan pada manajemen pemasaran, yang mengakibatkan turunnya tingkat pertumbuhan penjualan usaha disebabkan oleh semakin menurunnya volume

penjualan dari waktu ke waktu, hal ini disebabkan oleh strategi promosi yang tidak tepat dan efektif serta target wilayah pemasaran yang tidak potensial, harga dan produk.

Dengan menilai secara rasional indeks kinerja pemasaran secara *periodic*, maka manajemen dapat mengetahui dan menetapkan prioritas pengambilan keputusan perbaikan bisnis plan dalam rangka pengembangan bisnis usahanya dari aspek target penjualan (produk, promosi, harga dan wilayah pemasaran).

Solusi yang dilakukan kepada mitra adalah pelatihan pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha berbantuan komputer. Pengambilan keputusan rasional maksudnya disini adalah perencanaan dan pengembangan bisnis dengan data kualitatif maupun kuantitatif (*by data*), bukan sebaliknya yang biasa dilakukan, yaitu coba-coba, maupun secara intuisi yang mengandalkan kepada preseden atau pengalaman diri sendiri maupun *feeling* saja.

Pada kegiatan ini mitra diharapkan mendapatkan: a) Khalayak sasaran/mitra dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara rasional dalam upaya pengembangan bisnis. b) Khalayak sasaran/mitra dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan perusahaan, mengolah, menyajikan dan menganalisa data sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis plan dalam upaya pengembangan usaha. dan c) Khalayak sasaran/mitra dapat menerapkan bisnis plan pengembangan usaha berbatuan komputer sebagai alat penilaian dan pengambilan keputusan bisnis plan secara efektif dan efisien.

Alat pengumpul data dengan menggunakan *checksheet*, sedangkan metode pengumpulan data diperoleh baik secara primer: observasi, kuesioner, dan *interview*, maupun sekunder, yakni data produksi dan penjualan selama 2 minggu, dengan berbantuan komputer program *microsoft office excel* minimal tahun 2017. Adapun tahapannya seperti penjelasan pada bab metode pelaksanaan pada syb bab 2.1

Metode pendekatan dan penyelesaian yang dilakukan adalah dengan melaksanakan upaya pemberian solusi yang dilakukan dengan metode, yaitu: a. Dikusi terarah (*Focused Group Discussion*-FGD) untuk memberikan pemahaman kepada mitra tentang orientasi solusi yang diberikan. dan b. Pelatihan: kegiatan pembelajaran untuk meningkatan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan pemanfaatan *descriptive statistic* dan tabel menggunakan program *excel* sebagai alat manajemen dalam rangka penilaian untuk pengambilan keputusan rasional pada bisnis plan

Jangka waktu kegiatan pelaksanan selama 6 bulan, selama 6 bulan tersebut termasuk masa pelatihan, yaitu pelaksanan pembelajaran, pembinaan, pendampingan, pembimbingan maupun praktek, evaluasi dan review hingga mitra dapat mengumpulkan, mengolah, dan membuat penyajian data baik secara tabel dan *descriptive statistic* pada program *excel* minimal tahun 2007 secara mandiri sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha yang berdampak kepada peningkatan pendapatan bisnis dan daya saing produk).

Pada fase pelaksanaan mitra telah berpartisipasi dengan baik pada kegiatan dengan rinci sebagai berikut:

a. Menjadi peserta pelatihan: menerima teori, konsep, dan panduan,diskusi, tanya-jawab, pengajaran, pembimbingan dan praktek selama mengikuti kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dengan baik.
b. Mitra membuat bisnis plan pengembangan usaha dengan pendampingan pengabdi dengan baik.
c. Mitra telah menerapkan bisnis plan pengembangan usaha yang telah dibuat mitra bersama pengabdi sebagai upaya peningkatan penjualan dan berdampak pada peningkatan pendapatan bisnis mitra.
d. Mitra belum dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara mandiri.
e. Mitra belum dapat menerapkan bisnis plan pengembangan usaha yang telah dibuat sebagai upaya peningkatan penjualan dan

berdampak pada peningkatan pendapatan bisnisnya.

Pada fase pelaksanan, pengabdi telah melakukan pelatihan, bimbingan dan pembelajaran dilaksanakan oleh pengabdi bersama kedua mitra di Yayasan SufainyRava, yang beralamat di Jalan Nurul Huda No.72 RT.002/ RW.04, Kelurahan Cempaka Putih, Kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan, Banten. Sedangkan pelaksanaan pembuatan bisnis plan/praktek dilaksanakan di CV. Eka Mulia Jaya Production.

Hasil Kegiatan Pemberian Materi Pelatihan Kegiatan PKM Berdasarkan Data Mitra

Pada tanggal 4 Agustus – 5 Agustus 2018 pada jam 8.00 s. d 16.00 WIB telah dilaksanakan kegiatan Pelatihan PKM 2018 "Praktek Membuat Bisnis Plan Pengembangan Usaha secara Rasional dari Data Selama 2 Minggu Mulai Tanggal 23 Juli s.d. 2 Agustus 2018", hasil kegiatan pemberian materi pelatihan kegiatan PKM dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan", dari data selama 2 Minggu mulai tanggal 23 Juli s.d. 2 Agustus 2018.

Alat pengumpul data pada praktek 23 Juli s.d. 2 Agustus 2018 dengan menggunakan checksheet, sedangkan metode pengumpulan data diperoleh baik secara primer: observasi, kuesioner, dan interview, maupun sekunder, yakni data produksi dan penjualan selama 2 minggu di CV Eka Mulia Production, dengan berbantuan komputer program *microsoft office excel* minimal tahun 2017. Adapun data bagian produksi hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

BISNIS PLAN BAGIAN PRODUKSI CV. EMJ PRODUCTION DARI TANGGAL 23 JULI S.D. 02 AGUSTUS 2018

WHO	WHEN	Jumlah Produk yang diobservasi	Quality Control Produk Error (defect produk)
Karyalita	**Minggu Ke-1**	**426**	
	23-Jul-18	80	5
	24-Jul-18	100	4
	25-Jul-18	75	3
	26-Jul-18	85	2
	27-Jul-18	86	4
	Minggu Ke-2	**427**	
	28-Jul-18	86	5
	30-Jul-18	85	3
	31-Jul-18	86	3
	01-Agt-18	85	2
	02-Agt-18	85	3
Bagus Prasetyo	**Minggu Ke-1**	**414**	
	23-Jul-18	75	3
	24-Jul-18	85	5
	25-Jul-18	84	3
	26-Jul-18	80	2
	27-Jul-18	90	3
	Minggu Ke-2	**425**	
	28-Jul-18	85	5
	30-Jul-18	85	5
	31-Jul-18	85	4
	01-Agt-18	85	3
	02-Agt-18	85	5

(Sumber: sekunder diolah, 2018)

Berdasarkan data bagian produksi dari tanggal 23 Juli s.d. 02 Agustus 2018 didapat data *descriptive statistic* dan gambar sebagai alat manajemen dalam rangka penilaian untuk pengambilan keputusan rasional pada bisnis plan tersebut diatas, yakni:

Tabel 3.2

Standar Produksi Data 23 Juli s.d. 2 Agustus 2018 di CV. Eka Mulia Production (EMJ)	
Mean	85,2
Standard Error	4,188078318
Median	85
Mode	#N/A
Standard Deviation	9,364827815
Sample Variance	87,7
Kurtosis	1,675622685
Skewness	1,035193915
Range	25
Minimum	75
Maximum	100
Sum	426
Count	5
Confidence Level(95,0%)	11,62796955

(Sumber : sekunder diolah, 2018)

Berdasarkan data bagian produksi dari tanggal 23 Juli s.d. 02 Agustus 2018 dapat ditarik kesimpulan dari data *descriptive statistic*, berupa standar produk yang diobservasi, yaitu sebesar nilai mean/median, yakni 85, dengan standar error (SE) sebesar 85±4, artinya range standar bawah-atas (81-89) diluar dari range ini adalah dibawah rata-rata yang merupakan gap dan diatas rata-rata.

Sedangkan untuk data UD. Alief Jaya Finishing dilaksanakan pada tanggal 18 Agustus – 19 Agustus 2018 pada jam 8.00 s. d 16.00 WIB, telah dilaksanakan kegiatan Pelatihan PKM 2018 "Praktek Membuat Bisnis Plan Pengembangan Usaha secara Rasional dari Data Selama 2 Minggu Mulai Tanggal 6 Agustus s.d. 15 Agustus 2018", hasil kegiatan pemberian materi pelatihan kegiatan PKM dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan", dari data selama 2 Minggu mulai tanggal 6 Agustus s.d. 15 Agustus 2018.

Alat pengumpul data pada praktek 6 Agustus s.d. 15 Agustus 2018 dengan menggunakan checksheet, sedangkan metode pengumpulan data diperoleh baik secara primer: observasi, kuesioner, dan interview, maupun sekunder, yakni data produksi dan penjualan selama 2 minggu di UD. Alief Jaya Finishing, dengan berbantuan komputer program *microsoft office excel* minimal tahun 2017. Adapun data bagian produksi hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2

BISNIS PLAN BAGIAN PRODUKSI UD. ALIEF JAYA FINISHING DARI TANGGAL 6 AGUSTUS S.D. 15 AGUSTUS 2018

WHO	WHEN	Jumlah Produk yang diobservasi	Quality Control Produk Error (defect produk)
Eko Juniarto	**Minggu Ke-1**	**480**	
	06-Agt-18	100	9
	07-Agt-18	125	9
	08-Agt-18	90	3
	09-Agt-18	80	2
	10-Agt-18	85	4
	Minggu Ke-2	**485**	
	13-Agt-18	110	7
	14-Agt-18	120	6
	15-Agt-18	90	9
	16-Agt-18	85	10
	17-Agt-18	80	3
Heru	**Minggu Ke-1**	**545**	
	06-Agt-18	100	7
	07-Agt-18	125	8
	08-Agt-18	110	8
	09-Agt-18	120	9
	10-Agt-18	90	8
	Minggu Ke-2	**510**	

WHO	WHEN	Jumlah Produk yang diobservasi	Quality Control Produk Error (defect produk)
	13-Agt-18	90	8
	14-Agt-18	80	8
	15-Agt-18	110	6
	16-Agt-18	110	9
	17-Agt-18	90	7

(Sumber: sekunder diolah, 2018)

Berdasarkan data bagian produksi dari tanggal 6 Agustus s.d. 15 Agustus 2018 didapat data descriptive statistic dan gambar sebagai alat manajemen dalam rangka penilaian untuk pengambilan keputusan rasional pada bisnis plan tersebut diatas, yakni:

Tabel 3.3

Standar Produksi Data 06 Agustus s.d. 15 Agustus 2018 di UD Alief Jaya Finishing

Mean	96
Standard Error	7,968688725
Median	90
Mode	#N/A
Standard Deviation	17,81852968
Sample Variance	317,5
Kurtosis	1,783743567
Skewness	1,385357816
Range	45
Minimum	80
Maximum	125
Sum	480
Count	5
Confidence Level(95,0%)	22,1246268

(Sumber : sekunder diolah, 2018)

Berdasarkan data bagian produksi dari tanggal 6 Agustus s.d. 15 Agustus 2018 dapat ditarik kesimpulan dari data descriptive statistic, berupa standar produk yang diobservasi, yaitu sebesar nilai mean/median, yakni 90, dengan standar error (SE) sebesar 90±8, artinya range standar bawah-atas (82-98) diluar dari range ini adalah dibawah rata-rata yang merupakan gap dan diatas rata-rata.

Hasil dan Interprestasi Korelasi Kegiatan Pelatihan

Berdasarkan hasil interview dan kuesioner yang dilakukan oleh tim pengabdian PKM sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian pada hari Rabu dan Kamis, 30-31 Mei 2018, dan setelah melaksanakan pengabdian pada hari hari Minggu, 28 Oktober 2018, dapat di ilustrasikan dengan tabel di bawah ini.

Tabel 3.4

Hasil Skor
Pengabdian Masyarakat PKM

RESPONDEN	SEBELUM	SESUDAH
1	4	11
2	5	12
3	7	13
4	4	12
5	5	13
6	8	14
7	7	13
8	4	12
9	5	12
10	5	12
11	4	12
12	5	13
13	8	14
14	4	13
Σ	75	176
N	**14**	

(sumber: primer, 2018)

Berdasarkan dari hasil tabel 6.44 diatas, maka diolah data dengan menggunakan menggunakan corellation dengan program microsoft excel 2007, menghasilkan hasil sebagai berikut

Tabel 3.5
Hasil Analisis
Corellation

	sebelum	*sesudah*
Sebelum	1	
Sesudah	**0,791898**	1

(sumber: primer, diolah 2018)

Untuk dapat menyimpulkan atau menginterpretasikan data analisis tersebut diatas, maka pengabdi berpedoman sesuai tabel.

Tabel 3.6
Pedoman Hasil Korelasi

r	Kriteria Hubungan
0	Tidak Ada Korelasi
0 – 0,5	Korelasi Lemah
0,5 – 0,8	Korelasi Sedang
0,8 – 1	Korelasi Kuat
1	Korelasi Sempurna

(sumber: sekunder, 2018)

Berdasarkan hasil analisis korelasi dan pedoman, sesuai tabel-tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dengan mengikuti kegiatan "**Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan**", berkorelasi sedang terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengambilan keputusan bisnis plan pengembangan usaha berbantuan komputer dalam rangka meningkatkan daya saing produk dan penjualan bagi mitra.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan akhir dari kegiatan PKM tahun 2018 dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan", adalah sebagai berikut:

a) Pada fase pesiapan mitra telah berpartisipasi dengan baik pada kegiatan dengan rinci sebagai berikut:
   1. Menyiapkan PC ataupun laptop sebagai media pelatihan pemanfaatan bantuan komputer program *descriptive statistic* dan penyajian tabel menggunakan program *microsoft office excel* minimal tahun 2007 sebagai alat bantu pengambilan keputusan bisnis plan dan pengembangan usaha dengan baik
   2. Mitra menyiapkan data perusahaan, baik primer maupun sekunder, membantu mengumpulkan data yang dibutuhkan, menyajikan dan menganalisa data produksi dan penjualan selama 2 Minggu selama 4 Bulan (Juli, Agustus, September dan Oktober) Tahun 2018 dengan baik
b) Pada fase pelaksanaan mitra telah berpartisipasi dengan baik pada kegiatan dengan rinci sebagai berikut:
   1. Menjadi peserta pelatihan: menerima teori, konsep, dan panduan,diskusi, tanya-jawab, pengajaran, pembimbingan dan praktek selama mengikuti kegiatan Program Kemitraan Masyarakat dengan baik.
   2. Mitra membuat bisnis plan pengembangan usaha dengan pendampingan pengabdi dengan baik.
   3. Mitra telah menerapkan bisnis plan pengembangan usaha yang telah dibuat mitra bersama pengabdi sebagai upaya peningkatan penjualan dan berdampak pada peningkatan pendapatan bisnis mitra.
   4. Mitra dapat membuat bisnis plan pengembangan usaha secara mandiri.
   5. Mitra dapat menerapkan bisnis plan pengembangan usaha yang telah dibuat sebagai upaya peningkatan penjualan dan berdampak pada peningkatan pendapatan bisnisnya.

4.2 Saran

Saran dari kegiatan pengabdian dengan judul "Pelatihan Pengambilan Keputusan Bisnis Plan Pengembangan Usaha Berbantuan Komputer Bagi Percetakan Skala Kecil di Tangerang Selatan" adalah sebagai berikut:

a) Agar kegiatan yang serupa dilaksanakan kembali pada masa yang akan datang dengan waktu yang lebih lama, lani tempat, dan mitra lainnya.
b) Pencapaian keberhasilan program pengabdian pada tahun 2018 harus dioptimalkan, agar tujuan kegiatan dapat tercapai dengan baik.
c) Pencapaian keberhasilan luaran kegiatan Pengabdian masyarakat berupa luaran wajib maupun luaran tambahan harus dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Perguruan Tinggi Edisi XI Tahun 2017

Lakip, Politeknik Negeri Media Kreatif, 2015

Widhiasih, Retno Nugoho, dkk. 2015. Proposal I_bM, Judul : I_bM Rumah Disain Teknologi Informasi Kelurahan Harapan Jaya Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi

http://www.depkop.go.id/content/read/kemenkop-dorong-internasionalisasi-ukm-melalui-ekspor, Agus Muharam, 2016. diakses 18 Juni 2017

http://download.portalgaruda.org/article.php?article

PERANCANGAN *BLUE OCEAN STRATEGY* DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING BISNIS RITEL

[1]Ismu Kusumanto, [2]Harpito, [3]Della Arinda Fitri
[1,2,3,4,5] Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau/Teknik Industri
[1]ismu_kusumanto@yahoo.co.id [2]della.arinda.fitri@students.uin-suska.ac.id

Abstrak

Minimarket 212 *Mart* merupakan ritel berbasiskan syariah. Persaingan yang ketat terutama pada ruang pasar ritel, memperebutkan pasar yang sama sehingga menuntun semakin banyak ritel yang saling menghancurkan, saling membunuh dan berdarah-darah diistilahkan *Red Ocean* membuat 212 *Mart* terjebak dalam samudera merah. *Blue Ocean Strategy* memberi jalan untuk keluar dari pertempuran berdarah. Berdasarkan hal tersebut tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui posisi 212 *Mart* dalam ruang pasar persaingan ritel Pekanbaru dan merancang strategi berdasarkan *Blue Ocean Strategy*. Metode penelitian adalah *survey research,* dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Sampel penelitian 100 orang responden yang merupakan konsumen dari tempat penelitian. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian 212 *Mart* berada pada kuadran III Matrik SWOT yang berarti memiliki peluang yang besar dalam ruang pasar namun terdapat kelemahan dalam internal perusahaan. Kanvas strategi 212 *Mart* menunjukkan nilai kurva yang rendah dari pesaing berarti kurangnya penawaran yang diberikan kepada konsumen. Hasil kerangka kerja empat langkah, tidak terdapat faktor yang dihapuskan, mengurangi faktor yang tidak penting dalam kompetisi, meningkatkan faktor yang akan memberi nilai tambah konsumen, faktor yang diciptakan diantaranya *Fresh corner*, Kartu *member*, Pemberian kupon atau undian, *Discount corner*, Pembayaran *non cash*, Tempat penyediaan minuman hangat.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, *Blue Ocean Strategy*

Abstract

Minimarket 212 Mart is a sharia-based retailer. Tight competition, especially in the retail market space, fighting over the same market so that the more retailers destroy each other, kill each other and bleed the term Red Ocean, making 212 Mart trapped in the red ocean. Blue Ocean Strategy gives way to get out of the bloody battle. Based on this, the purpose of this study was to find out the 212 Mart position in the Pekanbaru retail competition market space and design a strategy based on the Blue Ocean Strategy. The research method is survey research, with questionnaire data collection techniques. The research sample was 100 respondents who were consumers of the research site. This type of research is quantitative research. Based on the research results 212 Mart is in quadrant III SWOT Matrix which means that it has great opportunities in the market space but there are weaknesses in the internal company. The 212 Mart strategy canvas shows the low curve value of competitors means the lack of offers given to consumers. The results of the four-step framework, there are no abolished factors, reducing non-essential factors in the competition, increasing factors that will add consumer value, factors created including Fresh corner, Card member, Giving coupons or sweepstakes, Discount corners, Non-cash payments , The place for providing warm drinks.

Keywords: *Marketing Srategic, SWOT, Blue Ocean Strategy*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ritel di Indonesia berdampak pada persaingan yang semakin ketat (Widyarini, 2017). Menurut Utami (2010) menyatakan pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia sejalan dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Hanifah, Setyawati & Octaviani (2015) perusahaan perlu mempersiapkan diri untuk melakukan perubahan dalam kompetisi global, dengan terobosan dan inovasi pangsa pasar dapat diperluas dan dipertahankan.

Sektor perdagangan di Provinsi Riau berperan sangat besar mempengaruhi pertumbuhan ritel modern, mulai masuk melalui jalur waralaba atau *franchise* dimana perkembangan bisnis waralaba di provinsi Riau terjadi di Kota Pekanbaru (Bakaruddin & Qudrotullah, 2018).

Ditengah jumlah ritel yang berkembang pesat, tentu memberi tantangan bagi ritel baru yang muncul bahkan ritel yang muncul dengan konsep berbeda seperti halnya 212 *Mart* yang berbasiskan syariah

Menurut (Sopiah & Syihabudhin, 2008) Pada dasawarsa ini, pasar mulai diperebutkan dikarenakan munculnya *retailer* asing yang menjadi ancaman *retailer* lokal sehingga agar dapat bersaing kesempatan ini dijadikan perbaikan dalam konsep maupun format ritel.

Persaingan yang ketat ditandai menjamurnya jumlah gerai ritel di Kecamatan Tampan menciptakan kompetisi memperebutkan pasar yang sama, sehingga posisi 212 *Mart* berada pada daerah pertempuran yang sama dengan ritel lain seperti Indomaret dan Alfamart. Pada Kecamatan Tampan terdapat 2 gerai 212 *Mart*, jumlah Indomaret 16 gerai dan Alfamart 15 gerai sehingga wilayah ini dianalogikan sebagai *red ocean*.

Observasi dilakukan pada ritel kompetitor wilayah Kecamatan Tampan, hal ini guna membandingkan pencapaian penjualan harian.

Tabel 1.
Perbandingan Perkiraan Penjualan perHari

No.	Nama Ritel	Perkiraan Penjualan (perHari)
1.	Indomaret 1	Rp. 35.000.000
2.	Indomaret 2	Rp. 35.000.000
3.	Indomaret 3	Rp. 30.000.000
4.	Alfamart 1	Rp. 20.000.000
5.	Alfamart 2	Rp. 15.000.000
6.	Alfamart 3	Rp. 20.000.000
7.	212 *Mart*	Rp. 13.000.000

(Sumber: Pengumpulan Data, 2019)

Perkiraan penjualan perhari 212 *Mart* Soebrantas jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan Indomaret juga Alfamart.

Munculnya 212 *Mart* dalam pasar ritel dapat diistilahkan *Red Ocean* atau masuk kedalam daerah yang penuh dengan persaingan yang berdarah-darah dalam memperebutkan pasar yang sama.

Persaingan secara langsung samudera merah berdarah merebutkan kelompok laba yang menyusut, agar kesuksesan bertahan semakin lama, alih-alih melawan pesaing, dengan menciptakan samudera biru pada ruang pasar baru yang belum dimanfaatkan (Shawl, 2018).

Persaingan samudra merah versus biru sangat kuat, dan konvensional ruang pasar tempat sebagian besar organisasi dianalogikan sebagai lautan darah yang dipenuhi ikan hiu, perubahan strategi radikal dan perubahan organisasi diperlukan untuk menghindari haus darah hiu dan cari samudra biru (Madsen & Slatten, 2019).

Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman) dilakukan untuk memutuskan pengapdosian *Blue Ocean Strategy* sekaligus mengevaluasi kelayakan implementasi *Blue Ocean Strategy* yang nantinya memastikan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang (Alam & Islam, 2017).

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menentukan posisi kuadran dengan metode *Blue Ocean Strategy* dalam upaya memenangkan persaingan bisnis ritel 212 *Mart*

dengan pesaing lainnya, (2) Untuk mengetahui strategi yang diterapkan sebagai strategi persaingan bisnis ritel 212 *Mart* berdasarkan *Blue Ocean Strategy*. Metode yang digunakan antara lain SWOT meliputi IFAS dan EFAS Matrik dan *Blue Ocean Strategy* dengan alat analisis kanvas strategi, kerangka kerja empat langkah, skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana menentukan posisi kuadran dengan metode *Blue Ocean Strategy* dalam upaya memenangkan persaingan bisnis ritel 212 *Mart* dengan pesaing lainnya (2) Strategi seperti apa yang diterapkan sebagai strategi persaingan bisnis ritel 212 *Mart* berdasarkan *Blue Ocean*.

TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis Ritel

Menurut (Sopiah & Syihabudhin, 2008) bisnis ritel merupakan bisnis yang menjual barang maupun jasa yang memberi nilai tambah untuk memenuhi pengguna akhir. Pada dasawarsa ini, pasar mulai diperebutkan dikarenakan munculnya *retailer* asing yang menjadi ancaman *retailer* lokal sehingga agar dapat bersaing kesempatan ini dijadikan perbaikan dalam konsep maupun format ritel diantaranya, target market, persediaan barang, store atsmophere (eksterior toko, bagian depan toko, etalase, unsur interior.

Strategi Pemasaran

Memuaskan orang lain melalui penciptaan dan mempertahankan bauran pemasaran sekaligus pemilihan dan analisis target pasar merupakan cakuoan strategi pemasaran (Alma, 2004).

Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Marketing mix terkenal dengan istilah 4P meliputi *product*, *price*, *place*, dan promosi sedangkan dalam pemasaran jasa terdiri dari produk, promosi, harga, lokasi orang, bukti fisik dan proses (Alma, 2004).

Analisa SWOT

Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*Strengths*), dan Kelemahan (*Weakness*). Analisi SWOT meliputi (Rangkuti, 2006):

1. Kuadran 1
   posisi ini perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
2. Kuadran II
   posisi ini perusahaan menghadapi berbagai ancaman namun masih memiliki kekuatan internal sehingga dapat memanfaatkan peluang jangka panjang.
3. Kuadran III
   perusahaan memiliki peluang yang besar namun mengalami kendala dalam hal kelemahan internal
4. Kuadran IV
   merupakan posisi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan.

Blue Ocean Strategy

Samudera biru atau *Blue Ocean Strategy* dicetuskan oleh (Kim & Mauborgne, 2005) dengan membuat pasar baru yang belum terjelajahi oleh pesaing melalui penciptaan permintaan baru, menantang perusahaan untuk keluar dari persaingan samudera merah atau *Red Ocean* dan menjadikan persaingan tidak relevan. Dalam samudera merah, demi mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar perusahaan mengalahkan lawan, sebaliknya samudera biru ditandai dengan ruang pasar baru dan peluang yang menguntungkan. Agar dapat bersaing dalam perairan merah maka

perlu dilakukan analisis struktur ekonomi, diferensiasi, hingga melakukan perbandingan atau *benchmarking* dalam kompetisi.

Kanvas Strategi

Kanvas strategi digambarkan dalam sumbu horisontal dan sumbu vertikal. Sumbu horisontal mewakili faktor yang dijadikan ajang kompetisi dan sumbu vertikal mewakili tingkat penawaran yang didapatkan pembeli. Fungsi kanvas strategi yakni merangkun situasi pasar yang sudah dikenal dengan memahami faktor apa yang dijadikan kompetisi dan memahami apa yang didapatkan pelanggan dari penawaran kompetitif.

Kerangka Kerja Empat Langkah

Kerangka kerja empat langkah merupakan alat analisis kedua yang dikembangkan oleh Kim & Mauborgne dalam mewujudkan *Blue Ocean Strategy* yang memiliki empat atribu diantaranya (1) Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari faktor-faktor yang telah diterima begitu saja oleh industri?, (2) Faktor apa saja yang harus dikurangi dibawah standar industri?, (3) Faktor apa saja yang harus dtingkatkan diatas standar industri, (4) Faktor apa saja yang harus diciptakan oleh industri?

Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Alat analisis ketiga dalam penciptaan samudera biru yakni skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan, mendorong perusahaan tidak hanya menanyakan empat pertanyaan namun bertindak berdasarkan keempat pertanyaan agar menciptakan suatu kurva niali baru.

Tiga Ciri Strategi yang Baik

Strategi samudera biru yang efektif memiliki tiga kulaitas yakni, (1) Fokus, strategi yang hebat memiliki fokus sehingga kurva nilai harus jelas mennunjukkan fokus tersebut. (2) Divergensi atau gerak menjauh dengan menciptakan empat langkah kurangi, hilangkan, tambahkan, dan ciptakan, (3) Motto yang memikat, selain menyampaikan pesan yang jelas namun juga penawaran yang jujur (Kim & Mauborgne, 2005).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekstrenal Faktor Analisis Strategi (EFAS)

Faktor eksternal meliputi ancaman dan peluang yang mempengaruhi keberadaan ritel. (Seperti pada tabel 2)

Intrenal Faktor Analisis Strategi (IFAS)

Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi keberadaan ritel (seperti pada tabel 4)

Matrik SWOT

Berdasarkan perhitungan faktor eksternal dan faktor internal maka posisi perusahaan dalam persaingan pasar dapat dilihat melalui matrik SWOT. Seperti gambar 1

Kanvas Strategi

Kanvas strategi didasarkan pada rekapitulasi hasil kuesioner. (Gambar 2)

Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan hasil kuesioner perbandingan 212 *Mart* dengan Indomaret yang ditandai dengan faktor kelemahan dan kekuatan, faktor dikurangi dan diciptakan berdasarkan kuesioner harapan konsumen, faktor yang tidak member nilai tambah dan keuntungan dikurangi dan faktor yang belum ditawarkan 212 *Mart* diciptakan. (Gambar 4)

.

Tabel 2
Matriks EFAS Peluang dan Ancaman 212 *Mart*

Faktor-faktor Strategi Eksternal (Peluang)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Letak toko dekat dengan pemukiman padat penduduk	0,092	5	0,43
Pemukiman mayoritas penduduk muslim	0,079	4	0,32
Perubahan gaya hidup masyarakat	0,092	5	0,43
Perubahan pendapatan konsumen	0,086	4	0,37
Berkembangnya teknologi internet	0,079	4	0,32
Melakukan *branding* pada toko agar mudah diingat konsumen	0,086	4	0,37
Jumlah	**0,514**	**26**	**2,24**
Faktor-faktor Strategi Eksternal (Ancaman)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Pertumbuhan jumlah *franchise* ritel kompetitor	0,092	5	0,43
Reputasi yang dimiliki kompetitor	0,072	4	0,27
Inovasi fasilitas yang ditawarkan kompetitor	0,079	4	0,32
Perubahan kebijakan pemerintah	0,092	5	0,43
Masuknya ritel baru yang sejenis	0,092	5	0,43
Munculnya ritel asing ke Indonesia	0,059	3	0,18
Jumlah	**0,486**	**26**	**2,06**
Total	**1**	**52**	**4,3**

Sumber: Pengolahan Data, 2019)

Tabel 3
Matriks EFAS Peluang dan Ancaman Indomaret

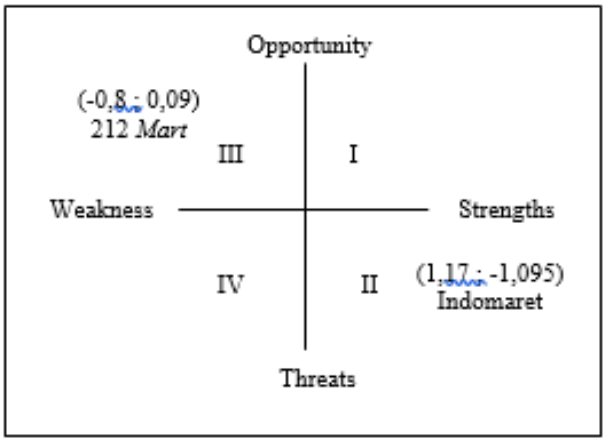
Faktor-faktor Strategi Eksternal (Peluang)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Letak toko dekat dengan pemukiman padat penduduk	0,083	4	0,36
Pemukiman mayoritas penduduk muslim	0,089	5	0,42
Perubahan gaya hidup masyarakat	0,076	4	0,31
Perubahan pendapatan konsumen	0,096	5	0,48
Berkembangnya teknologi internet	0,076	4	0,31
Melakukan *branding* pada toko agar mudah diingat konsumen	0,083	4	0,36
Jumlah	**0,503**	**26**	**2,24**
Faktor-faktor Strategi Eksternal (Ancaman)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Pertumbuhan jumlah *franchise* ritel kompetitor	0,089	5	0,42
Reputasi yang dimiliki kompetitor	0,096	5	0,48
Inovasi fasilitas yang ditawarkan kompetitor	0,089	5	0,42
Perubahan kebijakan pemerintah	0,076	4	0,3
Masuknya ritel baru yang sejenis	0,064	3	0,21
Munculnya ritel asing ke Indonesia	0,083	4	0,36
Jumlah	**0,497**	**26**	**2,19**
Total	**1**	**52**	**4,43**

Sumber: Pengolahan Data, 2019)

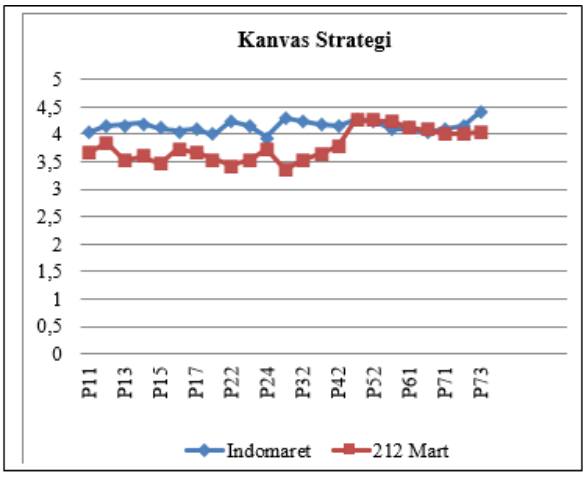
Tabel 4
Matriks IFAS Kekuatan dan Kelemahan 212 *Mart*

Faktor-faktor Strategi Internal (Kekuatan)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Keramahan karyawan	0,049	4	0,21
Pengetahuan karyawan akan ketersediaan dan kelengkapan produk	0,047	4	0,21
Kesiapan karyawan saat dibutuhkan	0,047	4	0,21
Kecepatan pembayaran di kasir	0,046	4	0,20
Panjangnya antrian pembayaran di kasir	0,046	4	0,19
Jumlah	**0,235**	**20**	**1,02**
Faktor-faktor Strategi Internal (Kelemahan)	**Bobot**	**Rating**	**Score**
Produk makanan lengkap (cemilan, biskuit, cokelat, permen, bahan masakan, makanan instan)	0,042	4	0,16
Produk minuman lengkap (air mineral, soda, teh, kopi, sirup, susu)	0,044	4	0,17
Produk toilet tries lengkap (sabun, sampo, pasta gigi, sikat gigi)	0,041	4	0,14
Kelengkapan merek dari setiap produk (misal: Detergen= Rinso, Daia, SoKlin, Attack)	0,041	4	0,15
Kelengkapan varian dari setiap merek produk (misal: SoKlin= detergen, pelembut, pewangi, pemutih)	0,040	3	0,14
Kondisi masa kadaluarsa produk	0,043	4	0,15
Kondisi kemasan produk (tidak rusak, tidak kotor)	0,042	4	0,14
Label harga produk lengkap	0,041	4	0,14
Label harga jelas (tulisan tidak rusak)	0,040	3	0,14
Harga yang tercantum pada produk sesuai saat pembayaran	0,041	4	0,16
Menampilkan rincian harga setiap pembelian (melalui monitor, struk harga)	0,043	4	0,13
Seringnya diskon ditawarkan	0,038	3	0,14
Informasi promo yang ditawarkan (melalui katalog, brosur, spanduk)	0,041	4	0,14
Lokasi toko mudah dijangkau dari pemukiman	0,042	4	0,15
Lokasi mudah ditemukan dari jalan raya	0,043	4	0,16
Kebersihan toko (kaca, lantai, rak produk)	0,046	4	0,18
Tata letak rak produk (rapi, bersih, barang mudah ditemukan)	0,046	4	0,18
Suasana toko (pencahayaan, pendingin ruangan, tata suara)	0,046	4	0,19
Jumlah	**0,76**	**69**	**2,62**
Total	**1**	**89**	**3,64**

(Sumber: Pengolahan Data, 2019)



Gambar 1: Matrik SWOT



Gambar 2 ; Kanvas Strategi

Hapuskan (*Eliminate*)	**Kurangi (*Reduce*)**
-	- Panjangnya antrian di kasir - Ragam produk oleh-oleh daerah - Fasilitas tempat duduk
Tingkatkan (*Raise*)	**Ciptakan (*Create*)**
- Kelengkapan produk makanan - Kelengkapan produk minuman - Kelengkapan produk toilet tries - Kelengkapan merek dari setiap produk - Kelengkapan varian dari setiap merek - Kondisi kemasan produk - Kelengkapan label harga produk - Kejelasan label harga - Kesesuaian dalam pembayaran - Intesitas penawaran diskon produk - Informasi promo yang ditawarkan - Kebersihan toko - Tata letak rak produk - Suasana toko	- *Fresh corner* - Kartu *member* : diskon - Pemberian kupon atau undian - *Discount corner* - Pembayaran *non cash* - Tempat penyediaan minuman hangat

Gambar 4 Skema Hapuskan-Tingkatkan-Kurangi-Ciptakan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisis SWOT posisi 212 *Mart* dalam persaingan pasar ritel melalui matrik SWOT EFAS dan IFAS berada pada kuadran III yang artinya perusahaan memiliki peluang yang besar dalam pasar namun memiliki kelemahan sehingga fokus perusahaan merebut peluang pasar yang ada dengan *turn around Blue Ocean Strategy*

faktor dikurangi dan diciptakan berdasarkan kuesioner harapan konsumen, faktor yang tidak member nilai tambah dan keuntungan dikurangi dan faktor yang belum ditawarkan 212 *Mart* diciptakan . didapatkan melalui beberapa alat analisis adalah berdasarkan hasil Kerangka Kerja Empat Langkah,

(1) Faktor yang dihapuskan, tidak terdapat faktor yang dihapuskan, (2) Faktor yang dikurangi meliputi, Panjangnya antrian di kasir, Ragam produk oleh-oleh daerah, Fasilitas tempat duduk, (3) Faktor yang ditingkatkan, Kelengkapan produk makanan, Kelengkapan produk minuman, Kelengkapan produk toilet tries, Kelengkapan merek dari setiap produk, Kelengkapan varian dari setiap merek, Kondisi kemasan produk, Kelengkapan label harga produk, Kejelasan label harga, Kesesuaian dalam pembayaran, Intesitas penawaran diskon produk, Informasi promo yang ditawarkan, Kebersihan toko, Tata letak rak produk, Suasana toko, (4) Faktor yang diciptakan, Kartu *member* untuk potongan harga, Pembayaran *non cash*, Produk harian segar (daging, sayur-sayuran, buah-buahan), Tempat penyediaan minuman hangat, Pemberian kupon, undian terhadap jumlah pembelian tertentu, Penyediaan *discount corner* (rak khusus produk diskon).

Berdasarkan hasil fokus strategi yaitu meningkatkan atribut-atribut yang masih berada di bawah pesaing sehingga dapat keluar dari zona merah, yaitu pada faktor-faktor yang ditingkatkan dan faktor-faktor yang diciptakan. Berdasarkan hasil gerakan menjauh (*divergensi*) berkaitan dengan SDM atau karyawan yakni keramahan karyawan, pengetahuan karyawan akan barang, kesiapan karyawan dalam pelayanan, kecepatan pelayanan pembayaran di kasir, panjangnya antrian di kasir sedangkan *physical evidence* meliputi kebersihan toko, tata letak toko, dan suasana toko. Berdasarkan hasil motto yang memikat, menggunakan motto yang sebelumnya yakni “Berjamaah, Amanah, Izzah”. Dilatarbelakangi oleh tujuan utama 212 *Mart* yakni membangun ekonomi umat sebagai salah satu penopang pilar ibadah, syariah dan dakwah menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

Alam, S. & Islam, M.T. 2017. Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance: A literature review toward implementation logic. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 6 (1),* 1-19.

Alma, B. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto. S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan* Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Bakaruddin. & Qudrotullah, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret di Provinsi Riau. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika, 8 (1),* 1-11.

Hanifah. Setyawati, A. & Octaviani, R.D. 2015. The Implementation of Blue Ocean Strategy To Create A Market Niche. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog). 2 (02),* 191-198.

Ikhwan. (2018). *Tugas Akhir* : Analisis Perancangan Strategi dengan Pendekatan *Blue Ocean Strategy* untuk Meningkatkan Penjualan dalam Persaingan Bisnis (Studi Kasus di Kedai Kopi Nongkring). Yogyakarta :

Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia.

Istiqomah, A. N., dan Rochmah, T. N. 2016. Beban Ekonomi Pada Penderita Hipertensi dengan Status PBI JKN di Kabupaten Pamekasan, *Jurnal Manajemen Kesehatan STIKES Yayasan RS. Dr. Soetomo, 2 (2)*, 31-37.

Kim, WC., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru). Terjemahan oleh Wahono S.. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta. 2012

Madsen, D.O. & Slatten, K. 2019. Examining the Emergence and Evolution of Blue Ocean Strategy through the Lens of Management Fashion Theory. *Social Sciences*. *8 (28)*, 1-23

Rangkuti, F. (2006) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.

Riduwan. (2013). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Shawl, S., (2018),” Blue Ocean Strategy: A Critical Assesment”, *ELK Asia Pasific Journal of Marketing & Retail Management*, *9(2)*, 1-60.

Sopiah, & Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta, YOG: CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2008.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Utami, C,. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA TINGKAT PENJUALAN WARUNG MAKAN SEAFOOD

Khusnul Khotimah., S.T[1], Dr. Dyah Citra Irawati, S.Si., MM[2]
Program Magister Teknologi dan Rekayasa Universitas Gunadarma,Jl. Kenari I, kode Pos.10430
e-mail khusnulkkhotimahhh@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di warung makan Seafood Lamongan Cak Tur dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan tempat terhadap tingkat penjualan pada warung makan Seafood Lamongan Cak Tur. Penerapan sistem informasi bisnis di warung makan tersebut dilakukan dengan beberapa cara yaitu pembuatan dan optimalisasi website, *instagram*, dan *facebook*. Selain itu menjalin kerjasama dengan pihak ketiga untuk menghasilkan *benefit* yang lebih banyak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode desktiptif kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan yaitu data primer yaitu pengambilan data secara langsung dilapangan, wawancara dan penyebaran kuesioner Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden menggunakan teknik *purpose sampling* dengan kriteria responden adalah konsumen Seafood Lamongan Cak Tur yang melakukan pemesanan dua kali dalam kurun waktu satu bulan. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel produk, harga, promosi dan tempat secara stimultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan pada warung makan Seafood Lamongan Cak Tur. Penelitian ini berdasarkan hasil determinasi menunjukkan bahwa 66% tingkat penjualan dipengaruhi oleh variabel produk, harga, promosi dan tempat serta 34% lainnya disebabkan oleh faktor lain.

Kata kunci: *bauran pemasaran, marketing mix, digital marketing, analisis regresi linear berganda.*

Abstract

This study on resto Seafood Lamongan Cak Tur aims to determine and analyze the influence of marketing mix of product, price, promotion, and place of the sales volume to Seafood Lamongan Cak Tur. This study aims to determine and analyze the influence of marketing mix of product, price, promotion, and place of the sales volume to Seafood Lamongan Cak Tur. The analytical method used is descriptive analysis and statistical methods used multiple linear regression tool. The data used are primary data with collecting data the technique used is observation, interview, and questionnaires. This study used a sample of 50 respondents drawn based research used purposive sampling). Based on the results of this research is that simultaneously and partial the value of marketing mix are product (X_1), price (X_2), promotion (X_3), and place (X_4) significant effect on high sales of Seafood Lamongan Cak Tur.

Key words: *marketing mix, digital marketing, analisis regresi linear berganda.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang kian merambah memberikan pengaruh signifikan terhadap usaha kecil dan menengah (UKM) seperti bisnis kuliner untuk lebih kreatif dalam memasarkan suatu produk agar senantiasa dapat bersaing. Berbagai ide kreatif diterapkan oleh pembisnis untuk meningkatkan ketertarikan konsumen.

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UKM untuk memasarkan produk secara online dan memanfaatkan sistem informasi yang dapat berupa *website* atau aplikasi pihak ketiga. *Instagram, Facebook,* dan *Website* merupakan media sosial yang dapat menjadi perantara untuk mempromosikan produk–produk dalam bidang kuliner. Dengan adanya perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital.

UKM kuliner yang memiliki akses *online*, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *commerce*-nya, akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Pemanfaatan media sosial yang efektif menjadi salah satu strategi pemasaran suatu produk. Disisi lain, lokasi yang strategis dapat menjadi ketertarikan tersendiri untuk konsumen.

Tidak sedikit UKM kuliner seperti warung makan atau rumah makan yang belum memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sedangkan dari segi citra rasa masakan dan harga pun sangat siap bersaing di dunia bisnis *online* seperti salah satu warung makan Seafood Lamongan Cak Tur yang berlokasi di Jl. Raya Pasar Minggu Km. 63 Jakarta Selatan. Apabila warung tersebut mulai menerapkan teknologi informasi dan komunikasi, maka akan ada peluang untuk menambah konsumen baru.

Warung makan Seafood Lamongan Cak Tur memasang harga relatif murah jika dibandingkan dengan warung sejenisnya. Akan tetapi, karena minimnya pengetahuan masyarakat terkait warung makan Seafood Lamongan Cak Tur, sehingga konsumen warung makan tersebut belum memiliki banyak konsumen.

Dengan permasalahan diatas, penelitian ini berfokus pada pemecahan masalah untuk pengelolaan bisnis kuliner dengan penerapan Sistem Informasi Bisnis dengan memanfaatkan media sosial *instagram, facebook,* dan *website* sebagai wadah pemasaran. Selain penerapan sistem informasi, dilakukan pula analisis terhadap produk, harga, promosi, dan tempat untuk mengetahui pengaruh terhadap peningkatan penjualan. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan konsumen baru yaitu dengan menerapkan metode *Marketing Mix 4P (Product, Price, Promotion, Place)*.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh sistem informasi melalui media sosial *website, instagram,* dan *facebook* terhadap tingkat penjualan.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap tingkat penjualan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap tingkat penjualan
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan
5. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap tingkat penjualan

Manfaat Penelitian

Manfaat dengan dilakukan penelitian adalah untuk mengetahui aspek

yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Media sosial *website, instagram,* dan *facebook* memberikan pengaruh terhadap tingkat penjualan ?
2. Bagaimana Produk, harga, promosi dan tempat secara bersama memberikan pengaruh terhadap tingkat penjualan ?
3. Bagaimana Pengaruh produk terhadap tingkat penjualan ?
4. Bagaimana Pengaruh harga terhadap tingkat penjualan ?
5. Bagaimana Pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan ?
6. Bagaimana Pengaruh tempat terhadap tingkat penjualan ?

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Informasi Bisnis

Sistem Informasi Bisnis merupakan kumpulan berbagai informasi yang memiliki kesatuan antara satu dan lainnya yang ditunjukkan untuk kepentingan bisnis. Dalam mendukung penyampaian suatu informasi, maka perlu untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai media utama dalam penyampaian informasi. Semakin tinggi kualitas teknologi informasi yang digunakan, maka tingkat efektifitas dan efisiensi semakin baik.

Media Sosial

Menurut P.N Howard dan M.R Parks (2012) bahwa media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian yaitu infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Kemudian pelaku yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri. Saat ini media sosial yang sedang banyak diminati yaitu *instagram* dann *facebook.*

Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)*

Menurut Kotler (2005:17) bahwa bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* adalah seperangkat alatpemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi beberapa elemen untuk memperoleh pasar, target pasar yang lebih besar, daya saing yang tinggi dan citra positif pada pelanggan. Sehingga dengan menerapkan strategi pemasaran dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan dan menaikkan **Produk *(Product)***

Menurut Kotler (2005) bahwa produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Harga *(Price)*

Menurut Engel, J: Blackwell R (2004) bahwa harga adalah sejumlah uang (ditambah produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari defini tersebut dapat diketahui bahwa harga yang tercantum sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Tujuan tersebut yaitu meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mecapai laba maksimum.

Promosi *(Promotion)*

Definisi promo menurut Tjiptono adalah : “Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau

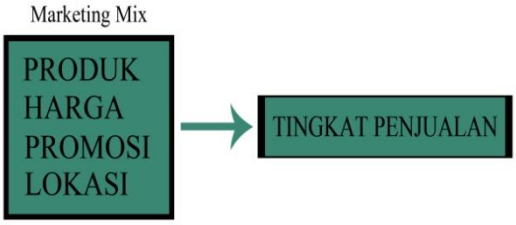
meningatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan." Tjiptono (2007:209-210).

Tingkat Penjualan *(Volume Penjualan)*

Menurut Mulyadi (2005) mengatakan bahwa volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Salah satu tujuan sebuah perusahaan ataupun organisasi dalam melaksanakan kegiatan yaitu tercapainya tingkat volume penjualan yang dinginkan oleh perusahaan tersebut.

Kerangka Konsep Penelitian

Adapun kerangka konsep penelitian ini adalah :



1.1

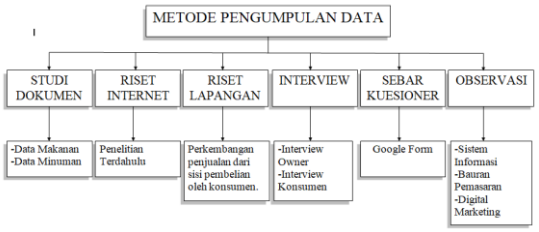
Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan yaitu :

1. Media sosial seperti *instagram* dan *facebook* berpengaruh terhadap tingkat penjualan.
2. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.
5. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.
6. Produk, harga, tempat dan promosi secara berasma-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.

Metode Pengumpulan Data



Gambar 2. Bagan Metode Pengumpulan Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen warung makan Seafood Lamongan Cak Tur dengan sampel menggunakan teknik *sampling purpose* yaitu sebagian kecil konsumen yang melakukan pemesanan di warung makan Seafood Lamongan Cak Tur dengan kriteria responden adalah pernah melakukan minimal dua kali transaksi pembelian dalam kurun waktu dua bulan. Penelitian ini menggunakan 50 responden.

Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian adalah suatu nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008).

Strategi *Marketing Mix* Variabel Bebas (X)

Variabel bebas atau *predictor* yang dilambangkan dengan X dimana variabel bebas dari penelitian ini adalah produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan tempat (X4).

1. Variabel Produk (X1)

Produk adalah seluruh aneka jenis makanan dan minuman yang terdaftar dan ditawarkan oleh pelayan di warung makan Seafood Lamongan Cak Tur, pengemasan *(packaging)*. Jenis skala pada variabel ini adalah ordinal.

2. Variabel Harga (X2)

Harga adalah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk makanan atau minuman yang disediakan oleh warung makan Seafood Lamongan Cak Tur. Jenis skala pada variabel ini adalah ordinal.

3. Variabel Promosi (X3)

Promosi adalah cara-cara yang dilakukan oleh pemilik warung makan Seafood Lamongan Cak Tur untuk memasarkan produknya dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen. Jenis skala pada variabel ini adalah ordinal .

4. Variabel Tempat (X4)

Tempat adalah tempat warung makan Seafood Lamongan Cak Tur untuk menyalurkan produk kepada konsumen. Jenis skala pada variabel ini adalah ordinal.

Strategi *Marketing Mix* Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2009: 16), variabel independen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah tingkat penjualan terhadap warung makan Seafood Lamongan Cak Tur.

Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala Likert, sebagaimana dinyatakan oleh Sugiyono (2013) bahwa skala yang digunakan untuk mengukut sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan dan susunan jawaban responden yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Peniliain kuesioner menggunakan skala likert yaitu :

Tabel 1, .Skala Likert

Kode	Makna Jawaban	Skor Jawaban	
		Positif	Negatif
STS	Sangat Tidak Setuju	1	5
TS	Tidak Setuju	2	4
RR	Ragu-Ragu	3	3
S	Setuju	4	2
SS	Sangat Setuju	5	1

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Dalam pengujian validitas, dilakukan korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Apabila korelasi dikatakan signifikan, maka alat ukur yang digunakan memiliki validitas. Kemudian suatu pertanyaan pada kuesioner dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% dan bernilai positif maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Begitupun sebaliknya, jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka pertanyaan tersebut tidak valid. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 50 responden. Sedangkan pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kekonsistenan jawaban responden. Ketentuaan pengambilan keputusan untuk sebuah variabel dikatakan konsisten, jika variabel tersebut memberikan nilai *Cronbach Alpha (α)* > 0,60. Sedangkan apabila *Cronbach Alpha (α)* < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak konsisten.

Metode Analisis

Metode yang digunakan unutk analisis penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis linier berganda adalah di mana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X1, X2, X3, ..., Xn) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang

linear (Hasan,2008). Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + ... + b_kX_k + e}$$

Dimana :

X_1 = Produk
X_2 = Harga
X_3 = Promosi
X_4 = Harga
Y = Tingkat Penjualan
b_0 = Intersep
e = Faktor Pengganggu

Koefisien Determinasi (R^2)

Pada model regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen (Ghazali, 2011). Adapun persamaan determinasi (R^2) sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left(n\sum (X)^2 - (\sum X)^2\right)\left(n\sum (Y)^2 - (\sum Y)^2\right)}}$$

Uji Hipotesa Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghazali, 2011). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5% atau α = 0,05 . Penentuan signifikansi 5% digunakan untuk pengambilan keputusan hasil uji F diterima atau ditolak. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka terdapat pengaruh variabel idependent secara simultan terhadap variabel dependent.

Uji Hipotesa Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghazali, 2013). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas (sig t) < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.
2. Jika nilai probabilitas (sig t) > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil Penelitian

Koefisien Determinasi (R^2)

Adapun hasil pengujian determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829[a]	.688	.660	1.554

Tabel 2 menunjukkan hasil nilai Adjusted R Square adalah 0,660 mengindikasikan bahwa variabel tingkat penjualan dipengaruhi oleh variabel produk, variabel harga, variabel promosi, dan variabel tempat sebesar 66% dan 34% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Adapun hasil pengujian F sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.745	4	59.936	24.805	.000[b]
	Residual	108.735	45	2.416		
	Total	348.480	49			

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh produk, harga, promosi dan tempat secara simultan terhadap tingkat penjualan adalah sebsar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dan nilai F hitung 24,805 lebih besar dari F table 2,574. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat secara simultan terhadap tingkat penjualan.

Hasil Uji t

Produk

Nilai sig untuk pengaruh variabel produk terhadap variabel tingkat penjualan adalah sebesar 0,000 dan nilai t hitung 6,728. Sehingga sig t 0,000 < 0,005 dan nilai t_{hitung} 6,728 > t_{tabel} 2,014. Dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 (produk) terhadap Y (tingkat penjualan).

Harga

Nilai sig untuk pengaruh variabel harga terhadap variabel tingkat penjualan adalah sebesar 0,000 dan nilai t hitung 8,180 . Sehingga sig t 0,000 < 0,005 dan nilai t_{hitung} 8,180 > t_{tabel} 2,014. Dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 (harga) terhadap Y (tingkat penjualan).

Promosi

Nilai sig untuk pengaruh variabel promosi terhadap variabel tingkat penjualan adalah sebesar 0,000 dan nilai t hitung 7,733 . Sehingga sig t 0,000 < 0,005 dan nilai t_{hitung} 7,733 > t_{tabel} 2,014. Dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 (promosi) terhadap Y (tingkat penjualan).

Tempat

Nilai sig untuk pengaruh variabel tempat terhadap variabel tingkat penjualan adalah sebesar 0,000 dan nilai t hitung 8,996 . Sehingga sig t 0,000 < 0,005 dan nilai t_{hitung} 8,996 > t_{tabel} 2,014. Dapat disimpulkan bahwa H0 diterima yang berarti terdapat pengaruh X4 (tempat) terhadap Y (tingkat penjualan).

Pembahasan

Variabel bauran pemasaran seperti produk , harga, promosi, dan tempat setelah diuji stimultan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada warung makan Seafood Lamongan Cak Tur. Hal ini ditunjukkan dengan uji ANOVA atau Uji F terdapat nilai F_{hitung} sebesar 24,805 dan nilai signifikansi adalah 0,005. Sedangkan nilai F_{tabel} yang diperoleh sebesar 2,574, maka F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu 24,805 > 2,574 dengan probabilitas 0,000. Dikarenakan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,005, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penjualan dan ke empar variabel independen yaitu produk, harga, promosi, dan tempat secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

Sedangkan pengujian hipotesis secara koefisien regresi parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Setelah dilakukan pengujian koefisien regresi parsial (uji t) pada keempat variabel independen berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada warung makan Seafood Lamongan Cak Tur. Secara parsial, variabel tempat memiliki memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel tingkat penjualan dengan nilai t_{hitung} adalah 8,996. Warung makan

Seafood Lamongan Cak Tur memiliki tempat yang sangat strategis berada di tengah kota jakarta. Selain lokasi yang strategis, warung makan tersebut juga memiliki halaman parkir yang sangat luas dan mengedepankan kebersihan. Selain itu konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga salah satu hal ini dapat meningkatkan volume penjualan.

Kemudian berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa hasil nilai Adjusted variabel tingkat penjualan dipengaruhi oleh variabel produk, variabel harga, variabel promosi, dan variabel tempat sebesar 66% dan 34% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah secara simultan produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Penjualan. Sedangkan secara parsial, produk memiliki nilai paling rendah dibanding harga, promosi, dan tempat, meskipun demikian secara parsial produk memiliki pengaruh terhadap tingkat penjualan. Adapun data terperinci sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji Secara Parsial

Variabel	t	Sig.
Produk (X_1)	6,728	0,000
Harga (X_2)	8,180	0,000
Promosi (X_3)	7,733	0,000
Tempat (X_4)	8,996	0,000

Saran

Dikarenakan produk memiliki nilai rendah dalam uji secara parsial dibandingkan harga, promosi dan tempat, maka sebaiknya pemilik memperhatikan variasi produk makanan. Sehingga bisa menciptakan inovasi baru terhadap produk yang disajikan. Akan tetapi, penilaian dari segi rasa terhadap produk, responden setuju akan kenikmatan rasa masakan warung makan Seafood Lamongan Cak Tur.

Sedangkan untuk penerapan sistem informasi yang telah disediakan seperti *website* dan *instagram* membantu para konsumen dalam mengetahui informasi produk. Selain itu menjalin kerjasama dengan pihak ketiga dapat memberikan keuntungan dan kemudahan untuk konsumen dalam melakukan pemesanan makanan. Menurut sumber data bahwa sistem informasi yang paling membantu konsumen adalah *instagram,* akan tetapi *website* yang telah dirancang memiliki *user interface* yang *friendly* dan disediakan pula *order online* melalui *website*. Meskipun demikian, konsumen masih jarang yang melakukan pemesanan *online* melalui *website*.

Berdasarkan salah satu permasalahan diatas, saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengoptimalkan *website* sebagai sarana pemesanan *online.*

DAFTAR PUSTAKA

Kotler Philip dan Armstrong. 2004. *Principles of Marketing*. 9th Edition. Prentice Hall Inc, New Jersey.

Kotler Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta

Sudarmanto, G. (2005). *Analisis regresi linear ganda dengan SPSS*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Hurriyati, R. (2008). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung : Alfabeta

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2004). *Perilaku konsumen (7th ed.)*. Jakarta : Indeks.

Robert, K., Budi, Y. (2016). *Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R*.

Andoko (2015). *Analisis Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi, Lokasi) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Guest House di Surabaya.* Diakses di : http://publication.petra.ac.id/inde .php/manajemen-perhotelan/article/view/3467 [Diakses Pada 14 Agustus 2018 Pukul 21.00]

ANALISIS EFEKTIVITAS PERPUTARAN MODAL KERJA DALAM UPAYA MENINGKATKAN RENTABILITAS KOPERASI KARYAWAN PABRIK GULA WRINGIN ANOM SITUBONDO

Muhammad Hidayat[1], Bayu Wijayantini[2], Achmad Hasan Hafidzi[3]
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Jember
Jl. Karimata no 49- Jember – Indonesia
e-Mail : mahameru260297@gmail.com
bayu@unmuhjember.ac.id

ABSTRAK

Rentabilitas merupakan pencerminan efisiensi suatu perusahaan didalam menggunakan modal kerjanya. Studi ini bertujuan Dalam penelitian menganalisis efektivitas perputaran modal kerja dalam upaya meningkatkan rentabilitas pada KOPKAR Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo dengan menggunakan teori modal kerja dan rentabilitas. Observasi dilakukan selama 3 tahun berturut turut dari 2015 hingga 2017, dengan mengamatai laporan keuangan tahunan. Analisis statistik menunjukkan kurang efektifinya perputaran modal kerja pada KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo hal ini di tandai dengan pengelolaan kas pada koperasi masih sering terjadi flutuasi dan jumlah resentase kas masih rendah dan belum memenuhi standar yang *well finance* yaitu yang berkisar diantara 5% - 10% dan disisi lain pengembalian piutang usaha yang cenderung lambat sehingga faktor ini juga dinilai menjadi penghambat terjadinyya perputaran modal kerja pada koperasi atau bisa menyebabkan menurunnya perolehan jumlah rentabilitas pada KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo.

Kata Kunci : Efektifitas Modal kerja, Rentabilitas Perusahaaan

ABSTRACT

Rentability is a reflection of the efficiency of a company in using its working capital. This study aims to analyze the effectiveness of working capital turnover in an effort to increase profitability in KOPKAR Wringin Anom Situbondo Sugar Factory using the theory of working capital and profitability. Observations were made for 3 consecutive years from 2015 to 2017, by observing the annual financial report. Statistical analysis shows the ineffectiveness of working capital turnover at KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo, this is characterized by cash management in cooperatives that are still often fluctuating and the amount of cash percentage is still low and does not meet the standards that are well finance which ranges between 5% - 10% and on the other hand the return of accounts receivable tends to be slow so this factor is also considered to be an obstacle to the occurrence of working capital turnover in cooperatives or it can cause a decrease in the acquisition of profitability in KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo.

***Keywords**: Rentability , Effectiveness of working capital, company profitability*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tak terkecuali koperasi selain mempunyai tujuan utama mensejahterakan anggotanya juga mempunyai tujuan yaitu memperoleh laba yang besar dengan cara mengeluarkan biaya yang serendah mungkin dari operasi usaha yang dijalankan. Keuntungan atau laba yang di harapkan akan tercapai jika perusahaan dapat bekerja secara efektif dan efisien. Efektif dalam artian dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh setiap perusahaan dan efisien dalam arti dapat menekan penggunaan dan pengelolaan sumber daya seminimum mungkin guna mencapai tujuan atau hasil yang optimum.

Salah satu rencana dalam menghadapi persaingan yang semain ketat agar sebuah perusahaan bisa bertahan lama didalam persaingan yang saat ini semakin ketat sesuai dengan harapan dan tujuan dari perusahaan yang telah direncanakan. Untuk itu dalam mewujudkan cita-cita tersebut dapat dilakukan dengan cara selalu menganalisa rentabilitas suatu perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan efisiensi dan efektivitas kerja perusahaan. Efisiensi dapat diketahui dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan laba tersebut, atau dengan kata lain menghitung rentabilitasnya. Menurut Riyanto (2008:37).

Rentabilitas merupakan pembanding antara laba yang dihasilkan perusahaan dengan aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Rentabilitas yang tinggi dapat menunjukkan efisiensi bagi perusahaan dalam menjalankan operasinya, hal ini berarti bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang besar dalam menghasilkan laba. Rentabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio-rasio keuangan tersebut dibagi dalam beberapa kategori dasar yaitu rasio likuiditas, rasio aktivitas dan rasio rentabilitas.

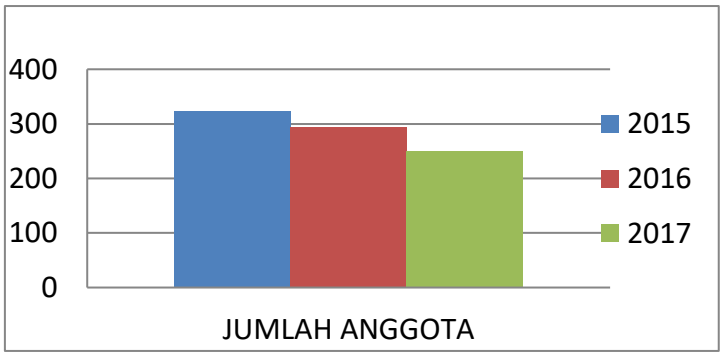
Salah satu faktor yang diperhitungkan dalam pengukuran efektifitas dan efisiensi koperasi adalah modal kerja, Menurut Mardiasmo (2001), Efektivitas adalah kontribusi output terhadap pencapaian tujuan dan sasaran yang telah di tetapkan. Pada dasarnya setiap koperasi yang menjalankan usahanya sehari-hari selalu membutuhkan modal kerja sebab modal kerja adalah modal yang selalu terus berputar dalam kegiatan koperasi dan setiap perputaran di harapkan selalu menghasilkan sebuah aliran pendapatan *(current income)* yang dapat berguna bagi koperasi, oleh karena itu modal kerja mempunyai fungsi dan peranan yang sangat penting dalam mendorong perkembangan sebuah koperasi.

Koperasi karyawan Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo merupakan koperasi yang berdiri dalam ruang lingkup Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo yang merupakan salah satu perusahaan terbesar di Kabupaten Situbondo. Anggota dari koperasi tersebut merupakan karyawan tetap yang bekerja di Pabrik Gula tersebut. Kopkar ini bergerak dibidang simpan pinjam, disamping itu juga terdapat unit pertokoan yang menyediakan kebutuhan kantor dan karyawan serta penyaluran kredit pada Bank Jatim, BRI dan Syari'ah.

Peran aktif anggota sebagai salah satu faktor pendorong paling kuat dan sangat berpengaruh pada perputaran modal kerja serta peran anggota, juga di samping

itu sangat berpengaruh pada kemajuan koperasi dalam menjalakan aktivitas operasionalnya serta keberhasialan yang dapat dicapai koperasi dimasa yang akan datang. Perkembangan jumlah anggota pada Kopkar Pabrik Gula Wringin Anom dari tahun ke tahun mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah anggota, pendapatan koperasi serta piutang yang di peroleh kopersi pada akhir periode selama tahun 2015 sampai 2017 yang dapat dilihat pada Grafik 1.1.

Grafik 1
Perkembangan Anggota Kopkar Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo



Sumber: KOPKAR Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo

Grafik 1. menujukkan bahwa jumlah anggota koperasi menurun selama tiga tahun terahir. Menurunnya jumlah anggota tersebut disebapkan setiap tahunnya terdapat anggota yang pensiun dan meninggal. Anggota koperasi terdiri dari karyawan Pabrik Gula Wringin Anom yang berstatus sebagai karyawan tetap. Karyawan yang berstatus karyawan tetap dapat bergabung dengan koperas, sedangkan karyawan yang berstatus pegawai *outsourcing* tidak dapat menjadi anggota koperasi. Manajememn Pabrik Gula Wringin Anom saat ini sedang melakukan perampingan karwayan, istilah perampingan digunakan untuk efektivitas posisi dan tanggung jawab karyawan pada posisi tertentu, sehingga jumlah karyawan yang direkrut tidak sebanyak jumlah karyawan yang pensiun dan meninggal. Hal ini yang menyebapkan anggota koperasi menurun.

Penyelenggaraan koperasi karyawan (KOPKAR) PG. Wringin Anom Situbondo tidak terlepas dari kebutuhan akan modal kerja, akan tetapi mempertahankan eksistensinya dan mencapai tingkat rentabilitas yang diharpakan sesuai dengan tujuan. Untuk itu koperasi karyawan (KOPKAR) PG. Wringin Anom memerluakan adanya pengevaluasian apakah efektivitas modal kerja tercapai, sehingga hasil dari penelitian ini dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan sehingga dapat mendorong kinerja keuangan koperasi. Selain itu juga perlu di evaluasi besar sumber dana penggunaan modal kerja dari segi efisiensinya, sehingga terjadi keseimbangan antara dana yang di belanjakan dan masukan yang diterima serta meningkatkan rentabilitas koperasi. Sehingga Studi tentang Efektivitas Perputaran Modal Kerja Untuk Meningkatkan Rentabilitas di Koperasi Karyawan Pabrik Gula Wringin Anom Situbondo menarik untuk di telaah lebih lanjut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan permasalan dalam penelitian ini yaitu, Bagaimana Perputaran Modal Kerja Yang Efektif Guna Meningkatkan Rentabilitas Pada Koperasi Karyawan PG. Wringn Anom Situbondo?

TINJAUAN PUSTAKA

Modal Kerja

Menurut Sundjaja dan Barlian (2003:187) modal kerja merupakan aktiva lancar yang mewakili bagian dari investasi yang berputar dari satu bentuk ke bentuk lainnya dalam melaksanakan suatu usaha. Modal kerja dapat diartikan merupakan investasi perusahaan dalam jangka pendek yang melekat pada aktiva lancar seperti kas, surat-surat berharga, piutang, dan persediaan. Sedangkan menurut Syamsuddin (2009:200) mendefinisikan modal kerja ini berhuungan dengan *current account* (perkiraan aktiva lancar dan hutang lancar), dengan kata lain modal kerja bersih merupakan kelebihan atas pengurangan aktiva lancar dengan hutang lancar.

Menilai efektivitas perputaran modal kerja dapat dilakukan dengan menggunakan rasio keuangan. Pada dasarnya rasio keuangan dapat digunakan untuk menilai efektivitas keputusan yang telah dijalankan oleh perusahaan. Tingkat perputaran modal kerja dan rentabilitas yang tinggi menunjukkan tingkat efektivitas perusahaan. Hal ini senada dengan pendapat Munawir (2007:80), untuk menilai keefktifan modal kerja tersebut dapat di gunakan rasio antara penjualan dengan jumlah modal kerja tersebut *(working capital turnover)* yang rendah menunjukkan adanya kelebihan modal kerja yang mungkin di sebabkan rendahnya *turnover* persediaan, piutang atau adanya saldo kas yang terlalu besar.Berdasarkan pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perputaran modal kerja yang efektif di tunjukkan dengan tingkat perputaran modal kerja yang tinggi. Sebaliknya jika tingkat perputaran modal kerja rendah maka perputaran modal kerja dinilai tidak efektif.

Rentabilitas

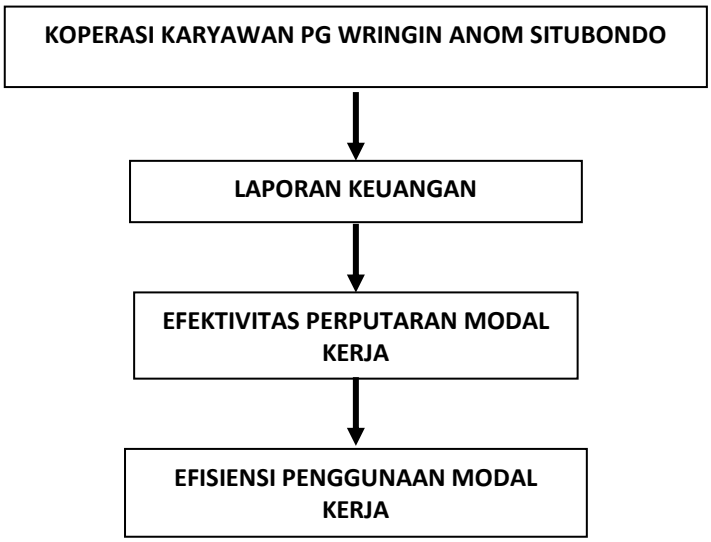
Menurut Riyanto (2008:37) Rentabilitas merupakan pembanding antara laba yang dihasilkan perusahaan dengan aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut. Rentabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menjalankan operasinya, ini berarti bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang besar dalam menghasilkan laba.

Menurut Munawir (2007:33) " Rentabilitas adalah menunjukkan kempuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu". Rentabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemempuan menggunakan aktivanya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

Dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulan bahwa rentabilitas suatau perusahaan merupakan pencerminan kemempuan modal perusahaan yang bersangkutan untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu rentabilitas merupakan pencerminan efisiensi suatu perusahaan didalam menggunakan modal

kerjanya, maka cara menggunakan tingkat rentabilitsnya untuk ukuran efisiensi suatu perusahaan merupakan cara yang baik. Dengan demikian maka jelaslah bahwa rentabilitas merupakan suatu hal yag saat penting bagi suatu perusahaan, sebagai suatu usaha efisiensi dimana setiap perusahaan dalam operasinya selalu berusaha meningkatkan labanya agar assets rentabilitas sesuai dengan standar.

Kerangka Konseptual



Kerangka pemikiran pada gambar diatas menjelaskan bahwa penelitian ini akan menganalisi hasil laporan keuangan pada Koperasi Karyawan PG Wringin Anom Situbondo yang mana penelitian disini untuk mengetahui tingkat efektivitas perputaran modal kerja. Efektivitas tersebut dapat dicapai jika penggunaan modal kerja digunakan secara efisien sehingga berdampak pada tingkat efektivitas perputaran modal kerja. Begitu sebaliknya jika penggunaan modal kerja tidak dilakukan secara efisien maka akan terjadi pengangguran modal kerja itu sendiri sehingga tingkat efektivitas perputaran modal kerja tidak berjalan dengan efektif yang nantinya akan berdampak kepada besar kecilnya tingkat rentabilitas yang akan di peroleh oleh perusahaan atau koperasi.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu ingin mengetahui tingkat efektivitas perputaran modal kerja dalam upaya meningkatkan reentabilitas maka maka penelitian in akan menggunakan jenis peneltian analisis deskriptif kuantitatif. dengan menggunakan data Sekunder dan data Primer berupa bukti laporan keuangan yaitu Data tentang prospek perusahaan, laporan laba rugi dan neraca keuangan Koperasi Karyawan PG Wringin Anom Situbondo tahun 2015,2016 dan 2017 sebagai data anaisis untuk memecahkan sebuah permasalahan yang di rumuskan. Data tersebut di peroleh dengan 2 cara yaitu melalui proses wawancara dan dokumentasi data perusahaan. Kemudian data yang diperoleh dianalisi dengan melalui dua cara yaitu : Melakukan analisi terhadap efektivitas perputaran modal kerja dengan menggunakan analisis (Pengelolaan kas, pengelolaan piutang, Rasio Likuiditas, dan Rasio Aktivitas) dan Melakukan analisis terhadap rentabilitas koperasi dengan menggunakan analisi rasio rentabilitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

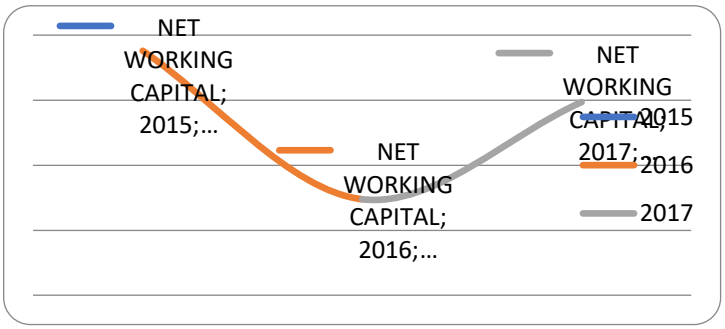
Hasil Penelitian

Tabel 1
Pengelolaan Kas

TAHUN	KAS (1)	AKTIVA LANCAR (2)	PRESENTASE (1 : 2) x 100%
2015	Rp.17.865.109	Rp. 1.248.158.515	1,43%
2016	Rp.13.139.796	Rp. 959.303.020	1,37%
2017	Rp.27.518.729	Rp. 1.079.667.176	2.55%

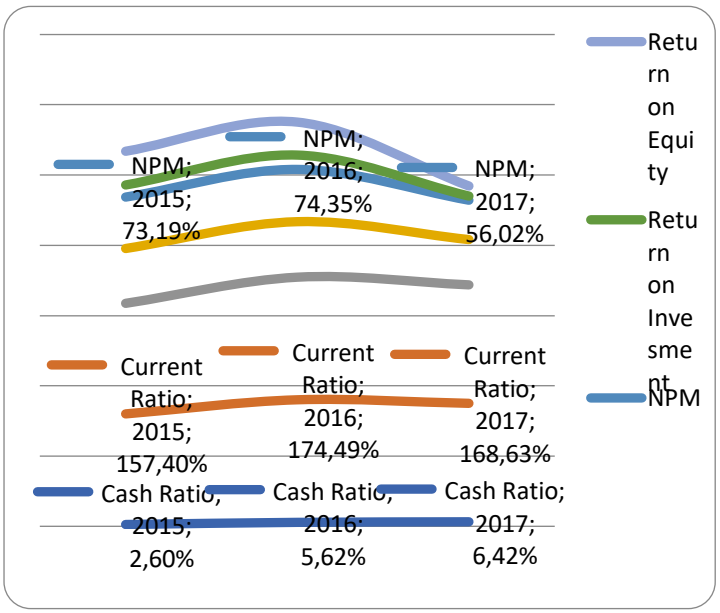
Sumber : KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo 2017 (Data Diolah)

Grafik 1
Net Working Capital



Sumber : KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo (Data Diolah)

Grafik 2
Rekapitulasi Rasio-Rasio



Sumber : KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo (Data Diolah)

Tabel 2
Rekapitulasi Rasio – Rasio

RATIO	TAHUN		
	2015	2016	2017
Working Capital Turnover	0,68 kali	0,68 kali	0,27 kali
Account Receivable Turnover	1,52 kali	2,07 kali	1,03 kali
The Average Age of Account Receivable	237 hari	174 hari	349 hari

Sumber : KOPKAR PG Wringin Anom Situbondo (Data Diolah)

Pembahasan

Berdasarkan analisis rasio keuangan pada Grafik 4.1, Grafik 4.2 dan Tabel 4.15, dapat diketahui keadaan serta konidisi keuangan khusunya keuangan perputaran modal kerja koperasi dan tingkat rentabilitas koperasi. Analisis mengenai Koperasi Karyawan PG Wringin Anom Situbondo lebih jelasnya dapat dilihat pada perhitungan analisi rasio berupa rasio likuiditas, rasio aktivitas, dan rasio rentabilitas. Terlihat dari hasil analisis rasio dapat diketahui bahwa kondisi yang dihadapi oleh Koperasi Karyawan PG Wringin Anom Situbondo adalah :

1. Terjadi Fluktuasi jumlah modal kerja pada kas, hal ini dapat dilihat dari tahun 2015 melimili presentase sebesar 1,43%, 2016 mengalami penurunan yaitu dengan sebesar 1,37% dan 2017 mengalami kenaikan kembali dengan presentase sebesar 2,55% ini adalah presentasi kas yang terbesar selam 3 tahun terahir yang dimiliki oleh koperasi. Namun jumlah presentase selama 3 tahun terahir masih belum dikatakan efektif atau kurang efektif hal ini di karenakan

belum memenuhinya standar atau pedoman menurut Guthamann dan Riyanto (2001:95) bahwa untuk jumlah kas yang efektif atau *Well Finance* perusahaan harus memiliki kisaran kas seesar 5%-105 dari aktiva lancar.

2. Besarnya dana yang tertanam pada piutang sehingga tingkat perputaran modal kerjanya yang lambat, mengindikasikan bahwa pengelolaan dana dalam piutang kurang efektif dan kurang efisien serta tidak dapat dimanfaatkan secara optimal dan merata kepada seluruh anggota koperasi.
3. Disisi lain kebijakan piutang juga masih kurang efektif hal ini ditunjukkan rata-rata pengumpulan piutang yang lambat terhadap syarat penjulan kredit

Jadi kesimpulan analisisi efektivitas perputaran modal kerja dalam upaya meningkatkan retabilitas koperasi karyawan PG. Wringin Anom situbondo dinilai kurang efektif yang mana pengelolaan kas pada koperasi masih sering terjadi flutuasi dan jumlah resentase kas masih belum memenuhi standar yang *well finance* yaitu yang berkisar diantara 5%-10% menurut Guthamann dan Riyanto (2001:95). Di sisi lain faktor pendukung kurang efektifnya perputaran modal kerja di dukung dengan pengembalian piutang usaha yang cenderung lambat sehingga faktor ini dinilai bisa menghambat terjadinyya perputaran modal kerja pada koperasi atau bisa menebapkan menurunnya perolehan jumlah rentabilitas pada koperasi karyawan PG Wringin Anom Situbondo.

Secara deskriptif dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan hasil penelitian yang menunjukkan rata-rata efisiensi penggunaan modal kerja selama 3 tahun terahir yang mengalami trend nilai fluktuaitif yang mana nilai tertinggi pada pengelolaan kas disisni yaitu berada di tahun 2017 sebesar 2,55%, artinya jumlah pengelolaan kas yang masih belum memenuhi standart *Well Finance* yaitu sebesar 5%-10% ini dapat di simpulkan bahwa pengelolaan kas atau perputaran modal kerja yang kurang efektif. Disisi lain faktor yang mendukung kurang efektifnya perputaran modal kerja yaitu lambatnya tingkat perputan piutang pada koperasi karyawan PG Wringin Anom Situbondo sehingga efektivitas modal kerja tidak berjalan secara optimal dan tingkat rentabilitas yang ada pada koperasi ini juga menurun.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sehingga diharapkan akan mapu memberikan saran kepada koperasi dalam menentukan berbagai kebijakan manajemen dalam hal efektivitas perputaran modal kerja dalam upaya meningkatkan rentabilitas koperasi. Beberapa kesimpulan yang di peroleh adalah sebgai berikut :

1. Terjadi Fluktuasi jumlah modal kerja pada kas, Namun jumlah presentase selama 3 tahun terahir masih belum dikatakan efektif atau kurang efektif hal ini di karenakan belum memenuhinya standar atau pedoman menurut Guthamann dan

Riyanto (2001:95) bahwa untuk jumlah kas yang efektif atau *Well Finance* perusahaan harus memiliki kisaran kas sebesar 5%-105 dari aktiva lancar. . Untuk mengatasi kekurarangan modal kerja pada kas, disarankan agar pihak manejemen koperasi melakukan manajemen kas yang baik sehingga jumlah kas yang dibutuhkan benar-benar tersedia dan digunakan untuk keperluan yang tepat bagi koperasi serta sesuai dengan *Well Finance* bahwa jumlah kas yang opitimum sebesar 5%-10% dari total aktiva lancar.

2. Besarnya dana yang tertanam pada piutang sehingga tingkat perputaran modal kerjanya yang lambat, mengindikasikan bahwa pengelolaan dana dalam piutang kurang efektif dan kkurang efisien serta tidak dapat dimanfaatkan secara optimal dan merata kepada seluruh anggota koperasi. sehinggga jumlah modal kerja yang tertanam dalam piutang tersebut dapat diminimalisisr, misalnya memperketat dalam persyaratan pengajuan piutang sehingga risiko kredit macet dapat dikurangi, kemudian memberikan kebijakan keringanan bunga jika angggota melunasi hutangnnya sebelum jatuh tempo sehingga pengumpulan modal kerja pada post piutang dapat dimiimalisir.
3. Kebijakan piutang juga masih kurang efektif hal ini ditunjukkan rata-rata pengumpulan piutang terhadap syarat penjulan kredit dan Tingkat rentabilitas koperasi cenderung kecil dan dari tahun ketahun terjadi fluktuasi. untuk itu kedepan diharapkan koperasi menambah tingkat pendapatan koperasi sehingga perolehan laba atau tingkat rentabilitas juga bertambah

DAFTAR PUSTAKA

Mardismo, I. 2001. *Perpajakan*. Yogyakarta: Gramedia Pustaka (http://www.unicom.ac.id). Diakses Pada Tanggal 28 Desember 2017.

Munawir, S. 2007. *Analisa Laporan Keuangan.* Yogyakarta: Liberty.

Riyanto, Bambang. 2008. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan.* Yogyakarta: BPFE.

Sundjaja, Ridwan S. Barlian, Inge. 2003. *Manajemen Keuangan.* Bandung: Literata Lintas Media

Syamsuddin, L. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UNGGUL BERSAING DAN BERKELANJUTAN PADA BISNIS KREATIF
(STUDI EMPIRIS PT. NAYFOS ULPA BUSANA, KELAPA DUA, TUGU CIMANGGIS, DEPOK)

A.Sarmada[1], Nasruddin Latief[2]
[1&2]Jurusan Teknik Grafika, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
email: [1] asarmada007@gmail.com; [2]nasrudin_sh_map@yahoo.com

ABSTRAK

Pada saat ini bisnis kreatif baik berskala kecil sampai besar dihadapkan pada tantangan di era globalisasi dan MEA, ditambah dengan kondisi melemahnya perekonomian di Indonesia pada tahun 2016 s.d. 2018, hal ini berdampak kepada tingkat persaingan bisnis usaha yang semakin tinggi, oleh karena itu pengusaha yang dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan dan meningkatkan pendapatan usahanya adalah perusahaan yang dapat mencapai tujuan perusahaan secara lebih efisien dimasa yang akan datang.

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut: 1). Untuk mengidentifikasi aspek-aspek manajemen strategi daripada lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*strenght*), kelemahan *(weakness),* peluang *(opportunity, dan* ancaman *(threat)* bagi pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok; 2) Untuk mengetahui posisi unit bisnis perusahaan bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok dengan menganalisis tingkat pertumbuhan pasar (*Market Grow Rate*) dan bagian pasar relatif (*Relatif Market Share*); 3). Untuk menetapkan strategi unggulan yang tepat dan sesuai (dari berbagai alternative strategi) bagi pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok.

Hasil dari penelitian ini adalah perumusan dan penetapan strategi yang unggul, tepat dan sesuai bagi pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok dalam rangka upaya melepaskan perusahaan dari kompleksitas permasalahan-permasalahan mendasar yang terkait dengan realisasi pengembangan bisnisnya.

***Keyword**: Strategi, Pengembangan Usaha, Bisnis Kreatif*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masyarakat Ekonomi ASEAN atau yang lebih dikenal MEA menjadikan industry kreatif mendapatkan tantangan yang semakin tinggi, para pengusaha harus menghadapi tantangan dan tingkat persaingan yang tinggi dalam rangka mengembangkan usahanya, akan tetapi dengan memanfaatkan peluang yang ada sekecil apapun pada bisnis, perusahaan akan dapat menekan dan meminimalisir tantangan ataupun ancaman dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya di pasar domestik maupun internasional.

Salah satu bisnis kreatif yang mempunyai peluang dalam pengembangan usaha adalah bisnis fashion. Salah satu industri kreatif yang masih bertahan atas melemahnya perekonomian di Indonesia, sejak mulai trend pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2016 salah satunya adalah bisnis fashion, bahkan di indikasikan bisnis fashion merupakan salah satu sektor bisnis yang tetap tumbuh secara signifikan, selain bisnis kuliner yang tetap akan menghiasi wajah dunia bisnis di Indonesia pada tahun-tahun ke depan. Dengan demikian menjadi pengusaha fashion yang berhasil merupakan salah satu solusi yang tepat dalam rangka menyelesaikan permasalahan-permasalahan seperti pengangguran dan kemiskinan untuk meningkatkan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Bahkan melihat situasi dan kondisi ekonomi dengan dimulainya era MEA tersebut, dimana perekonomian global semakin menambah persaingan di Indonesia. Persaingan bebas yang bukan hanya berasal dari dalam negeri sendiri

melainkan berasal dari luar negeri, khususnya dari negara-negara ASEAN.

Selain adanya peluang tersebut diatas, industri kreatif fashion di Indonesia mempunyai ancaman ataupun tantangan maupun persaingan yang tinggi di era global ini, contohmya baju batik buatan cina, dan lain sebagainya.

Dibanyak negara dunia, pembangunan dan pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu motor penggerak yang krusial bagi pertumbuhan ekonomi, UKM di Indonesia sangat penting terutama dalam hal kesempatan kerja. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Agung Ngurah Puspayoga (Liputan 6.com, 10 Oktober 2015), Bahwa sudah pasti kalau ada krisis dan melemahnya perekonomian di Indonesia akibat imbas perekonomian global, UKM merupakan *backbone* (tulang punggung) dan roda penggerak perekonomian nasional.

Usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok ini bergerak pada industri busana atau pakaian, seperti: seragam, kemeja kaos, jaket, baju olah raga, jas almamater kampus, SMK, maupun kebidanan, sweater, wearpack, rompi, topi, dan pakaian ibadah umrah/haji.

Segmen pasar bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok terdiri dari perkantoran/perusahaan swasta, instansi pemerintahan, walikota, kecamatan, lembaga pendidikan, sekolahan SD, SMP, SMA/SMK, kampus negeri maupun swasta, perbankan, organisasi masyarakat dan partai.

Oleh karenanya diperlukan suatu bentuk strategi pengembangan usaha yang benar-benar jitu yang dapat membawa perusahaan bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok pada level persaingan yang lebih tinggi dan pada persaingan level yang sama lebih unggul dari yang lain.

Menurut Philip Kotler (1998:98) strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Sedangkan menurut David (2006) mengatakan bahwa strategi pemasaran merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terintegrasi dalam rangka memberi nilai kepada konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan bagi perusahaan.

Berdasarkan alasan itulah, maka sudah saatnya perusahaan bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok merumuskan dan menetapkan strategi secara tepat perihal strategi pengembangan usahanya, yang sampai sejauh ini belum intensif digarap, padahal factor tersebut sangat strategis bagi keberhasilan usahanya dalam era yang semakin kompetitif dan turbulensi ekonomi ini.

Dari simpulan uraian diatas dan hasil interviu yang telah dilakukan oleh penulis maka kami termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Unggul Bersaing dan Berkelanjutan Pada Bisnis Kreatif (Studi Empiris PT. Nayfos Ulpa Busana, Kelapa Dua, Tugu Cimanggis, Depok)."

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka beberapa masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Aspek-aspek manajemen strategi daripada lingkungan internal dan eksternal ***apakah*** yang menjadi kekuatan *(strength),* kelemahan *(weakness),* peluang *(opportunity)* dan ancaman (*threat)* bagi pengembangan usaha, bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok?
b. ***Bagaimana*** posisi unit bisnis usaha, bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok?
c. Berdasarkan pada identifikasi aspek-aspek manajemen strategi daripada lingkungan internal dan eksternal diatas, maka strategi ***apa*** yang unggul, tepat dan sesuai (dari berbagai

alternative strategi) untuk pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pada bab 1, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui aspek-aspek manajemen strategi daripada lingkungan internal dan eksternal ***apakah*** yang menjadi kekuatan *(strength)*, kelemahan *(weakness)*, peluang *(opportunity)* dan ancaman (*threat)* bagi pengembangan usaha, bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok.
b. Untuk mengetahui ***Bagaimana*** posisi unit bisnis usaha, bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok.
c. Untuk mengetahui identifikasi aspek-aspek manajemen strategi daripada lingkungan internal dan eksternal diatas, maka strategi ***apa*** yang unggul, tepat dan sesuai (dari berbagai *alternative* strategi) untuk pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan dengan metode penelitian survei (*survey research*), dengan subyek penelitian adalah *decition maker*/manajemen/ karyawan bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok sebagai *key informan*. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) sebagai alat pengumpulan data yang pokok dilapangan (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995).

Penentuan Daerah dan Waktu Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah *decition maker*/manajemen/karyawan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok. Penetuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) atas dasar pertimbangan sebagai berikut:

a. Dalam perkembangan usahanya PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok sering dihadapkan pada kompleksitas permasalahan-permasalahan mendasar yang terkait realisasi pengembangan usahanya, khususnya problem pada strategi pemasarannya, strategi produksi/operasionalnya, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.
b. Depok merupakan pasar jenuh bisnis kreatif, khususnya fashion.

Jangka dilakukan Penelitian adalah 4 (enam) bulan, dari Bulan April 2018 sampai dengan Bulan Juli 2018.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam rangka mencapai tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

a. Metode analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian No.1 adalah dengan matrik External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS) dan Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS);
b. Untuk mengetahui posisi unit bisnis usaha sesuai dengan tujuan penelitian No.2 dengan menggunakan analisis matrik pertumbuhan bagian pasar relatif dari Kelompok Konsultan Boston (Boston Consulting Group-BCG);
c. Sedangkan untuk menetapkan strategi unggulan yang tepat dan sesuai bagi pengembangan usaha bisnis kreatif PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok, sesuai tujuan rinci penelitian No.3 menggunakan analisis SWOT, dengan mempertimbangkan matrik EFAS & IFAS yang telah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Perusahaan Tempat Penelitian

PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi, garmen, cetakan, ATK dan lain-lain, akan tetapi strategi produk yang utama bergerak di bidang pakaian baik produksi maupun penjualan. Seluruh kompetensi, baik SDM yang handal maupun fasilitas infrastruktur yang dimilliki didedikasikan untuk mewujudkan komitmen perusahaaan dalam memberikan total solusi yang terbaik dibidang produk pakaian kepada seluruh pelanggan sejak tahun 2011. PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok terus berkembang pesat dalam industri fashion, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya konsumen yang ditangani. Alamat perusahaan adalah Jalan Askes UI No. 12 Kelapa Dua Kelurahan Tugu, Kecamatan Cimanggis, Depok.

PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok adalah perusahaan dengan bentuk Perseroan Terbatas, yang terdiri dari Presiden Komisaris, Komisaris, Presiden Direktur, Direktur, Manajemen Produksi dan Manajemen Pemasaran dengan kepemilikian secara bersama, perusahan selama ini mendapat order dari berbagai kalangan, seperti lembaga pendidikan, perusahaan swasta baik kecil menengah maupun besar

Susunan organisasi dan garis koordinasi di PT. Nayfos Ulpa Busana, Dari Presiden Komisaris, Komisaris, Presiden Direktur, Direktur, Manajemen Produksi dan Manajemen Pemasaran. Sedangkan mesin/fasilitas perusahan adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1
Fasilitas Mesin Perusahan

(sumber: sekunder, PT Nayfos Ulpa Busana, 2018)

Gambar 3.2
Contoh Produk PT Nayfos Ulpa Busana

(sumber: sekunder, PT Nayfos Ulpa Busana, 2018)

Deskripsi Perusahaan Pesaing

Sedangkan pesaing terbaik dari PT. Nayfos Ulpa Busana, Depok menurut Direktur PT. Nayfos Ulpa Busana, Kholid Usman (2018) adalah Jagoan Kaos Polos. com, adalah Toko Online dan Toko Offline Bernama Sinar Sablon dengan alamat: Jalan Akses UI No. 30B Kelapa Dua Depan Kampus Gunadarma merupakan Perusahaan konveksi dengan lini produk yang sama dengan PT Nayfos Ulpa Busana, Depok. Adapun lini produk yang dibahas adalah kaos sablon.

Gambar 3.3
Contoh Produk Toko Sinar Sablon

(sumber: sekunder, Sinar Sablon, 2018)

Gambaran Kondisi Persaingan Berdasarkan Perkembangan Penjualan

Perkembangan penjualan produk pakaian konveksi "PT. Nayfos Ulpa Busana dan Sinar Sablon" pada kurun waktu 3 (tiga) tahun mulai dari tahun 2015 s.d. 2017 dapat dilihat bahwa

Dari data tersebut diatas menunjukkan penjualan produk kaos sablon PT Nayfos Ulpa Busana dan Sinar Sablon pada semester I ke II di tahun 2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan, yaitu dari penjualan sebanyak 37.316,- menjadi hanya 19.536,- atau mengalami indeks penurunan sebesar ± 50% produk kaos sablon. Bandingkan dengan Sinar Sablon mengalami indeks kenaikan penjualan buku sebesar ± 20%.

PT Nayfos Ulpa Busana ternyata belum kuat daya saingnya terhadap Sinar Sablon, hal ini terlihat adanya penurunan nilai penjualan pada tahun 2016 semester I ke II tersebut di atas. Namun demikian untuk menghadapi persaingan dengan produk yang sejenis tidak hanya di daerah, tetapi juga persaingan dari luar daerah Depok, apalagi dengan diterapkannya pasar bebas maka PT Nayfos Ulpa Busana perlu menyusun konsep untuk menghadapi persaingan tersebut.

Analisis Berdasarkan Matrik SWOT

Matrik SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada hasil analisis SWOT. Maka akan muncul 4 alternatif strategi SO, WO, ST dan WT. Data dan informasi yang digunakan oleh masing-masing strategi ini diperoleh dari matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*).

Hasil Analisis Matrik SWOT

Faktor-faktor internal dan eksternal yang diperoleh akan menjadi faktor strategis yang diformulasikan dalam bentuk tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*), seperti rinci berikut

a. Kolom 2: menentukan bobot untuk masing-masing faktor yang dimulai dari 1,0 (penting) dan 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruhnya terhadap perusahaan.
b. Kolom 3: menentukan rating untuk masing-masing faktor yang dimulai dari 4 (sangat penting) sampai dengan 1 (tidak penting), berdasarkan pengaruhnya terhadap perusahaan, sedangkan untuk faktor-faktor kelemahan dan ancaman diberlakukan sebaliknya dalam pemberian rating, misalkan jika kelemahan dan ancaman besar maka diberi rating 1 dan jika kelemahan dan ancaman kecil diberi rating 4.
c. Kolom 4: mengalikan antara bobot dan rating yang nantinya menjadi skor bagi masing-masing faktor.

Adapun skor yang diperoleh dari analisis data yang diperoleh dari PT Nayfos Ulpa Busana meliputi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman adalah sebagai berikut:

a. Kekuatan mempunyai skor : 1.825
b. Kelemahan mempunyai skor : 0.325
c. Peluang mempunyai skor : 0.768
d. Ancaman mempunyai skor : 1.496

Selanjutnya, Analisis Matrik SWOT PT Nayfos Ulpa Busana, dapat dilihat pada gambar.Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik potong antara Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman terletak pada kuadran II yaitu strategi diversifikasi, yang berarti adalah situasi dimana industri memiliki kekuatan dari segi internal, tetapi menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara Strategi Diversifikasi (produk atau pasar).

Perusahaan dapat menggunakan kekuatan yaitu memiliki peralatan yang memadai, agar menghasilkan produk kaos yang berkualitas serta inovatif sesuai selera konsumen, penguatan branding perusahaan dengan lebih baik, strategi pemberian diskon kepada pembeli, kemudahan cara pembayaran, peningkatan tata kelola perusahaan yang baik serta memiliki tenaga kerja yang terampil untuk pemanfaatan serta meraih peluang yaitu mendapat dukungan dari stake holders, bekerja sama dengan beberapa mitra, upaya untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk kaos PT Nayfos Ulpa Busana baik dari kerjasama, komunikasi pemasaran dengan bauran promosi yang tepat.

Pembahasan Faktor-Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Ketentuan faktor-faktor strategi internal dan eksternal dapat di analisis secara sistematis seperti apa yang sudah ditetapkan dengan penjelasan sebagai berikut:

Faktor-Faktor Strategi Internal

A. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan utama yang dimiliki oleh PT Nayfos Ulpa Busana adalah sebagai berikut:

1. Memiliki Peralatan dan Fasilitas yang Memadai

Fasilitas (sarana dan prasarana) kerja sangat penting dan merupakan faktor utama dalam kegiatan pemasaran, dimana pemasaran yang umum salah satunya harus ada fasilitas. Adapun fasilitas yang dimiliki perusahaan sudah sangat baik dan dapat memperlancar jalannya kegiatan pemasaran. Setiap tenaga pemasar mempunyai alat transportasi untuk memudahkan mereka dalam kinerjanya. Sedangkan alat produksi yang memadai sangat menunjang dalam kegiatan produksi skala besar maupun skala kecil

2. Pemberian Diskon Kepada Pembeli dalam Jumlah Tertentu

PT Nayfos Ulpa Busana memberikan diskon kepada konsumen dalam jumlah pembelian tertentu yang melakukan pembelian secara langsung maupun di outlet.

3. Tata Kelola Perusahaan yang Baik

PT Nayfos Ulpa Busana memiliki manajemen yang baik dan telah berpengalaman kurang lebih 10 tahun, karyawan PT Nayfos Ulpa Busana mempunyai pengalaman dan berpendidikan minimal lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan Diploma III dan merupakan tenaga kerja yang terampil.

B. Kelemahan (*Weakness*)

Adapun kelemahan utama yang dimiliki oleh PT Nayfos Ulpa Busana sebagai berikut:

1. Kurangnya Promosi

PT Nayfos Ulpa Busana kurang melakukan promosi sehingga masyarakat kurang begitu mengenal produk kaos sablon terutama masyarakat diluar kota Depok.

2. Lokasi Perusahaan Kurang Terjangkau/Strategis

PT Nayfos Ulpa Busana sebenarnya berlokasi dijalan besar yang sering dilalui lalu lintas, akan tetapi tingkat kemacetan yang tinggi dan tempat parkir yang sempit merupakan kendala yang besar bagi konsumen dalam menjangkau lokasi.

3.4.3 Faktor-Faktor Strategi Eksternal

A. Peluang (*opportunity*)

Adapun peluang utama yang dimiliki PT Nayfos Ulpa Busana adalah sebagai berikut:

1. Dukungan stake holders

Dukungan kepada PT Nayfos Ulpa Busana, dari masyarakat luas tidak hanya dari pemerintah daerah saja. Hal ini merupakan peluang bagi Perusahaan yang dapat mendukung kebijakan strategi bisnisnya.

2. Adanya kerja sama dengan mitra

PT Nayfos Ulpa Busana sudah memiliki daerah pemasaran yang dikuasainya, sehingga jaringan distribusinya sudah tertata dengan baik, dari penelitian yang sudah dilakukan diperoleh informasi bahwa perusahaan mempunyai mitra kerjasama dengan beberapa toko atau outlet yang berada di daerah Depok khususnya. Faktor ini merupakan peluang bagi Perusahaan karena dalam sistem pemasaran tidak bisa lepas dari kerjasama dengan toko atau outlet sehingga dapat mendukung kebijakan strategi bisnisnya.

B. Ancaman (*threat*)

Adapun ancaman utama yang dihadapi PT Nayfos Ulpa Busana adalah sebagai berikut:

1. Semakin banyaknya pesaing perusahaan konveksi

Pesaing untuk jenis produk dengan level dan lini produk yang sama memang sangat banyak namun pesaing yang utama adalah Sinar Sablon karena dilihat dari tingkat penjualan yang bersaing. Pesaing ini merupakan ancaman bagi perusahaan yang harus diwaspadai dan diatasi supaya perusahaan tetap eksis dan semakin kuat serta dapat berkembang.

2. Tidak memiliki cakupan pasar yang luas

Ekonomi yang tidak stabil pada tahun 2017, ini juga mempengaruhi semakin sempitnya pangsa pasar sehingga berdampak kepada keuntungan akan menjadi menurun pada tahun 2017, ini merupakan ancaman bagi Perusahaan.

3. Kurang tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk PT Nayfos Ulpa Busana

Selain hal tersebut diatas, ekonomi yang tidak stabil pada tahun 2015-2017, yang dirimgi masuknya era MEA yaitu pasar bebas dari negara-negara ASEAN, menyebabkan banyaknya barang atau produk yang lebih besar tingkat kepercayaan di masyarakat, ini merupakan ancaman bagi Perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang strategi diversifikasi adalah sebagai berikut:

1. Optimalisasi sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan produksi dan pemasaran

Kegiatan optimaslisasi kegiatan produksi dan pemasaran merupakan kekuatan bagi perkembangan Perusahaan. PT Nayfos Ulpa Busana mempunyai kualitas yang baik karena mempunyai fasilitas yang mendukung kegiatan produksi. Sedangkan pemasaran dari mulut ke mulut merupakan optimalisasi promosi beserta terpenting promosi melalui digital marketing.

2. Optimalisasi Kerja sama dengan Toko atau Outlet

Perusahaan wajib meningkatkan kerja sama dengan toko atau outlet, hal ini merupakan peluang bagi Perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran, karena kegiatan pemasaran akan berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, misalnya diletakkan brosur-brosur PT Nayfos Ulpa Busana di kasir toko/outlet dan memperluas kerjasama dengan toko/oulet yang belum bermitra dengan PT Nayfos Ulpa Busana Depok.

3. Mempertahankan dan mengembangkan cakupan pasar

PT Nayfos Ulpa Busana mempunyai daerah pemasaran di wilayah Depok. Pasar tersebut merupakan pasar sasaran dari perusahaan. Dalam kondisi pasar selalu terjadi perubahan, hal ini terjadi karena tidak hanya satu atau dua produk yang bersaing di pasaran namun berbagai macam jenis produk, khususnya untuk jenis produk kaos banyak bermunculan di pasar yang tentunya hal tersebut merupakan pesaing bagi Perusahaan. Pengembangan cakupan pasar dari sebelumnya hanya di wilayah depok saja bertambah menjadi wilayah Jakarta, Bekasi dan Tangerang.

Penentuan Alternatif Strategi Pemasaran

Setelah mengumpulkan semua informasi yang diperlukan dan berpengaruh terhadap perkembangan PT Nayfos Ulpa Busana, tahap selanjutnya adalah menentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi dengan menggunakan Matrik SWOT, dimana Matrik tersebut dapat menggambarkan secara jelas berbagai kemungkinan alternatif (SO, ST, WO dan WT) yang bisa digunakan oleh Perusahaan, selanjutnya dapat dilihat pada tabel

Analisis Berdasarkan Matrik *Boston Consulting Group* (BCG)

Analisis Posisi Perusahaan dalam Persaingan

Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) merupakan model yang sangat baik untuk mengevaluasi strategi bisnis dalam perusahaan, sehingga dapat diketahui strategi perusahaan yang terbaik untuk diambil dan dirumuskan. Matrik ini pada dasarnya melihat posisi perusahaan dalam persaingan industri sejenis yang didasarkan pada dua hal, yaitu tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif.

Dari data-data yang telah diperoleh, yaitu hasil penjualan produk perusahaan dan industri sejenisnya, maka analisis *Boston Consulting Group* (BCG) bisa dimulai dengan cara menentukan posisi dari masing-masing produk ke dalam sebuah matrik sebagai berikut:

1. Produk Utama Kaos Sablon

Dari data yang diperoleh di PT Nayfos Ulpa Busana, Depok dapat ditentukan sebagai berikut:

a. Tingkat Pertumbuhan Pasar

Berdasarkan perhitungan diperkirakan untuk semester I tahun 2017 mengalami kenaikan Tingkat Pertumbuhan Pasar dari semester II tahun 2017 sebesar:

$$\text{Tingkat Pertumbuhan Pasar} = \frac{\text{Volume penjualan Tahun N} - \text{Volume Penjualan Tahun N-1}}{\text{Volume Penjualan Industri Tahun N-1}} \text{x} 100\%$$

Tingkat Pertumbuhan Pasar = (43.452) – (38.976) : 38.976 x 100% = 11.48%

b. Pangsa Pasar Relatif

Merupakan perbandingan pangsa pasar yang diraih perusahaan dibanding dengan pesaing terdekatnya atau pemimpin pasar, dalam hal ini perbandingan antara perusahaan PT Nayfos Ulpa Busana dengan Sinar Sablon. Pangsa Pasar Relatif = (43.452 : 31.220) = 1.39x

Dari perhitungan berdasarkan teori Matrik *Boston Consulting Group* (BCG). Perusahaan PT Nayfos Ulpa Busana dapat ditampilkan dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) sebagai berikut:

Tingkat Pertumbuhan Pasar : 11.48%
Pangsa Pasar Relatif : 1.39 x

Berarti posisi produk Kaos Sablon berada dalam Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) yaitu: "*Star*" atau Bintang, dimana produk tersebut memiliki Pangsa Pasar Relatif dan Tingkat Pertumbuhan Pasar yang tinggi.

Pemetaan posisi produk buku yasin EMJProduction dalam Matrik BCG

Dari perhitungan di atas maka posisi produk kaos sablon PT Nayfos Ulpa Busana dapat intepretasikan; Hasil perhitungan pada teori Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) di atas, maka dapat di evaluasi produk kaos sablon PT Nayfos Ulpa Busana memiliki Pangsa Pasar Relatif sebesar 1,39 x dibandingkan pesaing utamanya Sinar Sablon.

Produk Kaos Sablon PT Nayfos Ulpa Busana berada di dalam posisi "*Star*" atau Bintang. Sementara itu posisinya relatif kuat. Produk dalam posisi ini menghasilkan keuntungan yang besar dan bisa digunakan untuk membiayai jenis produk pada posisi "*Question Mark"* atau Tanda Tanya yang cenderung lebih memerlukan dana dan perhatian.

Dengan dasar pertimbangan ini, analisis Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) menawarkan saran; Mengembangkan (*Build*); karena produk pada posisi ini akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Produk yang berada dalam posisi ini memiliki kemungkinan untuk tumbuh di pasar lebih besar daripada produk yang berada dalam posisi (*Cash Cow*) atau Sapi Perah. Hal ini menunjukkan bahwa produk-produk dalam posisi ini masih dapat dilakukan pengembangan produk untuk memperpanjang siklus hidup produk dua atau tiga kali lebih panjang dibanding dengan siklus hidup produk awalnya.

Jika perusahaan memiliki pangsa pasar yang tinggi untuk produk itu maka aliran kas jangka pendek cukup besar untuk perusahaan, sebab posisi ini merupakan penghasil dana kas yang besar bagi perusahaan serta perlu dikembangkan posisinya agar pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan dapat ditingkatkan

Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan PT Nayfos Ulpa Busana dalam menggembangkan posisi produk kaos sablon ini adalah dengan terus menjaga kualitas dari kaos yang sudah dikenal kualitas, mempercantik desain kaos serta pelayanan yang lebih berkualitas, hal ini untuk menghindari kekecewaan konsumen apabila terjadi kekecewaan tersebut yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Untuk dapat bersaing dengan pesaing utama yaitu sinar sablon *dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dari segi produksi dan dari segi pemasaran, dari segi produksi dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk kaos. Sedangkan dari segi pemasaran dapat ditingkatkan kinerja pemasarannya yaitu meningkatkan kemudahan bertransaksi, dan meningkatkan promosi baik secara online dan inline*

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan analisis Matrik *Boston Consulting Group* (BCG) pada PT Nayfos Ulpa Busana dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT PT Nayfos Ulpa Busana terletak pada kuadran II yakni strategi diversifikasi, strategi diversifikasi adalah situasi dimana industri memiliki kekuatan dari segi internal, tetapi menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).
2. Analisis BCG, PT Nayfos Ulpa Busana terletak pada posisi "*Star"* atau Bintang, posisi "*Star*" atau Bintang adalah posisi yang memiliki pangsa pasar yang tinggi dan tingkat pertumbuhan pasar yang tinggi.
3. Strategi pemasaran yang cocok untuk diterapkan pada produk kaos sablon PT Nayfos Ulpa Busana adalah "*Build*" atau kembangkan, Tujuan utamanya strategi ini adalah melakukan pengembangan terhadap produk perusahaan agar mampu berkembang sehingga posisinya dapat menghasilkan laba secara *sustainable* atau berkelanjutan bagi perusahaan.

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, di rekomendasikan kepada PT Nayfos Ulpa Busana melakukan hal sebagai berikut:

1. Agar meningkatkan kerja sama dengan toko atau outlet, serta dengan konsumen yang puas dengan produk kaos PT Nayfos Ulpa Busana, seiring meningkatkan kerja sama dengan outet dan konsumen tersebut, PT Nayfos Ulpa Busana dapat menambah mitra kerja untuk dapat memasarkan produk

kaos dengan menambah wilayah pemasaran di Jabodetabek.

2. Agar menjaga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap PT Nayfos Ulpa Busana dengan selalu menghasilkan produk kaos sablon dengan kualtas yang baik dan sesuai dengan selera konsumen.
3. Agar meningkatkan promosi dengan pemberian diskon diberbagai pameran dan media cetak, dan melalui online, seperti website, whatsapp, BBM, dan lain sebagainya dengan harapan konsumen lebih mengenal PT Nayfos Ulpa Busana dan produk kaos sablon dari perusahaan tersebut.
4. PT Nayfos Ulpa Busana harus dapat menjaga bahkan meningkatkan kualitasi produknya, khusunya kaos sablon, dalam rangka menjaga kepuasan konsumen.
5. Agar menjaga kualitas produk, harga yang baik dan kemudahan dalam membayar, meningkatkan promosi inline dan online, meningkatkan kerjasama dengan toko atau outlet dan konsumen, serta menjaga penampilan tenaga pemasar, merupakan faktor-faktor yang harus dikembangkan pada masa yang akan datang.;

DAFTAR PUSTAKA

Azizah, N. 2005. *Strategi Pemasaran Rokok Gudang Garam Pada PT. Surya Bakti Utama Jember – Jawa Timur*. Proyek Usaha Mandiri (Tidak dipublikasikan), Jember: MNA Politeknik Negeri Jember.

Hitt, M. A. & Ireland, Duane R & Hokinson, Robert E.1997, *Manajemen Strategis: Menyongsong Era Persaingan Dan Globalisasi.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. 1999. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol.* Jakarta: Prenhallindo.

Ningrum, Indah L. R. 2004. *Analisis Strategi Pemasaran Berdasarkan Matrik Boston Consulting Group pada Perusahaan Roti SIP Politeknik Pertaninan Negeri Jember.* Skripsi (Tidak dipublikasikan), Jember: Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Mahanani, Retno Sari dan Kurniawan, Bagus Putu Yudhia 2004. *Strategi Pengembangan Usaha , Kerajinan Kuningan "Cibogo"Penelitian Dosen Muda,* Politeknik Negeri Jember.

Rangkuti, F.1999. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: Gramedia Pustaka.

Singarimbun, M., dan Effendi, S. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.

Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandi. 1997, *Soal Jawab Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Usman, H., dan Akbar, R. P. S. 1995. *Pengantar Statistika.* Jakarta: Bumi Aksara.

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP EFISIENSI PERBANKAN DI INDONESIA PERIODE 2013-2017 (Dalam Rangka Persiapan Implementasi *Asean Banking Integration*)

Sujarwo, Heri Abrianto, Hastuti Redyanita
Program Studi Keuangan dan Perbankan
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta
sujarwo@akuntansi.pnj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan Two-Stage Data Envelopment Analysis, tahap pertama dilakukan pengukuran tingkat efisiensi dengan pendekatan DEA menggunakan software WDEA. Sedangkan pada tahap kedua, dilakukan analisis regresi dengan metode Regresi Tobit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja efisiensi Bank Umum di Indonesia dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Varibel input yang digunakan: beban tenaga kerja, beban bunga, beban teknologi informasi, total aset, total modal, dan simpanan. Variabel output yang digunakan: pendapatan bunga, pendapatan operasional, laba bersih. Sebagai variabel bebas, faktor internal terdiri dari rentabilitas (ROA), permodalan (CAR), risiko kredit (NPL), dan likuiditas (LDR). Sedangkan faktor eksternal terdiri dari tingkat bunga, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi. Hasil penelitian menunjukan bahwa kelompok Bank Asing paling efisien dibandingkan kelompok BUSND dan Bank BUMN. Rentabilitas dan risiko kredit berpengaruh positif dan signifikan, permodalan mempunyai pengaruh positif tidak signifikan, likuiditas tidak berpengaruh signifikan, tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan, inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan, pertumbuhan ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia.

Kata Kunci *: Efisiensi, Bank Umum, DEA, Tobit*

PENDAHULUAN

Indonesia telah meratifikasi *Asean Framework Agreement on Services* (AFAS), maka protokol *Asean Banking Integration Framewrok* (ABIF) diberlakukan di Indonesia. Visi ABIF mencakup tiga tujuan strategis, yaitu integrasi keuangan, inklusi keuangan, dan stabilitas keuangan. Tujuan utama ABIF adalah mempersiapkan akses pasar dan kebebasan beroperasi di negara-negara anggota Asean. Proses integrasi menuntut bank-bank di Indonesia untuk memperkuat modal, kualitas dan efisiensi.

Bank yang mampu berkompetisi adalah bank yang berkinerja baik dan efisien (Sariffudin dkk, 2015). Efisiensi dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara input dan output atau jumlah output yang dihasilkan dari satu input yang dipergunakan (Elvira dan Prasetiyono, 2012). Pengukuran kinerja dan efisiensi dapat berdasarkan pada analisis laporan keuangan. Namun penggunaan laporan keuangan ada beberapa kelemahan. Srinivas (2000), rasio keuangan sulit mendapatkan validitas dan bersifat subyektif. Rasio keuangan hanya menggambarkan perbandingan kinerja antar periode (Tser-Yieth Chen, 2002). Kelemahan penggunaan rasio keuangan dapat

diatasi dengan teknik non-parametrik atau *Data Envelopment Analisys* (DEA). DEA dapat memberikan informasi yang baik berkaitan dengan perusahaan yang efisien dan tidak efisien (Mehmet dkk, 2011). DEA dapat menganalisis beberapa input dan output secara bersamaan (Sarifuddin dkk, 2017).

Repkova (2015), ROA, tingkat bunga, dan GDP berpengaruh negatif terhadap efisiensi, risiko likuiditas dan risiko kredit mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi. Svitalkova (2014), variabel makroekonomi berpengaruh terhadap efisiensi bank komersial di Eropah Tengah dan Eropa Timur. Gulnes and Yildirim (2016), kualitas kredit/pembiayaan dan biaya mempunyai hubungan yang negatif terhadap efisiensi bank konvensional, namun sebaliknya mempunyai hubungan positif terhadap bank syariah, faktor eksternal mempunyai hubungan negatif signifikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja efisiensi Bank Umum di Indonesia. Sehingga diketahui kelompok bank mana yang efisien dan faktor apa saja yang mempengaruhinya. Varibel input yang digunakan: beban tenaga kerja, beban bunga, beban teknologi informasi, total aset, total modal, dan simpanan. Variabel output yang digunakan: pendapatan bunga, pendapatan operasional, laba bersih. Sebagai variabel bebas, faktor internal terdiri dari rentabilitas (ROA), permodalan (CAR), risiko kredit (NPL), dan likuiditas (LDR). Sedangkan faktor eksternal terdiri dari tingkat bunga, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi.

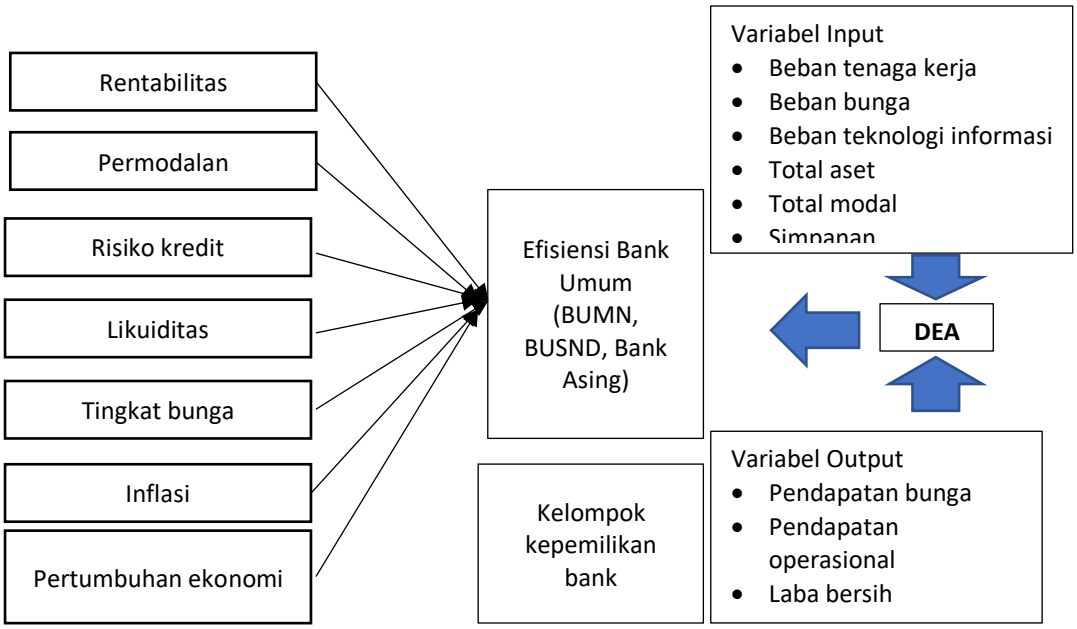
Penelitian ini menggunakan *Two-Stage Data Envelopment Analysis,* tahap pertama dilakukan pengukuran tingkat efisiensi dengan pendekatan DEA menggunakan *software* WDEA. Sedangkan pada tahap kedua, dilakukan analisis regresi dengan metode Regresi Tobit. Alasan digunakan metode Tobit dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang censored, yaitu nilai dari variabel tidak bebas (Sari, Saraswati, 2017).

METODE PENELITIAN

Model Penelitian

Efisiensi perbankan dapat dibedakan menjadi 3 jenis, yaitu *pure technical efficiency* (PTE), *technical/operational efficiency* (TE), dan *scale efficiency* (SE). Untuk menganalisis determinan faktor efisiensi Bank Umum dapat dilihat dari faktor-faktor yang memengaruhi *technical efficiency*. Berdasarkan hasil penelitian Repkovaa (2015), determinan dari efisiensi dapat dicari dengan menggunakan *Two Stage Analysis*. Tahap pertama diperoleh dengan melakukan analisis DEA untuk mendapatkan skor efisiensi dari masing-masing bank. Selanjutnya, skor efisiensi tersebut digunakan sebagai variabel dependen dalam model regresi yang merupakan analisis tahap kedua dalam penentuan determinan efisiensi.

Gambar 1 Model Penelitian



Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel ada 4 Bank BUMN, 4 BUSND, dan 3 Bank Asing. Jumlah DMU selama 5 tahun ada 55 DMU terdiri dari 20 DMU BUMN, 20 DMU BUSND, dan 15 DMU bank asing.

Rumusan Hipotesis:

H1: Rentabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi

H2: Permodalan berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi

H3: Risiko kredit berpengaruh negatif terhadap tingkat efisiensi

H4: Likuiditas berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi

H5: Tingkat bunga berpengaruh negatif terhadap tingkat efisiensi

H6: Inflasi berpengaruh negatif terhadap tingkat efisiensi

H7: Pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi

Teknik Pengumpulan dan Analisa Data

Jenis data yang digunakan berupa laporan keuangan Bank Umum Nasional periode 2013-2017 yang dipublikasikan melalui OJK. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Two Step Data Envelopment Analysis*. Langkah-langkah pengolahannya adalah sebagai berikut:

1. Mengolah data yang ada dengan *Data Envelopment Analysis* menggunakan *software* MaxDEA. Pada proses pengolahan ini terdapat dua tahapan. Hasil pengukuran nilai efisiensi dengan metode DEA berkisar antara 0 sampai dengan 1. Mansyur (2012), menyatakan efisiensi bernilai 1 atau 100% menunjukkan bahwa bank tersebut paling efisien dalam sampel pada periode tertentu, sedangkan nilai efisiensi kurang dari 1 atau 100% dinyatakan tidak efisien.
2. Model regresi Tobit digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja efisiensi teknis perbankan di

Indonesia. Alasan digunakan metode Tobit dalam penelitian ini karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang censored, yaitu nilai dari variabel tidak bebas, yaitu tingkat efisiensi teknis (EFT), dibatasi dan hanya boleh berkisar antar 0 sampai 100 (Sari dan Saraswati, 2017). Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Y = a + b1 Rentabilitas (ROA) + b2 Permodalan (CAR) +b3 Risiko Kredit (NPL) + b4 Likuiditas (LDR) + b5 Tingkat Bunga + b6 Inflasi + b7 Pertumbuhan Ekonomi + e

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengukuran Efisiensi Bank

Kelompok Bank BUMN

Bank BUMN yang telah mencapai kategori efisien dengan skor 100% selama selama periode penelitian yaitu Bank BRI dan Bank BTN. Sedangkan Bank BNI hanya mampu mencapai skor 100% pada tahun 2013 dan 2015. Bank Mandiri selama periode penelitian mengalami inefisiensi tiap tahunnya. Sumber inefisiensi dapat berasal dari variabel input dan variabel output. Sumber inefisiensi Bank Mandiri dari variabel input paling besar adalah biaya teknologi informasi yang dapat ditekan lebih dari 78%. Sedangkan dari sisi variabel output yang berpengaruh terhadap inefisiensi adalah laba bersih, sehingga laba bersih harus ditingkatkan untuk tahun-tahun kedepan. Sumber inefisiensi Bank BNI variabel *input* adalah biaya teknologi informasi. Laba bersih merupakan variabel *output* yang memiliki pengaruh besar terhadap inefisiensi bank BNI.

Tabel 1. Tingkat Efisiensi Bank BUMN 2013-2017 (dalam %)

No	Bank	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata
1	Mandiri	91,19	98,59	99,03	96,85	91,44	95,42
2	BRI	100	100	100	100	100	100
3	BNI	100	90,23	100	89,71	92,16	94,42
4	BTN	100	100	100	100	100	100

Sumber: Data diolah, MaxDEA

Kelompok Bank Umum Swasta Nasional Devisa (BUSND)

Hasil perhitungan tingkat efisiensi kelompok BUSND menunjukkan ada 2 bank yang efisien yaitu Bank BCA dan Bank Danamon. Bank CIMB Niaga hanya mampu mencapai skor 100% pada tahun 2014 dan 2015. Sedangkan, Maybank mengalami inefisiensi pada tahun 2017. Sumber inefisiensi Bank Maybank disebabkan oleh variabel *output* laba bersih. Sumber inefisiensi Bank CIMB Niaga disebabkan oleh variabel *input* yaitu penggunaan biaya teknologi informasi. Variabel *output* yang paling besar perlu ditingkatkan ialah laba bersih.

Tabel 2. Tingkat Efisiensi BUSND 2013-2017 (dalam %)

No	Bank	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata
1	BCA	100	100	100	100	100	100
2	Maybank	100	100	100	100	99,26	99,85
3	CIMB Niaga	98,67	100	100	99,55	92,26	98,09
4	Danamon	100	100	100	100	100	100

Sumber: Data diolah, MaxDEA

Kelompok Bank Asing

Kelompok Bank Asing yang telah mencapai kategori efisien selama lima tahun berturut-turut yaitu Bank Of Tokyo dan Bangkok Bank. Sedangkan, Citibank mengalami inefisiensi satu kali, yaitu pada tahun 2015. Sumber inefisiensi Citibank disebabkan oleh variabel *input* ialah biaya tenaga kerja, selain itu bank juga dapat meningkatkan variabel *output* pendapatan bunga dan pendapatan operasional.

Berdasarkan hasil skor efisiensi, dapat disimpulkan bahwa kelompok Bank Asing menjadi bank yang paling efisien di banding dengan kelompok bank lainnya (Bank BUMN dan BUSND), karena hanya mengalami inefisiensi satu kali selama periode pengamatan, artinya bank asing lebih mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya dibanding kelompok lainnya.

Tabel 3. Tingkat Efisiensi Bank Asing 2013-2017 (dalam %)

No	Bank	2013	2014	2015	2016	2017	Rata-Rata
1	Citibank	100	100	97,31	100	100	99,46
2	Bank Of Tokyo	100	100	100	100	100	100
3	Bangkok Bank	100	100	100	100	100	100

Sumber: Data diolah, MaxDEA

Distribusi Efisiensi

Selama periode penelitian ada 76% bank dalam kondisi efisien, sedangkan sisanya tidak efisien. Kelompok bank asing ada 93% yang efisien, berikutnya adalah kelompok BUSND 80% yang efisien, dan terakhir kelompok bank BUMN 60% yang efisien. Rata-rata tingkat efisiensi kelompok bank asing paling tinggi dengan nilai 99,8%, berikutnya adalah kelompok bank BUSND dengan nilai 99,4%, dan kelompok bank BUMN dengan nilai 97,4%.

Tabel 4. Distribusi Efisiensi Menurut Kelompok Bank

No	Keompok Bank	203	2014	2015	2016	2017	Jumlah
1	Bank Persero						
	Efisien (100%)	3	2	3	2	2	12
	Tidak Efisien (<100%)	1	2	1	2	2	8
2	BUSND						
	Efisien (100%)	3	4	4	3	2	16
	Tidak Efisien (<100%)	1	0	0	1	2	4
3	Bank Asing						
	Efisien (100%)	3	3	2	3	3	14
	Tidak Efisien (<100%)	0	0	1	0	0	1

Sumber: Data yang diolah

Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Tingkat Efisiensi

Pada tahap ini akan dianalisis faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi tingkat efisiensi perbankan di Indonesia menggunakan model Tobit. Analisis model Tobit dalam penelitian ini menggunakan paket *software Eviews* 9. Hasil analisis pada model Tobit digunakan untuk menyimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi perbankan di Indonesia. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang digunakan yaitu, rentabilitas (ROA), permodalan (CAR), risiko kredit (NPL) dan likuiditas (LDR). Sedangkan faktor eksternal yang digunakan yaitu, tingkat suku bunga, inflasi dan pertumbuhan ekonomi. Berikut adalah hasil analisis menggunakan model Tobit.

Tabel 5 Hasil Analisis Model Tobit

Variabel	*Coefficient*	*p-Value*
Rentabilitas	0.686376	0.0923 **
Permodalan	0.039974	0.2771
Risiko Kredit	1.559.086	0.0135*
Likuiditas	0.003141	0.7019
Tingkat Suku Bunga	0.674175	0.0683**
Inflasi	-0.258311	0.3785
Pertumbuhan Ekonomi	0.544163	0.7986

Sumber: *Ouput Eviews* 9

*Signifikan level 5, **Signifikan level 10%

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa variabel yang memberikan pengaruh maupun variabel yang tidak memberikan pengaruh positif. Hasil analisis Tobit menunjukkan bahwa variabel yang signifikan (<0.05) adalah variabel risiko kredit (NPL) dan variabel yang signifikan (<0.1) adalah rentabilitas (ROA) dan tingkat suku bunga. Sedangkan, permodalan (CAR), likuiditas (LDR), inflasi dan pertumbuhan ekonomi tidak signifikan atau tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap efisiensi perbankan di Indonesia.

PEMBAHASAN

Rentabilitas (ROA) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat efisiensi perbankan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis awal yang menyebutkan bahwa rentabilitas berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi. Hasil ini didukung oleh penelitian Firdaus dan Hosen (2013) dan Fathony (2012). Permodalan (CAR) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap efisiensi perbankan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Purwoko dan Sudiyatno (2013). Hasil ini berbeda dengan hipotesis awal yang menyebutkan bahwa permodalan berpengaruh positif terhadap tingkat efisiensi. Risiko Kredit (NPL) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi, hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Fathony (2012). Likuiditas (LDR) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia.

Tingkat Suku Bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia, artinya semakin tinggi tingkat suku bunga maka akan meningkatkan efisiensi bank. Hasil penelitiaan ini sejalan dengan Hassan dan Sanchez (2007), Delis dan Papanikolaou (2009). Inflasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia, hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Adjei-Frimpong dkk. (2014). Namun, hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Hassan dan Sanchez (2007). Pertumbuhan ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia, hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fries dan Taci (2005) dan Apriyana, dkk (2015).

KESIMPULAN

1. Secara keseluruhan kinerja bank selama periode 2013-2017 dapat dikatakan memiliki tingkat efisiensi yang baik. Rata-rata tingkat efisiensi bank persero berada pada angka 97.4%, BUSND 99.4% untuk BUSD dan Bank Asing 99.8%. Tingginya tingkat efisiensi menunjukkan bahwa kinerja perbankan nasional sangat baik dan mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara optimal.
2. Kelompok Bank Asing paling efisien bila dibandingkan dengan kelopmpok Bank BUMN dan BUSND. Jumlah DMU Bank Asing yang efisien ada 93%, berikutnya BUSD ada 80% dan terakhir Bank BUMD ada 60% yang efisien selama periode penelitian.
3. Faktor internal yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia adalah variabel rentabiliat dan varibael risiko kredit. Permodalan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap efisiensi. Sedangkan likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia. Faktor eksternal, tingkat suku bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi. Inflasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap efisiensi, Pertumbuhan ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efisiensi perbankan di Indonesia.

SARAN

1. Bank Mandiri dan Bank BNI perlu menekan biaya teknologi informasi dan meningkatkan laba bersih.
2. Bank CIMB Niaga perlu menekan biaya teknologi informasi dan meningkatkan laba bersih. Bank Maybank perlu meningkatkan laba bersih.
3. Citibank perlu menekan biaya tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan bunga dan pendapatan operasional.

DAFTAR PUSTAKA

Adjei-Frimpong, K., Gan, C., dan Hu, B. 2014. Cost Efficiency of Ghana's Banking Industry: a Panel Data Analysis. *The International Journal of Business and Finance Research*, Vol. 8, No. 2, hlm. 69-86.

Apriyana, Siregar dan Hasanah. 2015. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Efisiensi Biaya Perbankan di Kawasan ASEAN-5. *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol.14, No.3, hlm 321-333

Berger, A.N. dan D. Humphrey. 1997. Efficiency of Financial Institutions: International Survey and Directions for Future Research. *European Journal of Operational Research*, hlm. 175-212.

Delis, M. dan Papanikolaou, N. 2009. Determinants of Bank Efficiency: Evidence from a Semi-parametric Methodology. *MPRA Working Paper No. 13893*.

Elvira, Finta; Prasetiono. (2012). "Efisiensi Teknis Dan Efisiensi Profitabilitas Perbankan sebelum Dan Setelah Krisis Ekonomi 2008 Dengan Menggunakan Metode Non Parametrik Data Envelopment Analysis". Diponegoro Journal of Management Volume 1, Nomor 2, 34-48

Endri, (2016). Variabel Makroekonomi Dan Efisiensi Perbankan di Indonesia, dalam Seminar Nasional SNEMA, *http//fe.unp.ac.id*

Fathony, Moch. 2012. Estimasi dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Efisiensi Bank Domestik dan Asing di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.16, No.2 Mei 2012, hlm. 223-237

Firdaus dan Hosen. 2013. Efisiensi Bank Umum Syariah Menggunakan Pendekatan Two-Stage Data Envelopment Analysis. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, hlm 168-190.

Fries, S. dan Taci, A .2005. Cost Efficiency of Bank in Transition: Evidence from 289 Banks in 15 Post-communist Countries. *Journal of Banking & Finance* 29, hlm. 55-81.

Gunes, Hakan; Yildirim, Dilem. (2016). "Estimating cost efficiency of Turkish Commercial Bank" Central Bank Review 16: 127-136

Hassan, K. dan Sanchez, B. 2007. Efficiency determinants and dynamic efficiency changes in Latin American banking industries, Networks Financial Institute. *Working Paper No. 32, Indiana University*.

Mansyur, F. 2012. *Analisis Perbandingan Efisiensi Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional di Indonesia Menggunakan Metode Stochastic Frontier Approach (SFA)*. Tesis. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mehmet, Hasan Eken and Suleyman Kale**.** **(**2011). **"**Measuring Bank Branch Performance Using Data Envelopment Analysis (DEA): The Case Of Turkish Bank Branches". *African Journal of Business Management* Vol. 5(3), pp. 889-901

Purwoko, D. & Bambang S. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Bank (Studi Empirik Pada Industri Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 20, No. 1, hlm 25-39.

Sari, P.Z., Saraswati, E., (2017). "The Determinant of Banking Efficiency

in Indonesia (DEA Approach)". Journal of Accounting And Business Education, 1 (2), 208-230

Sarifuddin, Syamsulang; Ismail, Khairi, Mohd; Kumaran, Vikniswari, Vija. (2015). Comparison of Banking Efficiency in the selected ASEAN Countries during the Global Financial Crisis, dalam Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia ke-10 (PERKEM 10).

Sengaji, M. M. (2016). Analisis Determinan Efisiensi Perbankan Di Indonesia Dengan Menggunakan Data Envelopment Analysis (Studi Kasus pada Bank Pembangunan Daerah di Indonesia Periode 2005-2014). Universitas Brawijaya. Malang

Srinivas Talluri. (2000). *Data Envelopment Analysis: Models and Extensions. Production/ Operations Management.* Pennsylvania State University.

PENGARUH TURUNNYA HARGA LADA TERHADAP PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA BENCAH BANGKA BELITUNG

Aprilia Maharani[1], Sumiyanti[2]
[1,2]Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Bangka Belitung
e-mail : ***aprilia.maharani2015@gmail.com, sumiyanti063@gmail.com***

ABSTRACT

This study is a case study of the influence of the decline in pepper prices on the economy of the people of Bencah Village, Bangka Belitung Islands. The research was conducted aimed at finding out how much the impact of the current decline in pepper prices on the income of the people in the study location. Where this research was carried out in Bencah Village,Air Gegas District,South Bangka Regency,Bangka Belitng Islands. By using primary and secondary data. Primary data is done through questionnaire distribution techniques with the number of respondents as many as 35 people selected from the farmers, entrepreneurs, civil servants and honorariums as well as secondary data through a study of related party reports and documents that have a correlation and relevance to this study.Then analyzed by descriptive and qualitative approaches, namely through the presentation and preparation of data in the form of percentages. The results of the study and discussion found that 94.6% of the village community felt that the decline in pepper prices had an impact on their income. The range of decreases in income perceived by farmer groups is 70% -100%, income entrepreneurs are decreasing in the range of 40% -70%,while for people who work as civil servants and honerers their income declines range from 20% -40% .The solution given by the government regarding the problems in this study is the pepper warehouse receipt prpgram which is currently not realized at the research location.

Keywords*: Income, Pepper Prices,Warehouse Receipt.*

ABSTRAK

Penelitian ini adalah studi kasus pengaruh turunnya harga lada terhadap perekonomian masyarakat Desa Bencah Kepulauan Bangka Belitung. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak penurunan harga lada saat ini terhadap pendapatan masyarakat di lokasi penelitian. Dimana penelitian ini dilakukan di Desa Bencah Kecamatan Air Gegas Kabupaten Bangka Selatan Kepulauan Bangka Belitng. Dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dilakukan melalui teknik penyebaran kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 35 orang yang terpilih dari masyarakat petani, wiraswasta, PNS dan honorer serta data sekunder dilakukan melalui kajian terhadap laporan dan dokumen pihak terkait yang memiliki korelasi dan relevansinya dengan penelitian ini. Selanjutnya dianalisis dengan pendekatan deskriptif dan kualitatif, yaitu melalui penyajian dan penyusunan data kedalam bentuk persentase. Hasil penelitian dan pembahasan diperoleh bahwa 94,6% masyarakat Desa Bencah merasakan penurunan harga lada saat ini berdampak pada pendapatan mereka. Kisaran penurunan pendapatan yang dirasakan oleh kelompok petani sebesar 70%-100% , wiraswasta pendapatannya ikut menurun dalam kisaran 40%-70%, sedangkan bagi masyarakat yang bekerja sebagai PNS dan honerer penurunan pendapatan mereka berkisar antara 20%-40%. Solusi yang diberikan pemerintah terkait permasalahan dalam penelitian ini adalah program resi gudang lada yang saat ini belum terealisasikan di lokasi penelitian.

Kata Kunci : Pendapatan, Harga Lada , Resi Gudang.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan ragam kebudayaan yang beragam serta kepulauan dengan kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah, salah satunya hasil bumi Indonesia yang sangat mendunia adalah rempah-rempah. Indonesia memiliki jenis rempah-rempah yang sangat khas dan diminati oleh seluruh dunia, hampir setiap Negara mengekspor rempah-rempah yang berasal dari Indonesia. Ada banyak sekali jenis rempah-rempah yang terkenal di Indonesia salah satunya adalah lada. Lada merupakan komoditas perkebunaan Indonesia yang sudah dikenal sejak sebelum masa penjajahan.

Dari berbagai wilayah yang ada di Indonesia sekitar 50 persen lada berasal dari Bangka Belitung sebagai pemasok terbesar. Bangka Belitung memang memiliki perkebunan lada yang sangat luas, bahkan sebagian besar masyarakat di Bangka Belitung bermata pencaharian sebagai petani lada. Namun seiring berjalannya waktu kualitas lada dari Bangka Belitung semakin menurun sehingga menyebabkan harga lada pun cenderung rendah dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Kita mengetahui bahwa perkebunan lada merupakan salah satu sektor ekonomi dari masyarakat Bangka Belitung terutama wilayah Desa Bencah Bangka Selatan. Kondisi ini kemudian menyebabkan pendapatan masyarakat juga melemah, sehingga produktivitas petani lada pun ikut menurun karena harga lada saat ini tidak seimbang dengan biaya produksi yang harus dikeluarkan petani. Selain pada petani, penurunan harga lada juga berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat lainnya, misalnya wiraswasta.

Berdasarkan data BPS Bangka Belitung, Ekonomi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2018 tumbuh sebesar 4,45 persen, melambat dibandingkan tahun 2017 yang sebesar 4,47 persen. Padahal pihak pemerintah telah menetapkan program resi gudang sebagai salah satu solusi untuk menghindari penurunan harga lada, tetapi sampai saat ini bagi masyarakat Desa Bencah program ini belum menyelesaikan permasalahan yang ada dan kebanyakan petani pun tidak tahu tetang program Resi Gudang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pendapatan masyarakat Desa Bencah akibat penurunan harga lada yang menurun drastis baik bagi petani maupun masyarakat dengan jenis pekerjaan lainnya.

RUMUSAN MASALAH

Dari uraian diatas maka peneliti menembuat sebuah rumusan maslah yaitu seberapa besar pengaruh turunnya harga lada terhadap perekonomian masyarakat Desa Bencah Kepulauan Bangka Belitung.

METODE PENELITIAN

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian. Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk pengampilan sampel adalah sampel acak (*Random sampling).* Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 35 orang dengan persentase 40% petani, 31,4% wiraswasta, 11,4% Honorer, 11,4% pembeli lada, dan 5.8% PNS.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian analisis kualitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (Kuesioner). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Instrumen yang digunakan peneliti untuk mengukur variable penelitian ini adalah menggunakan persentase hasil jawaban responden berupa pilihan dari dua alternatif yaitu setuju dan tidak setuju.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang berkaitan dengan harga lada, kualitas dan lahan lada, pendapatan masyarakat dan kebijakan pemerintah dalam memberikan solusi tentang permasalahan harga untuk lada. Untuk memperoleh data tersebut peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data tersebut.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui buku, brosur dan artikel yang didapat dari website yang berkaitan dengan penelitian serta dari pihak kedua. Data sekunder yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data dari Kantor Desa Bencah berupa jumlah persentase pekerjaan penduduk desa tersebut. Dari data tersebut didapatkan bahwa persentase tertinggi penghasilan penduduk Desa Bencah mayoritasnya adalah petani lada yaitu sebanyak 1.871 keluarga yang bekerja sebagai petani lada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Bencah merupakan desa yang terletak di Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Salah satu yang menjadi potensi pendapatan terbesar di desa ini adalah dari sektor pertanian lada. Berdasarkan data survei peneliti tercatat sebesar 40% bekerja sebagai petani lada. Kondisi harga lada saat ini dirasakan oleh masyarkat Desa Bencah semakin menurun dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yaitu sebelumnya harga lada pernah mencapai harga sebesar Rp.180.000/Kg pada tahun 2016, Rp. 150.000/Kg tahun 2017 sedangkan tahun 2018-2019 mulai menurun hingga mencapai kisaran harga Rp.50.000/Kg.

Berdasarkan penelitian menunujukan bahwa sebesar 96,4% masyarakat merasakan dampak dari penurunan harga lada saat ini mempengaruhi kondisi pendapatan mereka. Penurunan harga lada ini dampaknya tidak hanya dirasakan oleh petani saja tetapi juga oleh masyarakat yang bekerja dibidang selain petani misalnya wiraswasta. Pedagang ikut merasakan bahwa penuruanan pendapatan masyarakat Desa Bencah akibat harga lada yang murah menyebabkan konsumsi masyarakat pun berkurang. Akibatnya, Pedagang merasakan dampak dari penurunan harga lada sebesar 40%-70% mempengaruhi pendapatan mereka juga ikut menurun, terutama pedagang makanan, toko baju, serta tengkulak lada (pembeli lada).

Banyak tanggapan petani mengeluh dikarenakan harga lada saat ini tidak seimbang dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk produksi tanaman lada bahkan sebagian petani menyatakan bahwa mereka banyak mendapatkan kegagalan panen sehingga mengalami kerugian yang banyak. Sementara itu, petani juga memiliki kendala ketersediaan lahan untuk bertani lada semakin sedkit yaitu sebesar 62,5% responden menyatakan bahwa lahan untuk bertani lada saat ini sudah semakin kritis. Dari sisi petani, mereka merasakan penurunan harga yang dratis saat ini memberikan pengaruh yang buruk terhadap pendapatan mereka. Mereka menyatakan bahwa kisaran antara 70%-100% pendapatan mereka menurun akibat harga lada yang sangat murah saat ini.

Sementara itu dari sisi masyarakat yang bekerja sebagai honorer dan PNS, mereka juga ikut merasakan kondisi ekonomi yang tidak stabil pada saat ini tetapi persentase penurunan pendapatan mereka tidak terlalu besar dibandingkan dengan petani dan pedagang di Desa Bencah. Mereka hanya mersakan penurunan harga lada saat ini berdampak

sebesar kisaran 20%-40% terhadap kondisi pendapatan mereka. Hal ini tentunya disebabkan oleh gaji seorang PNS yang tetap dan dibayar oleh Pemerintah sedangkan bagi honorer kendalanya adalah keterlambatan pencairan gaji mereka akibat kondisi ekonomi yang tidak stabil.

Kondisi penurunan harga lada saat ini yang turun dratis dan dianggap merugikan bagi petani menyebabkan sebagian dari petani untuk berkeinginan beralih ke pekerjaan lainnya. Jika dahulu pendapatannya itu murni dari hasil penjualan lada saja, tetapi sekarang masyarakat sudah banyak yang beralih ke pekerjaan lainnya walupun hanya sebagai pekerjaan sampingan, misalnya menjadi penyadap karet, kuli bangunan dan pekerjaan lainnya.

Faktor-faktor penurunan harga Bangka Belitung disebabkan oleh banyak faktor. Salah satu faktor yang menjadi penyebab harga lada turun adalah kualitas lada itu sendiri. Banyak petani yang tidak tahu bagaimana cara pengolahan budidaya lada yang baik. Berdasarkan data penelitian sebesar 53,1% masyarakat Desa Bencah setuju bahwa penggunaan pestisida yang berlebihan serta penggunaan pupuk kimia menjadi salah satu penyebab penurunan kualitas lada itu sendiri sehingga berdampak pada penurunan harga lada yang dianggap kalah bersaing dengan kualitas lada ekspor dari Negara lainnya seperti Negara Vietnam. Padahal kondisi Kurs Asing pada saat ini mengalami kenaikan, seharusnya sesuai dengan hukum ekonomi harga lada pun harus meningkat atau paling tidak stabil dari harga sebelumnya.

Dari permasalahan penurunan harga lada saat ini, pemerintah Bangka Belitung sudah menyiapkan solusi untuk mengatasi masalah tersebut yaitu dengan menerapakan kebijakan Resi Gudang Lada yang diatur dalam UU NO. 9 tahun 2006 dimana Resi gudang adalah bukti kepemilikan atas barang yang disimpan di gudang yang diterbitkan oleh pengelola gudang. Dengan sistem resi gudang lada, petani dapat pembayaran dari jaminan lada yang dititipkan. Petani mendapat harga lada dengan harga yang telah disepakati saat penitipan awal serta total selisih lada yang ditetapkan saat penitipan awal.

Menurut Gubernur Bangka Belitung, program system resi gudang lada mampu menjaga stabilitas harga lada dan pemasaran lada ke dunia secara global kemudian kualita lada Babel pun diperhatikan dengan pembersihan bakteri lada. Akibatnya, lada Babel akan menjadi lada terbaik dunia ditengah-tengah persaingan ketat dari beberapa Negara penghasil lada lainnya. Program ini diiringi dengan pendampingan petani tentang bagaimana cara berkebun yang baik, pemberian bantuan bibit unggul, mendirikan pusat penelitian dan pengembangan lada nasional di UPT Pembibitan dan Peternakan Palempang yang bekerja sama dengan Universitas Bangka Belitung dan Universitas Gajah Mada. Tujuannya agar kejayaan lada Babel akan bisa diraih lagi, kesejahteraan hidup petani naik, daya beli masyarakat tinggi sehingga roda perekonomian di bangka Belitung semakin baik.

Meskipun pihak pemerintah sudah menjalankan program resi gudang lada di wilayah Bangka, tetapi untuk Masyarakat Desa Bencah program ini masih belum terealisasikan, bahkan banyak masyarakat Desa Bencah yang belum tahu sama sekali tentang program ini terutama bagi masyarakat awam. Sementara itu, berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa sebesar 65,6% masyarakat tertarik dengan program pemerintah berupa Resi Gudang Lada sedangkan sisanya sebesar 34,4% tidak tertarik dengan program ini dikarenakan ketidaktahuan mereka tentang program tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1 Berdasarkan data BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, ekonomi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2018 tumbuh sebesar 4,45% dan menurun sebesar 0,02% jika dibandingkan dengan tahun 2017 yaitu sebesar 4,47%. Hal ini disebabkan oleh penurunan pendapatan masyarakat karena harga lada turun.
2 Penurunan harga lada yang drastis saat ini dirasakan oleh masyarakat Desa Bencah Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Dari data hasil penelitian menunjukan bahwa sebesar 96,4% masyarakat Desa Bencah merasakan dampak dari penurunan harga lada ikut mempengaruhi kondisi pendapatan mereka.
3 Petani Desa Bencah menyatakan bahwa pendapatan mereka menurun dalam kisaran antara 70%-100% akibat dampak dari penurunan harga lada. Sementara bagi masyarakat yang bekerja sebagai wiraswasta pendapatannya ikut menurun dalam kisaran 40%-70%, sedangkan bagi masyarakat yang bekerja sebagai PNS dan honerer penurunan pendapatan mereka berkisar antara 20%-40%.
4 Faktor yang mempengaruhi penurunan harga lada Babel disebabkan banyak hal, salah satunya adalah penurunan kualitas lada Babel akibat penggunaan pestisida yang berlebihan dan penggunaan pupuk kimia. Berdasarkan data penelitian sebesar 53,4% masyarakat Desa Bencah menyatakan setuju jika penggunaan pestida dan pupuk kimia yang berlebihan berdampak pada harga lada di dunia.
5 Program resi gudang lada adalah program yang diterapkan sebagai solusi untuk mengatasi masalah penurunan harga lada. Dengan sistem resi gudang lada, petani mendapat harga lada dengan harga yang telah disepakati saat penitipan awal serta total selisih lada yang ditetapkan saat penitipan awal. program ini sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Bencah untuk memajukan roda perekonomian
6 masyarakat desa itu sendiri maupun bagi pemerintah setempat tetapi program ini masih belum terealisasikan dengan baik di Desa Bencah .

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kepada Masyarakat Desa Bencah dan pemerintah setempat yang telah membantu peneliti untuk mendapatkan informasi terkait dengan dampak penurunan harga lada di Desa Bencah Kabupaten Bangka Selatan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

DAFTAR PUSTAKA

Tim Karya Tani Mandiri, 2017. *Rahasia Sukses Bertanam Lada*. Penerbit Nuansa Aulia.

Sumiyanti, 2019. *Kondisi pertumbuhan ekonomi* Dikutip pada tanggal 2 Maret 2019 dari https://babel.bps.go.id/

ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI LINGKUNGAN TERHADAP PENGELOLAAN LIMBAH (Studi Kasus PT. EASYTOP RAYA HARMONI)

[1)]Yuniarti, [2)]dr. Widyatmini,
Fakultas Ekonomi
Universitas Gunadarma
Email: [1]yuniarti96@yahoo.co.id , [2]widyatmini@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana penerapan akuntansi biaya lingkungan PT. EasyTop Raya Harmoni menurut PSAK dan mengetahui apakah dengan mengimplementasikan akuntansi biaya lingkungan seperti PSAK akan sesuai dengan Perda Kota Tangerang No 2 tahun 2009. Hasil dari penelitian ini menunjukan PT. EasyTop Raya Harmoni sudah menerapkan akuntansi lingkungan sesuai dengan PSAK, akan tetapi masih memiliki kelemahan di tahap identifikasi biaya lingkungan yaitu belum melakukan perincian biaya lingkungan dan tidak melaporkannya secara terpisah. Dengan menggunakan identifikasi biaya menurut International Guidance Document - Environmental Management perusahaan bisa melaporkan akuntansi biaya lingkungan ke Pemda Kota Tangerang untuk membantu pemerintah dalam menjalankan program industri hijau.

Kata kunci : Kata Kunci : *Biaya, Akuntansi Lingkungan, Limbah Produksi*

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the implementation of environmental cost accounting for EasyTop Raya Harmoni Ltd. according to Accounting Standards Financial Statements and knows whether by implementing environmental cost accounting such as Accounting Standards Financial Statements will be in accordance with the Tangerang City Regulation No.2 of 2009. The results of this study indicate that EasyTop Raya Harmoni Ltd. has implemented environmental accounting in accordance with Accounting Standards Financial Statements, but still has weaknesses in the environmental cost identification stage as it has not yet made a breakdown of environmental costs and did not report them separately. By using cost identification according to International Guidance Document – Environmental Management, companies can report environmental cost accounting to Tangerang City Government to assist the government in running the green industry program.

Keywords : Cost, Environmental Accounting, Production Waste

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Didalam melakukan kegiatan usaha, perusahaan menggunakan sumber daya berupa bahan baku dan tenaga kerja untuk menghasilkan produk dan jasa yang akan digunakan oleh masyarakat. Selama ini, keberadaan perusahaan dianggap memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar perusahaan. Selain untuk memanfaatkan produk dan jasa yang diproduksi, perusahaan juga berfungsi sebagai sarana penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat disekitar perusahaan yang membutuhkan. Namun keberadaaan perusahaan juga memberikan dampak negative seperti menimbulkan kerusakan lingkungan. Perusahaan yang berorientasi pada laba akan berusaha menggunakan sumber daya yang dimilikinya semaksimal mungkin untuk memperolah laba demi kelangsungan hidupnya sehingga berakibatkan pada dampak lingkungan baik secara positif maupun negative (Harahap, 2011:303)

Perusahaan harus memperhatikan bagaimana keadaan

lingkungan sekitar perusahaan. Jika hal ini tidak diperhatikan dengan serius maka akan berdampak buruk bagi lingkungan sekitar perusahaan. Lingkungan secara tidak langsung memiliki kontribusi yang cukup besar dalam mendukung aktifitas operasioal perusahaan, jika aktifitas operasional terganggu maka aktifitas bisnis perusahaan pun ikut terganggu.

Pengelolaan limbah yang dilakukan oleh perusahaan tersebut memerlukan pengukuran, penilaian, pengungkapan dan pelaporan biaya pengelolaan limbah dari hasil kegiatan operasional perusahaan. Penerapan akuntansi lingkungan juga memiliki tujuan diantaranya meningkatkan tingkat kepentingan biaya terkait lingkungan, seiring dengan meningkatnya kesadaran lingkungan, peraturan terkait lingkungan menjadi semakin ketat sehingga bisni harsu mengeluarkan investasi yang besar untuk mengakomondasi kepentingan tersebut, lemahnya komunikasi bagian akuntansi dengan bagian lain dalam perusahaan. Walaupun keseluruhan perusahaan mempunyai visi yang sama tentang biaya, namun tiap departemen tidak selalu mampu mengkomunikasikannya dalam bahasa yang dapat diterima oleh semua pihak dan menyembunyikan biaya lingkungan dalam pos biaya umum. (Arfan Ihsan, 2012:114-2015).

Proses identifikasi, pengakuan, pengukuran, penyajian dan pengungkapan akuntansi lingkungan tersebut merupakan masalah akuntansi yang menarik untuk diteliti sebab selama ini perusahaan PT. EasyTop Raya Harmoni belum merumuskan secara pasti bagaimana metode identifikasi, pengakuan, pengukuran, penyajian dan pengungkapan akuntansi lingkungan ini. Pemerintah daerah Tangerang pun memiliki peraturan sendiri mengenai Pengelolaan Lingkungan Hidup Nomor 2 Tahun 2009. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik mengkaji tentang akuntansi lingkungan dengan judul "ANALISIS PENERAPAN AKUNTANSI LINGKUNGAN TERHADAP PENGELOLAAN LIMBAH (Studi Kasus PT. EASYTOP RAYA HARMONI)"

Tujuan Penelitian

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan pasti memiliki tujuan. Demikian pula dengan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu:

4. Mengetahui penerapan akuntansi biaya lingkungan di PT. Easytop Raya Harmoni menurut PSAK Tahun 2009 (Identifikasi, Pengakuan, Pengukuran, penyajian dan pegungkapan)
5. Mengetahui apakah dengan mengimplementasikan akuntansi biaya lingkungan seperti PSAK Tahun 2009 sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

METODOLOGI PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan diteliti adalah PT. EasyTop Raya Harmoni. Perusahaan ini berada di Jl. Marsekal Suryadarma Komplek Pergudangan Bandara Mas, Selapajang Jaya, Tangerang Telp. 0857-1958-888 yang bergerak dibidang manufaktur pembuatan toples.

Sejarah singkat PT. EasyTop Raya Harmoni pertama kali didirikan pada tahun 2009 oleh bapak Nico dan Bapak Naga dengan modal Rp. 800.000.000,- dengan karyawan produksi 5 orang dan 2 mesin. Pada awal berdiri mereka menghasilkan 2 type toples saja yaitu bulat polos 1 KG dan bulat polos 1,5 KG.

Seiring dengan berjalannya waktu perusahaan dapat berkembang dan sekarang memiliki manajemen sebanyak 8 orang dan karyawan operasional sebanyak 40 orang dengan 8 mesin utama. Tipe produk yang dihasilkan pun bertambah seperti hati, segidelapan, oval, persegi panjang, candy tray, kembang partisi, harmoni, dan tabung dengan berbagai ukuran. Perusahaan tidak hanya mengirimkan barang ke dalam kota saja, namum sampai ke luar kota seperti Surabaya, Malang dan Jogjakarta.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang diambil di penulisan ini yaitu data sekunder, data sekunder yang didapat seperti profil perusahaan jumlah produksi, , cara produksi, jenis limbah, biaya pengelolaan limbah, laporan keuangan tahunan perusahaan dan data yang sudah tersedia sehingga penulis dapat mencari dan mengumpulkan seperti buku-buku dan media online yang dapat mendukung penulisan.

Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penulisan ilmiah ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

5. Wawancara langsung
   Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab atau wawancara langsung dengan pemilik PT. EasyTop Raya Harmoni untuk memperoleh keterangan-keterangan dan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Dokumentasi
   Penulis melakukan dokumentasi mengenai proses produksi sampai pengolaan limbah yang menghasilkan beberapa foto yang dapat mendukung keabsahan penulisan ini
7. Studi pustaka
   Penulis mengumpulkan data diambil dari referensi-referensi buku, jurnal, penelitian terdahulu, catatan, literatur, serta situs internet yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi ini sebagai latar belakang pengetahuan.

Teknik Analisis

Dalam penulisan ini penulis akan menganalisis dari proses pengidentifikasian, pengakuan, pengukuran dan penyajian akuntansi biaya lingkungan untuk mengelolan limbah produksi toples menurut perusahaan dan mengevaluasi menurut PSAK tahun 2009.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Dampak dan Pengolaan Limbah Perusahaan.

Industri Manufaktur pembuatan toples ini perpotensi besar menghasilkan dampak negatif terhadap lingkungan karena limbah yang dihasilkan dari proses produksinya. Dalam pembuatan toples akan menghasilkan tiga jenis limbah yaitu limbah padat, cair dan gas.

Dalam proses produksinya, perusahaan melibatkan masyarakat sekitar perusahaan sehingga dampak negatif dan positif bisa langsung dirasakan oleh masyarakat. Oleh karena itu para pengusaha yang memilik usaha manufaktur yang berpotensi menghasilakn limbah berbahaya harus bisa bertanggung jawab terhadap limbah yang dihasilkan dari proses produksinya, didapat hasil penanganan limbah pada PT EasyTop Raya Harmoni sebagai berikut:

a. Limbah padat.
   Limbah padat yang dihasilkan oleh PT. EasyTop Raya Harmoni adalah sisaan plastic yang berasal dari hasil produksi toples tersebut. Sisaan plastic tersebut di daur ulang
   sehingga bisa menjadi bahan baku kembali dan mengurangi dampak lingkungan yang
   ditimbulkan oleh perusahaan.
b. Limbah gas/ udara.
   Limbah gas yang dihasilkan PT. EasyTop Raya Harmoni berupa udara/ uap panas yang keluar dari mesin cetakan toples perusahaan, dan untuk mengurangi dampak negative dari udara panas perusahaan memasang alat penyaring udara (Exhaust Fan) di ruang produksi.
c. Limbah cair.
   Limbah cair perusahaan PT. EasyTop Raya Harmoni oleh perusahaan akan ditampung terlebih dahulu di bak besar menunggu limbah cair ini mengeras kembali dan oleh perusahaan akan dijual kembali kepihak ketiga. Uang dari hasil penjualan sisaan plastic toples masuk ke perusahaan untuk bonus karyawan.

Analisis Terhadap Penerapan Akuntansi Lingkungan Perusahaan

Pada tahun 2012 perusahaan melakukan riset mengenai pengelolaan limbah padat untuk menjadi bahan baku kembali *(recycle)*, hasil tersebut masih dipakai sampai sekarang, sebelum tahun 2012 perusahaan menjual limbah padat

kepada pihak ketiga untuk diolah kembali menjadi bahan baku pembuatan toples warna.

Dalam mengelola biaya lingkungan, terdapat biaya-biaya yang dikeluarkan oleh PT. EasyTop Raya Harmoni. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, biaya-biaya lingkungan yang dikeluarkan oleh perusahaan dimasukan ke dalam sub sub biaya sejenis dalam laporan keuangan perusahaan. Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak Leo selaku kepala keuangan PT. EasyTop Raya Harmoni yang mengatakan

"Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengurani limbah biasanya dicatat ke laporan keuangan perusahaan dan dimasukan ke dalam biaya gaji, biaya listrik, biaya bahan penolong dan biaya pemeliharaan."

Alokasi biaya lingkungan

Identifikasi

PT. EasyTop Raya Harmoni menyadari akan adanya limbah hasil dari produksi toples yang perusahaan lakukan. Limbah yang dihasilkan diantarnaya limbah padat, gas dan cair. Pengidentifikasian biaya lingkungann tidak disajikan di PSAK sehingga dalam penulisan ini menggunakan rujukan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang disusun oleh IFAC karena sudah di akui di internasional sebagai acuan akuntansi lingkungan dan sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak yang menjabat sebagai staf humas wakil dari pemda Tangerang bagian lingkungan ibu Desi Tunangga, menegaskan juga menurut beliau *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang disusun oleh IFAC lebih disarankan untuk industry manufaktur menengah ke atas karena menurut beliau penggolongan biaya yang lebih terperinci.

Dari hasil identifikasi biaya lingkungan perusahaan maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Biaya

No	PT. EasyTop Raya Harmoni	*International Guidance Document - Environmental Management Accounting*
1	Biaya listrik	Biaya Material dari Output Produk
2	Biaya pemeliharaan pabrik	Biaya Material dari Output Non-Produk
3	Biaya pemeliharaan mesin pabrik	Biaya Kontrol Limbah dan Emisi
4	Biaya asuransi karyawan Biaya pelatihan karyawan	Biaya Pencegahan dan Pengelolaan Lingkungan
5	Gaji karyawan	Biaya Penelitian dan Pengembangan
6	Upah karyawan langsung	Biaya Tak Berwujud
7	Biaya depresiasi mesin	
8	*recycle*	

Sumber: Diolah Peneliti

Oleh karena itu perusahaan belum mengimplemenasikan identifikasi biaya lingkungan sesuai dengan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang disusun oleh IFAC, karena perusahaan tidak melaporkan biaya lingkungan secara spesifik dan tersendiri, perusahaan memasukan biaya lingkungan kedalam kelompok biaya gaji, biaya listrik, biaya bahan penolong, biaya bahan baku dan biaya pemeliharaan

Pengakuan

Menurut PSAK No. 57 Tahun 2014 mengatakan memungkinkan pengakuan beban sebelum dikeluarkannya biaya tanpa memperhatikan ada atau tidaknya transaksi tersebut dan ini sesuai dengan prinsip perusahaan yang mengunakan metode *Accrual Basis/Accrual Method* yaitu biaya diakui jika suatu kegiatan atau transaksi terjadi dalam kegiatan operasional tanpa memperhatikan kas diterima atau dikeluarkan. Seperti contohnya biaya gaji karyawan yang sudah ditentukan sebelum karyawan tersebut bekerja, biaya listrik yang sudah memiliki perkiraan dari bulan sebelumnya dan biaya pemeliharaan yang sudah memiliki perkiraan dari kegiatan pemeliharaan sebelumnya akan di anggarkan sesuai dengan anggaran bulan sebelumnya walaupun kas belum dikeluarkan untuk bulan ini oleh PT. EasyTop Raya Harmoni. Karena itu perusahaan telah melakukan pengakuan biaya sesuai dengan PSAK No. 57 Tahun 2014.

Pengukuran

Menurut PSAK No. 55 Tahun 2014 pengukuran biaya produksi yang berkaitan dengan lingkungan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan operasioanl perusahaan tergantung dengan kondisi perusahaan yang bersangkutan, artinya pengukuran bisa menggunakan *Current Cost* atau *Historical Cost.* PT. EasyTop Raya Harmoni dalam mengukur biaya lingkungan dalam hal biaya pengolahan limbah menggunakan satuan moneter berdasarkan pos yang dikeluarkan dan diambil dari realisasi anggaran periode sebelumnya. Pengeluaran yang timbul atas aktifitas lingkungan di PT. EasyTop Raya Harmoni diakui sebagai biaya dan dialokasikan secara periodik satu bulan dalam bentuk laporan keuangan dalam neraca percobaan. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh bapak Nico sebagai komisaris PT. EasyTop Raya Harmoni dalam wawancara dengan penulis mengungkapkan bahwa:

"Biaya yang berhubungan dengan limbah perusahaan dimasukan ke laporan keuangan secara satu bulanan di neraca masuknya."

Menurut PSAK No.55 pengukuran biaya yang dilakukan oleh perusahaan tergantung dengan kondisi yang bersangkutan, dalam hal ini perusahaan diperbolehkan menggunakan *current cost* dan *historical cost.* Oleh karena itu perusahaan telah menjalankan pengukuran biaya lingkungan sesuai dengan PSAK No. 55 Tahun 2014 denggan menggunakan *historical cost*.

Perusahaan memiliki 8 buah penyaring udara (Exhaust Fan), tetapi pada laporan keuangan tidak diperhitungkan biaya depresiasi Exhaust Fan tersebut. Padalah Exhaust Fan adalah salah satu peralatan untuk mengelola limbah udara yang biaya depresiasinya masuk ke dalam biaya pencegahan dan pengelolaan limbah menurut *International Guidance Document - Environmental Management Accounting*. Perusahaan menggunakan metode garis lurus untuk setiap asset yang dimiliki. Harga perolehan Exhaust Fan tersebut tahun 2014 adalah Rp 6.800.000, dengan masa manfaat 8 tahun dengan nilai sisa Rp 2.000.000 maka perhitungan untuk menyusutan Exhaust Fan sebagai berikut:

Memperhitungkan biaya

$$\frac{\text{Harga perolehan - Nilai sisa}}{\text{Masa Manfaat}} = \text{Beban penyusutan}$$

Rp

$$\frac{\text{Rp. 6.8000.000 - 2.000.000}}{8} = \text{Rp 600.000/tahun}$$

Maka pencatatan yang seharusnya dilakukan tahunnya sebagai berikut:

Beban penyusutan asset Exhaust Fan	*Rp 600.000*
Akumulasi penyusutan asset Exhaust Fan	*Rp 600.000*

penyusutan sangat penting bagi perusahaan, karena biaya penyusutan merupakan alokasi biaya yang mempengaruhi besarnya tingkap laba perusahaan dalam laporan keuangan. Menghitung depresiasi juga bermanfaat untuk mengetahui nilai fisik dan manfaat dari asset tersebut.

Penyajian

Menurut PSAK No 1 Tahun 2009 menyatakan bahwa laporan keuangan harus menyajikan secara wajar posisi keuangan. Penyajianpun berkaitan dengan masalah bagaimana suatu informasi keuangan akan disajikan dalam laporan keuangan. PT. EasyTop Raya Harmoni dalam menyajikan biaya lingkungan menganut Model Normatif, yaitu mengakui dan mencatat biaya lingkungan secara keseluruhan yakni dalam lingkup satu ruang rekening umum bersamaan dengan rekening yang serumpun. Dalam pencatatannya perusahaan menggolongkan biaya lingkungan dalam biaya langsung laporan keuangan berbentuk necara percobaan setiap bulannya. Perusahaan memasukan biaya lingkungan ke dalam biaya gaji, listrik, biaya bahan pembantu dan biaya pemeliharaan. Karena itu perusahaan telah menyajikan laporan keuangan secara wajar sesuai PSAK No. 1 Tahun 2015 menggunakan Model Normatif.

Pengungkapan

Menurut PSAK 60 Tahun 2014, entitas mengungkapkan informasi agar memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi signifikasi instrument keuangan terhadapt posisi dan kinerja keuangan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama penelitian berlangsung, laporan keuangan perusahaan menggunakan konsep nilai historis untuk pengukuran biaya lingkungan perusahaan dan selama ini biaya lingkungan khususnya biaya yang dikeluarkan yang berkaitan dengan pengolahan limbah diperlakukan sebagai biaya bahan baku, biaya listrik, bahan penolong dan upah langsung dan dialokasikan ke produk, karena menurut perusahaan pengelolaan limbah yang terjadi berkaitan langsung dengan proses produksi dan memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi harga pokok penjualan. Sehingga perusahaan sudah mengungkapkan biaya lingkungan pengelolaan limbah
dalam laporan keuangan perusahaan yang dimasukan ke sub-sub serumpun. Oleh karena itu perusahaan sudah mengungkapkan laporan keuangan sehingga bisa di evaluasi oleh pihak yang terkait sesuai dengan PSAK No. 60 Tahun 2014.

Analisis Biaya Lingkungan Menurut Lingkungan Pemerintahan

Pelaporan biaya lingkungan secara terpisah berguna bagi PT. EasyTop Raya Harmoni untuk melaporkan keikutsertaan perusahaan dalam pelestarian lingkungan sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, sesuai dengan pasal 35 dan 23 Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2009 tersebut setidaknya 3 sampai 6 bulan sekali perusahaan meneliti dan melaporkan mengenai lingkungan yang terdapat limbah, pengelolaan dan biaya pengelolaan limbah kepada instansi lingkungan hidup kota Tangerang yang akan di periksa oleh pihak terkait mengenai kebenarannya sesuai dengan pasal 105 ayat 2 Peraturan pemerintah kota Tangerang tersebut. Sehingga pemerintah bisa mengapresiasi perusahaan yang telah ikut serta dalam melestarikan lingkungan sekitar dan perusahaan bisa menghindari hukuman yang berlaku seperti saksi administrative, uang paksa hingga pencabutan ijin perusahaan sesuai dengan peraturan tersebut.

Hal ini juga di ungkapkan oleh staf humas kelurahan selapajang jaya ibu Desi Tunangga yang telah penulis wawancara pada tanggal 5 maret 2018 di ruang staf humas kelurangan selapajang jaya yang mengatakan:

“Sejak awal tahun kita sedang mensosialisasikan industri hijau. Dimana dalam proses produksinya menerapkan upaya efisiensi dan efektifitas dalam penggunaan sumber daya secara berkelanjutan, pemerintah mengharapkan kegiatan industri tidak hanya berorientasi kepada profit perusahaan, namun juga memperhatikan kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar, oleh karena itu kami akan mengapresiasi perusahaan yang taat dan melaporkan akuntansi lingkungan perusahaannya ke kami”

Ibu Desi Tunangga pun menambahkan mengenai rujukan laporan akuntansi lingkungan yang bisa di laporkan ke pemerintah:

“Ada beberapa jenis laporan akuntansi lingkungan yang sudah diajukan perusahaan ke kami, sebagian besar menggunakan *International Guidance Document* tapi biasanya ini perusahaan yang lumayan besar, ada juga yang memakai laporan Hansen dan Mowen ada Susenohaji juga, yang lebih spesifik lebih baik, untuk *International Guidance Document* lebih spesifik untuk biaya lingkungannya”

Usulan kerangka akuntansi Lingkungan PT. Easytop Raya Harmoni

Penulis memberikan usulan mengenai laporan biaya lingkungan yang bisa diterapkan oleh PT. Easytop Raya Harmoni sesuai dengan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang di susun oleh IFAC karena sesuai dengan hasil wawancara dengan ibu Desi Tunangga

selaku pejabat yang berwenang mengenai laporan akuntansi lingkungan pemerintah daerah setempat. Dari hasil wawancara dengan Bapak Leo selaku kepala keuangan PT. Easytop, biaya bahan baku yang dicatat di laporan keuangan sebesar 20% dari keseluruhan biaya bahan baku, karena hanya 20% bahan baku yang bisa menjadi limbah perusahaan, dan 80% biaya bahan baku menjadi produk toples yang biayanya masuk ke dalam biaya bahan baku yang menjadi perhitungan harga pokok produksi.

Usulan laporan biaya lingkungan perusahaan berdasarkan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting*

1. Biaya Material dari output produk : Pembelian bahan baku (20% dari bahan baku) Pembelian kardus
2. Biaya material dari output non-produk : Biaya Air,Biaya listrik
3. Biaya control limbah dan emisi : Biaya gaji karyawan recycle Biaya upah langsung karyawan Biaya depresiasi Bak Besar Biaya mesin recycle
4. Biaya pencegahan dan pengelolaan lingkungan: Depresiasi Exhaust Fan, Biaya pemeliharaan mesin pabrik Biaya pemeliharaan pabrik
5. Biaya penelitian dan pengembangan : Biaya pelatihan karyawan
6. Biaya tak berwujud : Biaya asuransi karyawan Biaya sertifikat lingkungan

Sesuai dengan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang disusun oleh IFAC perusahaan harus memasukan beberapa biaya tambahan diantaranya

- Biaya Material dari output produk :

Biaya pembelian bahan baku (20% dari bahan baku) Biaya pembelian kardus

- Biaya material dari output non-produk : Biaya air
- Biaya control limbah dan emisi :

Biaya depresiasi bak besar penampung limbah cair

- Biaya pencegahan dan pengelolaan lingkungan: Biaya depresiasi Exhaust Fan
- Biaya tak berwujud :

Biaya sertifikasi lingkungan

Sehingga bisa melaporkan biaya lingkungan secara terpisah kepada pemerintah daerah Tangerang sesuai dengan referensi laporan pengelolaan limbah yang diberikan oleh ibu Desi Tunangga selaku pejabat daerah setempat.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari pembahasan yang diuraikan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :.

1. Penerapan akuntansi lingkungan PT. EasyTop Raya Harmoni sebagai berikut :

   a. Identifikasi yang penulis lakukan perusahaan belum secara spesifik mencatat dan menghitung biaya lingkungan sesuai dengan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang disusun oleh IFAC.

   b. Pengakuan biaya lingkungan perusahaan menggunakan *Acccrual method* sesuai dengan PSAK No. 57

   c. Pengukuran biaya yang dilakukan oleh PT. EasyTop Raya Harmoni menggunakan pengukuran *Histrorical Cost* sesuai dengan PSAK No. 55 Tahun 2014

   d. Penyajian biaya yang dilakukan oleh PT. EasyTop Raya Harmoni menganut Model Normatif, yaitu mengakui dan mencatat biaya lingkungan secara keseluruhan yang dimasukan ke dalam satu rekening yang serumpun ataupun yang sama.

   e. Perusahaan belum mengungkapkan laporan akuntansi lingkungan secara terpisah, karena penyajian yang dilakukan PT. EasyTop Raya Harmoni menganut model Normatif. Sehingga perusahaan belum berpatisipasi untuk membantu pemerintah daerah Tangerang dalam melaksanakan perda No. 2 Tahun 2009 mengenai pengelolaan lingkungan hidup.

2. Dengan mengimplementasikan biaya lingkungan sesuai PSAK dan identifikasi dengan rujukan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang di susun oleh IFAC 2010 perusahaan bisa melaporkan biaya lingkungan ke pemerintah daerah Tangerang sesuai dengan perda No. 2 tahun 2009 mengenai pengelolaan lingkungan hidup untuk mendapatkan apresiasi pemerintah mengenai industri hijau yang sedang disosialisasikan oleh pemerintah, karena PSAK adalah pernyataan standar akuntansi keuangan yang berlaku di Indonesia dan I*nternational Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang di susun oleh IFAC 2010 adalah rujukan yang diberikan untuk perusahaan menengah ke atas untuk penggolongan biaya lingkungan untuk pelaporan akuntansi lingkungan perusahaan.

Saran

Berdasarkan uraian tersebut penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

a) Diharapkan PT. EasyTop Raya Harmoni dapat melakukan pemisahan biaya lingkungan berdasarkan *International Guidance Document - Environmental Management Accounting* yang di susun oleh IFAC (2010) sehingga perusahaan bisa ikut serta dalam melaksanakan perda No. 2 Tahun 2009 sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan di masyarakat sekitar, pemerintah dan pihak yang membutuhkan dan dapat menghasilkan laporan keuangan yang lebih spesifik dan *reliable.*

b) Diharapkan perusahaan memasukan depresiasi mesin penyaring udara (Exhaust Fan) kedalam biaya lingkungan sehingga dapat mengetahui nilai fisik dan manfaat dari penyaring udara

c) Diharapkan PT. EasyTop Raya Harmoni untuk menambah aktifitas evaluasi dalam pengelolaan lingkungan terutama pengelolaan limbah pabrik perusah

DAFTAR PUSTAKA

Fitri Nilasari. 2014. *Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Pengelolaan Limbah Pada Pg Djatiroto*. Jurnal. Universitas Jember

Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen. 2010. *Akuntansi Manajerial Buku 2*. Edisi 8. Terjemahan oleh Denny Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.

Harahap, Sofyan Syafri. 2011. Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Haryono, Jusup. Al. 2013. *Dasar-dasar Akuntansi.* Yokyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN

Ikhsan, Arfan. 2011. *Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya*. Yogyakarta: Graha ilmu

_____. 2010. *Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kartikasari, Lisa. 2012. *Niat Akuntan dan Akuntansi Lingkungan*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Mulyani, Nita Sari. 2013. *Analisis Penerapan Akuntansi Biaya Lingkungan Pada Pabrik Gondorukem dan Terpetin (PGT) Grahan Jembe*r. Skripsi. Universitas Jember

Nurul hidayati. 2016. *Analisis Penerapan Akuntansi Biaya Lingkungan Pada Pt. Perkebunan Nusantara V Sei Rokan*. Artikel Ilmiah. Universitas Pasir Pengarain

Putu Anik Yuliantini. 2017. *Analisis Penerapan Akuntansi Lingkungan Pada Unit*

Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu Di Badan Usaha Milik Desa. Jurnal. Universitas Pendidikan Ganesha

Republik Indonesia. 2010.Peraturan Daerah Kota Tangerang Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup

Santoso, Hendra. 2012. *Akuntansi Lingkungan Tinjauan Terhadap Sistem*

Informasi Akuntansi Manajemen Atas Biaya Lingkungan. Jurnal Akuntansi. Universitas Kristen Krida Wacana

Soemarso, S.R. 2013. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.

Suartana, I Wayan. 2010. *Akuntansi Lingkungan dan Tripple Bottom Line*

Accounting: Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah. Jurnal Bumi Lestari, Vol.10,
No.1, hlm: 105 - 112.

Suharto.Ign. 2011. *Limbah Kimia dalam Pencemaran Air dan Udara.*
Yogyakarta:CV. Andi Offset

Wahyu, Mega Pratiwi. 2014. *Akuntansi Lingkungan Sebagai Strategi Pengelolaan*
dan Pengungkapan Tanggungjawab Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur. Jurnal. Universitas Negeri Surabaya

Wirakusumah, Sambas. 2016. *Dasar-dasar ekologi*. Jakarta: 2016. UI Press Wahyudi. 2014. *Analisis Pengalokasian dan Penyajian Biaya Lingkungan*. Skripsi.Universitas Kristen Satya Wacana Medan

PENGARUH FUNDAMENTAL TERHADAP HARGA SAHAM PERTAMBANGAN BATU-BATUAN TAHUN 2015-2018

Dhelianny Agatha[1], Denny Oktavina Radianto[2]
Manajemen Bisnis .
politeknik Perkapalan Negeri Surabaya
[1,2] *e-mail: dheliannyagatha@student.ppns.ac.id , dennyokta@ppns.ac.id*

Abstrak

Analisis fundamental adalah analisis yang dipergunakan dalam memprediksi harga saham yang akan datang dengan mengestimasi faktor-faktor fundamental dalam mempengaruhi harga saham dan menerapkan hubungan variabel sehingga dapat diperoleh taksiran harga saham. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh fundamental terhadap harga saham Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 2 perusahaan dengan menggunakan purposive sampling. Data penelitian ini diperoleh dari web Indonesia Stock Exchange (www.idx.co.id) dan web Saham Ok (www.sahamok.com). Data-data tersebut dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2015-2018. Metode analisis yang digunakan meliputi Uji Asumsi Klasik , regresi linier berganda , dan koefesien determinasi (r2). Hasil dalam penelitian menujukan Earning Per Share (EPS) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham , Debt to Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham. Current Ratio (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham pada perusahaan Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018.

Kata kunci*: Pertambangan, EPS, DER, CR, harga saham*

Abstract

Fundamental analysis is an analysis used in predicting future stock prices by estimating fundamental factors in influencing stock prices and applying variable relations so that stock price estimates can be obtained. This study aims to examine the fundamental effect of the stock price of Batu Batu Mining in 2015-2018. The number of samples in this study were 2 companies using purposive sampling. The research data is obtained from the Indonesia Stock Exchange web (www.idx.co.id) and the Ok Stock web (www.sahamok.com). These data are collected by the documentation method. The population of this research is the Batu Batu Mining Company in 2015-2018 which is listed on the Indonesia Stock Exchange during the research period of 2015-2018. The analytical method used includes the Classical Assumption Test, multiple linear regression, and determination coefficient (r2). The results in the research addressing Earning Per Share (EPS) do not have a significant effect on Stock Prices, Debt to Equity Ratio (DER) does not have a significant effect on Stock Prices. Current Ratio (CR) does not have a significant effect on Stock Prices in the 2015-2018 Rock Mining Company.

Key words: *mining, EPS, DER, CR, stock prices*.

PENDAHULUAN

Dilihat dari geografis Negara Indonesia merupakan negara dengan kepulauan yang cukup banyak mengandung kekayaan alam berupa hasil tambang. Sektor pertambangan di Indonesia merupakan salah satu sektor yang berpengaruh terhadap perekonomian indonesia jika dibandingkan dengan sektor ekonomi yang lainnya. Sehingga para investor baik investor lokal maupun investor asing sangat meminati saham perusahaan pertambangan untuk investasi jangka panjang .

Sumanto (2006), mengatakan investasi adalah komitmen sejumlah dana dalam suatu periode untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan di masa yang akan datang. Salah satu investasi yang disenangi oleh para investor adalah investasi saham yang dilakukan di pasar modal.

Fahmi (2015:80) mengatakan saham merupakan salah satu tanda bukti penyertaan kepemilikan modal pada suatu perusahaan. para investor yang ingin berinvestasi dalam bentuk saham harus memerlukan informasi akurat atau bahan pertimbangan untuk menentukan pilihan saham yang akan di beli maupun di jual. Investor dapat menentukan pilihannya menggunakan 2 analisis untuk menganalisis harga saham sebagai berikut : pendekatan teknikal dan pendekatan fundamental.

Analisis fundamental adalah analisis yang dipergunakan dalam memprediksi harga saham yang akan datang dengan mengestimasi faktor-faktor fundamental dalam mempengaruhi harga saham dan menerapkan hubungan variabel sehingga dapat diperoleh taksiran harga saham. Dalam analisis ini biasanya para investor menggunakan rasio keuangan untuk memprediksi harga saham.

Analisis ini didasarkan pada laporan keuangan perusahaan yang akan mencerminkan keadaan keuangan dan hasil dari operasional perusahaan (Anoraga dan Pakarti, 2008:111). satu rasio tersebut yaitu *Current Ratio* (CR) dan EPS, dan DER Ketiga rasio diatas seringkali dijadikan tolak ukur para investor untuk menentukan investasi saham.

CR merupakan ratio keuangan untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar utang lancar dengan aktiva lancar yang tersedia. Penelitian ini dilakukan Purpasari (2005) menunjukkan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham.

DER adalah perbandingan antara hutang yang dimiliki perusahaan dan total ekuitasnya. Penelitian ini dilakukan oleh Natarsyah S (2002), menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Sedangkan Hijriah (2007), menyatakan bahwa faktor fundamental *debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Earning per Share (EPS) merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak dengan jumlah lembar saham (Darmadji dan Fakhuddin, 2006). penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari (Amanda, 2013) dan (Sanjaya, 2017) yang menyatakan bahwa *Earning Per Share* berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih teknik analisis fundamental sebagai teknik untuk menganalisis harga saham Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018 dengan memilih 3 variabel dalam penelitian yaitu Earning Per Share (EPS), *Debt Equity Ratio* (DER) dan CR terhadap harga saham. Yang bertujuan untuk menguji pengaruh fundamental terhadap harga saham Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah EPS berpengaruh signifikan terhadap harga saham
2. Apakah *Debt Equity Ratio* berpengaruh signifikan terhadap harga saham
3. Apakah CR berpengaruh signifikan terhadap harga saham

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Saham

Menurut Irham Fahmi (2015:80), saham adalah: Tanda bukti penyertaan kepemilikan modal atau dana pada suatu perusahaan**.**

Pengertian Analisis Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2014:104), menjelaskan rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka yang lainnya.

Manfaat Analisis Rasio Keuangan

Adapun manfaat dengan digunakannya analisis rasio keuangan menurut Fahmi (2011:109), yaitu:

1. Bermanfaat untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan.
2. Bermanfaat bagi pihak manajemen sebagai rujukan untuk membuat perencanaan.
3. Dapat dijadikan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi suatu perusahaan dari perspektif keuangan.
4. Bermanfaat bagi para kreditur digunakan untuk memperkirakan potensi risiko yang akan dihadapi
5. Dapat dijadikan sebagai penilaian bagi pihak stakeholder organisasi.

Resiko Investasi Saham

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2012:10), ada beberapa resiko yang dapat terjadi dalam investasi saham, antara lain:

1. *Capital Loss*, yaitu kerugian dari hasil jual beli saham, berupa selisih antara harga jual yang lebih rendah dari harga beli.
2. Tidak mendapat deviden, berarti perusahaan akan membagikan deviden jika operasi perusahaan menghasilkan keuntungan.

Pengaruh Earning Per Share (EPS)

Terhadap Harga Saham Menurut Kasmir (2013:206), EPS menggambarkan profitabilitas perusahaan yang tergambar pada setiap lembar saham. Semakin tinggi EPS, berarti *performance* perusahaan semakin baik dalam menghasilkan keuntungan bersih setiap lembar sahamnya, sehingga saham akan diamati oleh para investor dan harga jualnya akan naik.

Rumusnya adalah :

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Pengaruh Debt to Equity Ratio (DER)

Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2011 : 158) *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana besar utang dapat ditutupi oleh modal sendiri.

.Rumus yang digunakan untuk menghitung *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Ekuitas Sendiri}}$$

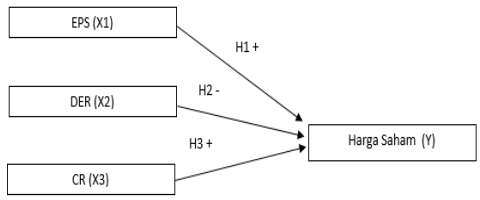
Pengaruh Current Ratio (CR) Terhadap Harga Saham

Current Ratio (CR) merupakan rasio likuiditas yang dipergunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan menggunakan asset lancar untuk memenuhi kewajiban lancarnya. (Harahap, 2010:301). Semakin Current Ratio (CR) tinggi akan menimbulkan kepercayaan investor untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan. Karena perusahaan dinilai memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, sehingga dapat meningkatkan permintaan saham perusahaan tersebut.

Rumusnya adalah

$$Current\ Ratio\ (CR) = \frac{\mathbf{AssetLancar}}{\mathbf{KewajibanLancar}}$$

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

HIPOTESIS

H1 : *Earning Per Share* (EPS) berpengaruh positif terhadap harga saham.
H2 : *Debt To Equity Ratio* (DER) berpengaruh negatif terhadap harga saham.
H3 :*Current Ratio* (CR) berpengaruh positif terhadap harga saham.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel perusahaan Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018 yang terdaftar di BEI. Data yag digunakan adalah data sekunder berupa harga saham, EPS, DER, dan CR periode 2015–2018. Data tersebut diperoleh dari web *Indonesia Stock Exchange* (www.idx.co.id) dan web Saham Ok (www.sahamok.com). Data-data tersebut dikumpulkan dengan metode dokumentasi.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan Batu-Batuan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2015-2018. Sampel yang digunakan berdasarkan kriteria tertentu (purposive sampling). Kriteria tersbut yaitu :

1. perusahaan Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018 yang sahamnya masih aktif diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia
2. memiliki data variabel independen untuk penelitian ini yaitu EPS, DER,dan CR ,Harga Saham dan memiliki laporan tahunan yang lengkap dan berturut - turut selama tahun 2015-2018**.**

Berdasarkan kriteria maka diperoleh 2 perusahaan sebagai sampel penelitian yaitu **:**

Tabel 1
Hasil sampel yang telah diolah

No	Nama Perusahaan
1	Citatah Tbk.
2	Mitra Investindo Tbk

Sumber: Hasil Data yang sudah diolah, 2018

Sehingga sampel yang diperoleh sebagai berikut: 2 (perusahaan) x 4(jumlah tahun pengamatan 2015-2018) = 8 sampel data.

Data dan Variabel

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan (annual report), dan Variabel yang digunakan adalah sebagai berikut: Variabel Independen: EPS (X1), DER (X2) , CR (X4).
Variabel Dependen : harga saham (y)

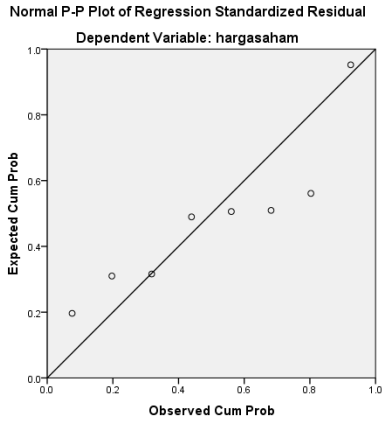
Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda, Uji Asumsi Klasik, Koefisien Determinasi (R^2). Pengolahan data dalam analisis dengan menggunakan SPSS (Statistica Program and Service Solution) 23.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Data Yang Diolah , 2018

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

- Uji Multikolinieritas

Uji multikolonearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak penyimpangan asumsi klasik mulitikolonieritas, yaitu adanya hubungan linear atau variabel independen dalam model regresi. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan dua cara yakni :

1. Melihat nilai tolerance Jika nilai tolerance ≥ 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas. jika nilai tolerance≤ 0,10 maka artinya terjadi multikolonieritas.
2. Melihat nilai VIF Jika nilai VIF ≤ 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas. Jika nilai VIF ≥ 10,00 maka artinya terjadi multikolonieritias. Hasil uji multikoloneritas untuk penelitian ini dapat dilihat seperti yang ditampilkan sebagai berikut

Tabel 2
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-148.474	612.921		-.242	.821		
	EPS	-.245	.490	-.240	-.501	.643	.918	1.090
	DER	36.695	183.472	.228	.200	.851	.162	6.184
	CR	1.035	2.186	.530	.473	.661	.168	5.968

a. Dependent Variable: Hargasaham

Sumber : Hasil Data Yang Diolah , 2018

Berdasarkan nilai tolerance variabel EPS sebesar 0,918 lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. sedangkan nilai VIF untuk variabel EPS sebesar 1.090 lebih kecil dari nilai VIF 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.

Berdasarkan nilai tolerance variabel DER sebesar 0,162 lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. sedangkan nilai VIF untuk variabel DER sebesar 6,184 lebih kecil dari nilai VIF 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.

Berdasarkan nilai tolerance variabel CR sebesar 0,168 lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolonieritas. sedangkan nilai VIF untuk variabel CR sebesar 5,968 lebih kecil dari nilai VIF 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.

Dapat disimpulkan masing-masing nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10, hal ini berarti bahwa tidak terdapat gejala multikolinear dari model regresi yang dibuat.

Tabel 3
Uji autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.398[a]	.159	-.472	62.23304	1.610

a. Predictors: (Constant), CR, EPS, DER

b. Dependent Variable: hargasaham

Hasil output SPSS didapatkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,6010. Nilai ini berada di antara nilai dL dan dU (dL<dW<4-dU atau yang artinya berada pada daerah tidak ada autokorelasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi linier tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.
Hasil Analisis *Regresi Linier* Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-148.474	612.921		-.242	.821
	EPS	-.245	.490	-.240	-.501	.643
	DER	36.695	183.472	.228	.200	.851
	CR	1.035	2.186	.530	.473	.661

a. Dependent Variable: Hargasaham

Sumber : hasil data sudah diolah , 2018

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 19.0 di atas maka didapat persamaan regresi linier berganda model regresi sebagai berikut:

Y = (148.474) – 0.245 EPS+36.695 DER + 1.035 CR + e

Nilai *koefisien regresi* menunjukkan bahwa EPS mempengaruhi Harga Saham sebesar 0.240 dengan arah Negatif sebesar -0.245 tingkat signifikansi menunjukan angka 0.643 dimana lebih besar dari nilai α 0.05. Berdasarkan hasil uji tersebut maka EPS tidak berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap Harga pertambangan batu-batuan tahun 2015-2018, hal tersebut menunjukan bahwa penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Darnita, (2014) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel EPS tidak berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham .Sedangkan Hasil penelitian ini tidak didukung oleh hasil penelitian (Amanda, 2013) dan (Sanjaya, 2017) . Jika EPS tinggi maka banyak investor yang berminat dalam membeli saham sehingga menyebabkan harga saham tinggi .

Nilai *koefisien regresi* menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio* mempengaruhi Harga Saham sebesar 0.228 dengan arah positif sebesar 36.695 tingkat signifikansi 0.821 menunjukan angka dimana lebih besar dari nilai α 0.05. Berdasarkan hasil uji tersebut maka *Debt to Equity Ratio tidak* berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Harga Saham Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018. hal tersebut menunjukan bahwa penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hijriah (2007), menyatakan bahwa faktor fundamental *debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh terhadap harga saham.

Sedangkan penelitian ini tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh Natarsyah S (2002), menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap harga saham

Perusahaan dengan *Debt to Equity Ratio* yang tinggi menunjukkan bahwa semakin besarnya proporsi hutang yang dimiliki perusahaan tersebut, perusahaan akan lebih percaya diri menggunakan pendanaan dari luar perusahaan sehingga perusahaan akan berfokus pada penyelesaian kewajiban (membayar utang) bukan memberikan keuntungan kepada pemegang saham.

Nilai *koefisien regresi* menunjukkan bahwa *Current Ratio* mempengaruhi Harga Saham sebesar 0.530 dengan arah positif sebesar 1.035 tingkat signifikansi menunjukan angka 0.661 dimana lebih besar dari nilai α 0.05.

Berdasarkan hasil uji tersebut maka *Current Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham Pertambangan Batu-Batuan Tahun 2015-2018 penelitian ini di dukung oleh Antareka (2016), Current Ratio (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham, hal ini disebabkan apabila perusahaan dengan

Current Ratio tinggi menunjukkan adanya kelebihan aktiva lancar, yang akan mempunyai pengaruh tidak baik terhadap kinerja perusahaan. Current Ratio yang terlalu tinggi mengindikasikan terdapatnya idle fund (dana menganggur) yang tinggi pula, sehingga mencerminkan perusahaan kurang mampudalam mengoperasionalkan asset lancarnya sehingga dapat menimbulkan *opportunity lost.*

Pengujian Hipotesis

- Uji Determinasi (R2)

Tabel 5.
Hasil Uji Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.398[a]	.159	-.472	62.23304

a. Predictors: (Constant), CR, EPS, DER

Berdasarkan koefisien determinasi pada TabeL diperoleh angka R2 (R Square) sebesar 0,159 atau (15,9%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase independen yang digunakan dalam model (EPS,DER dan CR) mampu menjelaskan sebesar 15,9% terhadap variasi .Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji tersebut maka EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pertambangan batu-batuan tahun 2015-2018
2. Berdasarkan hasil uji tersebut maka DER tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pertambangan batu-batuan tahun 2015-2018
3. Berdasarkan hasil uji tersebut maka CR tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pertambangan batu-batuan tahun 2015-2018

SARAN

1. Bagi peneliti diharapkan dapat lebih memperbanyak sampel yang digunakan sehingga hasilnya dapat digeneralisir pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. penelitian diharapkan dapat memperluas variabel bebas yang digunakan terhadap harga saham.

DAFTAR PUSTAKA

Amanda, Astrid. 2013. Pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Return on Equity (ROE), Earning Per Share (EPS), dan Price Earning Ratio (PER) terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2011). *Jurnal Administrasi Bisnis.* Universitas Brawijaya. Vol 4, No 2, p.245-256

Anoraga Pandji dan Piji Pakarti. 2008. *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta : Rineka Cipta.

Antareka, Lena. 2016. Pengaruh Current Ratio (CR), Return On Assets (ROA), Earning Per Share (EPS), dan Net Profit Margin (NPM) terhadap Harga Saham Perusahaan Real Estate And Property Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014. *Skripsi.*

Darmadji dan Fakhruddin, 2011, *Pasar Modal di Indonesia*, edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.

Darmadji, T dan Fakhrudin M.H. 2006. *Pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta: Salemba Empat.

Darmadji, Tjiptono, dan Fakhruddin. 2012. *Pasar Modal Di Indonesia. Edisi*. Ketiga. Jakarta : Salemba Empat.

Darnita, Elis. (2014). Analisis Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin

(NPM) Dan Earning Per Share (EPS) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Food Dan Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2008-2012). *(tidak dipublikasikan).*

Fahmi, Irham. (2011). *Analisis Laporan Keuangan. Bandung* : Alfabeta

Fahmi, Irham. 2015. *Manajemen Investasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Harahap, Sofyan Safitri. 2009. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Jakarta : Rajagrafindo Persada

Hijriah, Almas, 2007. Pengaruh Faktor Fundamental dan Resiko Sistematik terhadap Harga Saham Properti di Bursa Efek Jakarta. *Tesis.* Universitas Sumatera Utara.

Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir.2014. *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Natarsyah, S. 2002 .Analisis Pengaruh Beberapa Faktor Fundamental Dan Risiko Sistematik Terhadap Harga Saham . *Tesis*. Malang : Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya.

Purpasari.2005.Analisis Pengaruh Current Ratio,Debt to Equity,Net Profit Margin Ratio,Return On Equity Ratio,dan Dividend Payout Ratio Terhadap Perubahan Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Surabaya. *Tesis.* Surabaya : Universitas Airlangga.

Sanjaya, I Dewa Made Arya. 2017. Pengaruh Return on Equity, Debt to Equity Ratio, Price Earning Ratio, dan Earning Per Share terhadap Harga Saham (Studi pada Perusahaan Manufaktur sektor Otomotif & Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (JIMFEB).* Universitas Brawijaya. Vol 6, No 1.

Sumanto, Edi, 2006, Analisis Pengaruh Perkembangan Pasar Modal Terhadap Perekonomian Indonesia, *Skripsi* S1 Fakultas Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor (Tidak dipublikasikan).