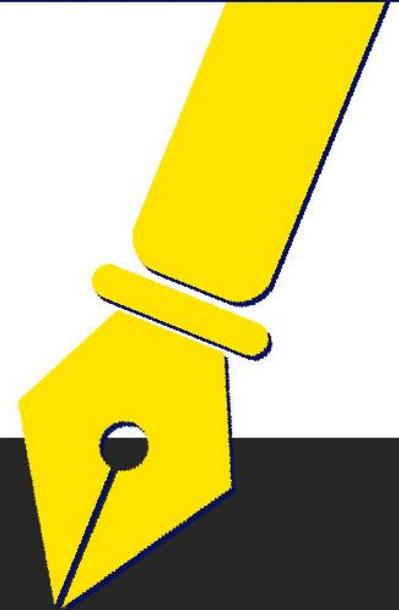


JRMI

3



**JURNAL
RISET MANAJEMEN
INDONESIA**

Juli 2020

KETERANGAN
Kota Provinsi
Batas Laut Teritorial
Batas Lautas Kontinental
Batas Zona Ekonomi Eksklusif
Batas Negara
Batas Provinsi

DAFTAR ISI

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, RETURN ON ASSET DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018

Trisna Novela Sari, Rahmawati Rahmawati
124-130

PENERAPAN PENGENDALIAN INTERN TERHADAP PIUTANG USAHA PADA PT. MEGA AUTO CENTRAL FINANCE CABANG BANGKINANG

Suci Aprilia, Efi Susanti
131-138

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MILLENIAL DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HP VIVO DI BANGKINANG KOTA

Nurliana Nurliana, Samsurijal Hasan
139-148

ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM TRANSAKSI NON TUNAI DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH (Studi Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar)

Elmizar Elmizar, Kasmadi Kasmadi
149-157

PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA BADAN PENANGGULANGAN BENCANA DAERAH (BPBD) KABUPATEN KAMPAR

Rahmat Taufiq, Yulizar Baharuddin
158-164

MANAJEMEN PENDIDIKAN JURNALISTIK BERBASIS KOMPETENSI (Studi Deskriptif Kualitatif pada Sekolah Jurnalisme Indonesia)

Yusup Yusup
165-176

ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN METODE ECONOMI ORDER QUANTITY (EOQ) PADA USAHA DYNASTY BAKERY DI AIRTIRIS

Reni Agustin, Suarni Norawati
177-185

STRATEGI PEMASARAN PRODUK WISATA PADA PD. KAMPAR ANEKA KARYA STANUM BANGKINANG KOTA

Wahyu Pranata De, Molli Wahyuni
186-194

PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, RETURN ON ASSET DAN DEBT TO EQUITY RATIO TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018

¹⁾ Trisna Novela Sari ²⁾Rahmawati

¹⁾Alumni Program Studi Akuntansi STIE Bangkinang
²⁾ Dosen Program Studi Akuntansi Pada STIE Bangkinang

ABSTRACT

This research was conducted with the aim to examine the effect of sales growth, ROA, and DER and variables that affect the value of the company in the textile and garment sub-sector companies listed on the Indonesia stock exchange in 2016-2018. The population in this study were all textile and garment sub-sector companies listed on the Indonesia stock exchange in the 2016-2018 period. The technique used in sampling is purposive sampling method, the samples in this study were selected as many as 11 companies. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS 23.00 for windows. The results showed that simultaneous sales growth, ROA, and DER affect the value of the company. Partially, DER has an effect on firm value.

Keywords: Sales Growth, ROA, and DER

Pendahuluan

Salah satu sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu perusahaan *Tekstil* dan *Garmen*. Industri *tekstil* dan *garmen* di Indonesia menjadi salah satu tulang punggung industri manufaktur dan merupakan industri prioritas nasional yang masih prospektif untuk dikembangkan. Industri *tekstil* dan *garmen* memberikan kontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi, selain menciptakan lapangan kerja cukup besar, industri ini mendorong peningkatan investasi dalam dan luar negeri.

Industri *tekstil* dan *garmen* merupakan industri padat karya, yang sedikitnya menyerap 1,8 juta pekerja. Dari sisi tenaga kerja, pengembangan atau penambahan kapasitas industri dapat dengan mudah terakomodasi oleh melimpahnya tenaga kerja dan upah yang *kompetitif*, khususnya dibandingkan dengan kondisi di industri negara maju. Industri *tekstil* adalah industri yang berorientasi *ekspor*. Industri *tekstil* dan *garmen* di Indonesia saat ini sedang menghadapi tantangan sekaligus menghadapi tekanan ditengah globalisasi dunia untuk perdagangan bebas. Pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas antara Indonesia dengan beberapa negara memberikan tekanan cukup berat bagi industri *tekstil* nasional khususnya di pasar domestik.

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Permasalahan kedua bagaimana kebanyakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang bekerja di industri *tekstil* dan *garmen* rata-rata adalah berpendidikan SMA dan SMK. Artinya rata-rata usia mereka belum mencapai dari 18 tahun. Sementara, aturan ILO memperbolehkan batas minimal usia kerja adalah 18 tahun.

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nurlela, dkk (2008:7) Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Salah satu cara mengukur nilai perusahaan adalah dengan melihat nilai harga saham. Bagi perusahaan yang sudah *go public* maka nilai harga saham perusahaan ditentukan mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang tercermin dalam *listing price*.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas yang jadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah pertumbuhan penjualan, *Return On Asset* dan *Debt To Equity Ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial pertumbuhan penjualan, *Return On Asset* dan *Debt To Equity Ratio* terhadap nilai perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018.

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2010:7) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersedia dijual. ada beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan yaitu nilai nominal, nilai *intrinsik*, nilai *likuidasi*, nilai buku dan nilai pasar. Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan. Nilai pasar merupakan harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Nilai *likuidasi* adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kekayaan pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan *historis*. Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan kenaikan ataupun penurunan penjualan dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada laporan laba rugi perusahaan. Perusahaan yang baik dapat dilihat penjualannya dari tahun ke tahun yang terus mengalami kenaikan, hal tersebut berimbas pada meningkatnya keuntungan perusahaan sehingga pendanaan internal perusahaan juga meningkat.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi, dalam hubungannya dengan *leverage*, sebaliknya menggunakan *ekuitas* sebagai sumber pembiayaannya agar tidak terjadi biaya keagenan (*agency cost*) antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan, sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah sebaliknya menggunakan hutang sebagai sumber pembiayaannya karena penggunaan hutang akan mengharuskan perusahaan tersebut membayar bunga secara teratur. Pertumbuhan perusahaan yang cepat maka semakin besar kebutuhan dana untuk ekspansi. Semakin

besar kebutuhan untuk pembiayaan mendatang maka semakin besar keinginan perusahaan untuk menahan laba. Jadi perusahaan yang sedang tumbuh sebaiknya tidak membagikan laba sebagai *dividen* tetapi lebih baik digunakan untuk ekspansi. Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dari besarnya biaya penelitian dan pengembangan.

Return On Asset

Menurut Lestari (2010:196) ROA adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas asset dalam memperoleh keuntungan bersih.

Menurut Brigham (2011:188) perusahaan yang mempunyai *profitabilitas* tinggi cenderung menggunakan utang lebih sedikit, ROA yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

ROA merupakan perbandingan antara laba sebelum pajak dengan rata-rata total asset dalam suatu periode. Rasio ini dapat dijadikan sebagai ukuran kesehatan keuntungan. Rasio ini sangat penting, mengingat keuntungan yang diperoleh dari pengguna asset dapat mencerminkan tingkat efisiensi usaha suatu bank. Total asset biasanya digunakan untuk mengukur ROA sebuah bank adalah jumlah asset-aset produktif yang terdiri dari penempatan surat-surat berharga seperti Sertifikat Bank Indonesia (SBI), surat berharga pasar uang, penempatan dalam saham perusahaan lain, penempatan pada *call money* atau *money market* dan penempatan dalam bentuk kredit (Dendawijaya, 2009).

Debt to Equity Ratio

Debt to Equity Ratio (DER) adalah variabel yang mendefinisikan seberapa banyak proporsi dari modal perusahaan yang sumber pendanaannya berasal dari pinjaman atau kredit. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. DER adalah rasio yang digunakan untuk menghitung nilai utang dengan ekuitas.

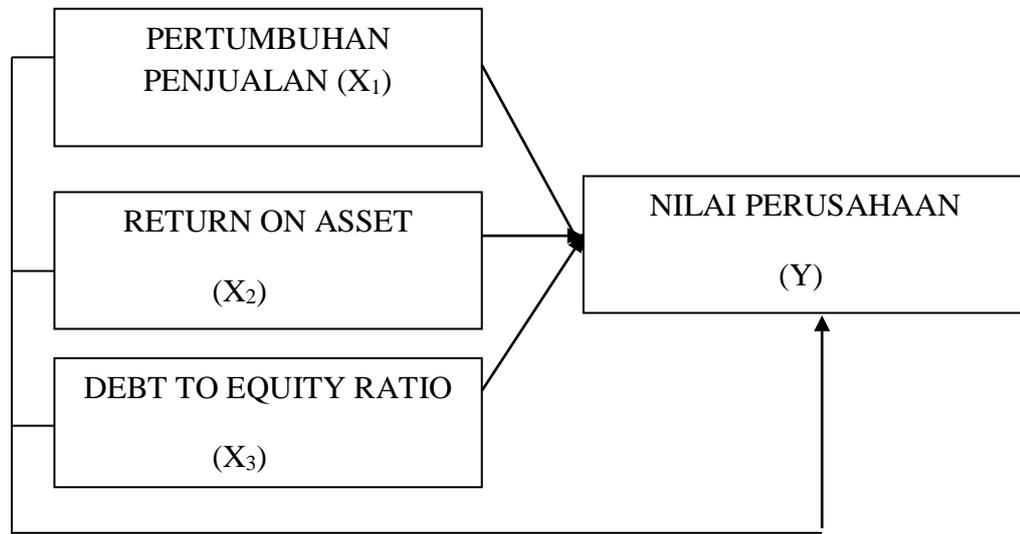
Sudana (2009:23) menyatakan bahwa *Debt to equity ratio* adalah rasio yang mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan. Semakin besar rasio ini menunjukkan porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aktiva semakin besar, yang berarti pula risiko keuangan perusahaan meningkat dan sebaliknya.

Kasmir (2009) menyatakan DER merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* (penggunaan hutang) terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan. Debt to Equity Ratio menunjukkan persentase penyediaan dana oleh pemegang saham terhadap pemberi pinjaman. Semakin tinggi rasio, semakin rendah pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham.

Model Penelitian

Model penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel dependen dan independen. Adapun model penelitian ini adalah :

Gambar 1
Model Penelitian



Hipotesis

Penelitian ini mengungkapkan beberapa faktor yang diduga berpengaruh pada nilai perusahaan, antara lain : pertumbuhan penjualan, ROA dan DER.

- H₁ : Diduga pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : Diduga ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H₃ : Diduga DER berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Penelitian ini direncanakan selama tiga bulan yang dimulai dari bulan Juli-September 2019. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data penelitian yang diperoleh peneliti berasal dari situs resmi yang beralamat di www.idx.co.id . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar pada BEI yang berjumlah 11 perusahaan. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode sensus. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif, merupakan suatu teknik analisa data yang menggunakan angka-angka agar pemecahan masalah dapat dihitung secara pasti. Alat analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda.

Alat analisa yg digunakan adalah model regresi linear berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$, dimana Y = Nilai Perusahaan, α = Konstanta, β_1 , β_2 , β_3 = Koefisien Regresi, X₁ = Pertumbuhan Penjualan, X₂ = ROA, X₃ = DER, e = error, Dengan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji f dan uji t pada 5% (0,5).

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.596 + -0.010X_1 + -0.009X_2 + 0.294X_3$$

Nilai konstanta a adalah 0.596, artinya jika pertumbuhan penjualan,ROA dan DER nilainya adalah 0, maka nilai perusahaannya adalah 0.596. Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan penjualan (b1) bernilai negatif-0.010artinya setiap penurunan variabel pertumbuhan penjualan sebesar 1 satuan akan menurunkannilai perusahaan sebesar -0.010satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Nilai koefisien regresi variabel ROA (b2) bernilai negatif-0.009artinya setiap penurunan variabel ROA sebesar 1 satuan akan menurunkannilai perusahaan sebesar -0.009satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Nilai koefisien regresi variabel DER (b3) bernilai positif 0.294artinya setiap peningkatan variabel PER sebesar 1 satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.294satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

Hasil pengolahan data uji F dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.160	3	15.053	15.887	.000 ^a
	Residual	27.478	29	.948		
	Total	72.638	32			

a. Predictors: (Constant), DER, pertumbuhan penjualan, ROA

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Dari Tabel 1 bahwa F hitung Variabel pertumbuhan penjualan,ROA dan DER adalah 15.887 dan dilihat dari sig sebesar 0,000 dengan $\alpha = 0,05$, maka $sig < \alpha$, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel pertumbuhan penjualan,ROA dan DER terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t- hitung	Signifikansi	Alpha (α)	Keterangan
Pertumbuhan Penjualan (X ₁)	-1.162	0.255	0.05	Tidak Signifikan
ROA (X ₂)	-0.467	0.644	0.05	Tidak Signifikan
DER (X ₃)	-6.693	0.000	0.05	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Hasil pengujian secara uji t (parsial) dari variabel pertumbuhan penjualan, ROA dan DER ternyata hanya variabel DER yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara itu variabel lainnya yaitu pertumbuhan penjualan dan ROA tidak berpengaruh signifikan.

Hasil pengujian pertumbuhan penjualan pada regresi diperoleh bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan nilai signifikansi dari variabel pertumbuhan penjualan yaitu 0,255. menurut Rudianto (2009:56) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan pada tahun-tahun mendatang, berdasarkan data pertumbuhan volume penjualan historis.

Hasil pengujian *Return On Asset*(ROA) pada regresi diperoleh bahwa *Return On Asset* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,644. Menurut Werner R. Murhadi (2015:64) ROA mencerminkan seberapa besar return yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk aset. Nilai ROA yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor untuk memprediksi bahwa perusahaan dikemudian hari dalam kondisi yang menguntungkan, sebaliknya Nilai ROA yang rendah merupakan sinyal negatif bagi investor untuk memprediksi bahwa perusahaan dikemudian hari dalam kondisi yang merugikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Tri Arvinta (2014) yang meneliti 20 perusahaan di indeks LQ 45 yang terdaftar di bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yaitu ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan dibuktikan dengan nilai signifikansi ROA sebesar 0,000.

Hasil pengujian DER pada regresi diperoleh bahwa DER secara parsial mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan nilai signifikansi dari variabel DER yaitu 0,000. DER adalah seberapa banyak proporsi dari modal perusahaan yang sumber pendanaannya berasal dari pinjaman atau kredit. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Rasio ini juga berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. DER merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang mempunyai kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman. Penggunaan hutang (*external financing*) memiliki risiko yang cukup besar atas tidak terbayarnya hutang, sehingga penggunaan hutang perlu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Prasetyorini, 2013).

Simpulan

1. Secara Uji F (simultan), variabel pertumbuhan penjualan, ROA dan DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Secara uji t (parsial), dari variabel bebas yang diuji yaitu variabel pertumbuhan penjualan, ROA dan DER, hanya variabel DER yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan signifikansi 0.000 sedangkan variabel lain tidak berpengaruh.

Daftar Pustaka

- Arvinta Tri, 2014, *Analisis Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Brigham, E.F., dan Houston, J.F. 2011, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto, Buku 2, Edisi 11, Salemba Empat, Jakarta
- Husnan, Suad. 2010, *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* Buku 1, BPFE, Yogyakarta.
- Kasmir, 2010, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Kencana, Jakarta.
- _____, 2012, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Kencana, Jakarta.

- Lestari, Maharani Ika dan Toto Sugiharto. 2007, *Kinerja Bank Devisa Dan Bank Non Devisa Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek& Sipil)*. 21-22 Agustus, Vol.2. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*, Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak.
- Prasetyorini, 2013, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen. 1(1). 183-196.
- Rudianto. 2009. *Penganggaran*. Erlangga, Jakarta.
- Sudana, I Made. 2009. *Manajemen Keuangan : Teori dan Praktek*. Airlangga University Press, Surabaya
www.idx.co.id

**PENERAPAN PENGENDALIAN INTERN TERHADAP PIUTANG USAHA
PADA PT. MEGA AUTO CENTRAL FINANCE
CABANG BANGKINANG**

¹⁾ Suci Aprilia ²⁾ Efi Susanti

<p>¹⁾Alumni Program Studi Akuntansi STIE Bangkinang ²⁾ Dosen Program Studi Akuntansi Pada STIE Bangkinang</p>

ABSTRACT

This study aims to study the application of controls over accounts receivable at PT. Mega Auto Central Finance (MACF), Bangkinang Branch. research results, publications on the internal control system of trade receivables at PT. Mega Auto Central Finance has been effective. The research method used is descriptive research using qualitative. This research was conducted by comparing the internal controls implemented by the company by transferring COSO which consists of 5 components, namely control, control activities, risk assessment, information and communication, and monitoring.

Keywords: Internal Control, Accounts Receivable

Pendahuluan

Perusahaan merupakan suatu unit kegiatan produksi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan motif memperoleh keuntungan. Perusahaan juga sebagai lembaga sosial yang menawarkan kepada masyarakat kesempatan untuk bekerja, serta merupakan sumber pajak bagi negara, membuka kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Sebagaimana tujuan yang diinginkan perusahaan yaitu mencapai keuntungan atau laba yang optimal, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan yang ingin tumbuh dan berkembang. Menurut Hery (2012:1) perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang dan jasa) kepada para pelanggannya.

Penjualan barang dan jasa perusahaan dapat dilakukan melalui penjualan secara tunai dan kredit. Untuk penjualan tunai perusahaan tidak menghadapi suatu masalah yang berarti karena begitu barang dan jasa dijual maka kas akan langsung diperoleh. Namun untuk penjualan kredit perusahaan akan menunggu beberapa waktu untuk memperoleh kas tersebut bahkan perusahaan dapat mengalami kehilangan uang kas tersebut, karena pembeli atau pelanggan lalai untuk membayarnya.

PT. Mega Auto Central Finance (MACF) adalah salah satu perusahaan pembiayaan di bidang *Consumer Financing* (pembiayaan pembelian barang dengan sistem angsuran) sepeda motor. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 27 September 2007 dan sudah memiliki 183 Cabang. PT. Mega Auto Central Finance (MACF) merupakan salah satu perusahaan jasa pembiayaan di Indonesia yang cukup memiliki andil dalam pembangunan ekonomi terutama dalam memberikan bantuan kepada konsumen terhadap masalah keuangan yang dihadapi untuk membeli sepeda motor.

Pokok permasalahan yang dihadapi perusahaan ini adalah resiko piutang macet (*credit risk*). Faktor yang menyebabkan piutang macet tersebut adalah faktor intern perusahaan, yaitu pada saat melakukan verifikasi pembiayaan yang dilakukan dalam menangkap peluang pasar, tidak sepenuhnya memberikan hasil yang diharapkan atau *customer* itu sendiri yang tidak memenuhi kewajibannya untuk melakukan pembayaran

angsuran karena kesulitan *finansial* sehingga terjadilah proses penarikan produk atau barang dari *costumer* serta kemungkinan adanya penyalahgunaan saat proses pencairan piutang.

Penelitian terdahulu oleh Nabila Habibie (2013) tentang analisis pengendalian intern piutang usaha pada Pt. Adira Finance cabang Manado. Hasil penelitian membuktikan bahwa Pengendalian Intern terhadap piutang usaha pada PT Adira Manado berjalan efektif, dimana manajemen perusahaan sudah menerapkan konsep dan prinsip-prinsip pengendalian intern, disisi lain terdapat beberapa prosedur yang belum mencerminkan konsep pengendalian intern.

Berdasarkan uraian pada latarbelakang diatas yang jadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF) cabang Bangkinang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT. Mega Auto Central Finance (MACF) Cabang Bangkinang.

Pengendalian Intern

Menurut Hery (2014:11) Pengendalian intern adalah seperangkat kebijakan dan prosedur untuk melindungi aset atau kekayaan perusahaan dari segala bentuk tindakan penyalahgunaan, menjamin tersedianya informasi akuntansi perusahaan yang akurat, serta memastikan bahwa semua ketentuan hukum atau undang-undang serta kebijakan manajemen telah dipatuhi atau dijalankan sebagaimana mestinya oleh seluruh karyawan perusahaan. Ketentuan yang dimaksudkan meliputi peraturan-peraturan di bidang perpajakan, pasar modal, hukum bisnis, undang-undang anti korupsi, dan sebagainya. Demikian juga pengendalian internal dilakukan untuk memantau apakah kegiatan operasional maupun finansial perusahaan telah sesuai prosedur dan kebijakan yang telah ditetapkan manajemen.

Menurut COSO dalam Sujarweni (2015:70) sistem pengendalian intern merupakan rangkaian tindakan yang mencakup keseluruhan proses dalam organisasi. Pengendalian internal berada dalam proses manajemen dasar, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan.

Menurut COSO ada 5 komponen pengendalian intern, yaitu:

1. Lingkungan Pengendalian (*Control Environment*),
2. Aktivitas Pengendalian (*Control Activities*),
3. Penaksiran Risiko (*Risk Assesment*)
4. Informasi dan Komunikasi (*Information and Communication*)
5. Pemantauan (*Monitoring*)

Piutang Usaha

Menurut Hery (2014:63) Piutang usaha (*account receivable*) yaitu jumlah yang akan ditagih dari pelanggan sebagai akibat penjualan barang dan jasa secara kredit. Piutang usaha memiliki saldo normal di sebelah debit sesuai saldo normal untuk aset. Piutang usaha biasanya diperkirakan akan dapat ditagih dalam jangka waktu yang relatif pendek, biasanya dalam waktu 30 hingga 60 hari. Setelah ditagih secara pembukuan, piutang usaha akan berkurang di sebelah kredit. Piutang usaha diklasifikasikan dalam neraca sebagai aset lancar (*current asset*).

Jenis-jenis Piutang

Menurut Hery (2014:36) piutang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Piutang Usaha (*Accounts Receivable*), Yaitu jumlah yang akan ditagih dari pelanggan sebagai akibat penjualan barang atau jasa secara kredit. Piutang usaha memiliki saldo normal disebelah debit sesuai saldo normal untuk aktiva.

2. Piutang Wesel (*Notes Receivable*), Yaitu tagihan perusahaan kepada pembuat wesel. Pembuat wesel disini adalah pihak yang telah berhutang kepada perusahaan baik melalui pembelian barang atau jasa secara kredit maupun melalui peminjaman sejumlah uang.
3. Piutang Lain-Lain (*Other Receivable*), Piutang lain-lain umumnya diklasifikasikan dan dilaporkan secara terpisah dalam neraca. Piutang lain-lain meliputi piutang bunga, piutang deviden, piutang pajak, dan tagihan kepada karyawan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Mega Auto Central Finance (MACF) cabang Bangkinang yang berkedudukan di jalan Teuku Umar Bangkinang. Penelitian ini dilakukan selama dua bulan dimulai dari bulan September sampai bulan Oktober. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *interview*, *library search*, dan *observasi*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

Penilaian terhadap sistem pengendalian intern piutang usaha dilakukan dengan metode wawancara, dengan membuat 24 pernyataan yang menyangkut dengan sistem pengendalian intern model COSO sehingga kemungkinan komentar yang diperoleh adalah sangat setuju, setuju, ragu-ragu, kurang setuju, tidak setuju. Perhitungan total interval untuk menghitung efektifitas pengendalian intern pada Pt. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang dengan cara sebagai berikut:

Nilai tertinggi : total pertanyaan x total responden x bobot tertinggi

$$24 \times 5 \times 5 = 600$$

Nilai terendah : total pertanyaan x total responden x bobot terendah

$$24 \times 5 \times 1 = 120$$

Jarak : nilai tertinggi – nilai terendah

$$600 - 120 = 480$$

Perhitungan interval kelas dilakukan dengan cara sebagai berikut :

$$\frac{\text{Jarak}}{\text{kelas}} = \frac{480}{5} = 96$$

Penilaian terhadap lima responden tersebut dapat dikelompokkan ke dalam efektifitas pengendalian intern piutang usaha pada Pt. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang menjadi beberapa kategori antara lain:

Tabel 1
Kategori Penilaian Pengendalian Intern Piutang Usaha

No	Kelas Interval	Nilai	Keterangan
1	120 – 216	TE	Tidak Efektif
2	217 – 312	KE	Kurang Efektif
3	313 – 408	CE	Cukup Efektif
4	409 – 504	E	Efektif
5	505 – 600	SE	Sangat Efektif

Sumber: Data olahan

Dari tabel diatas maka efektifitas pengendalian intern piutang usaha dapat dihitung sebagai berikut :

$$\frac{\text{Jumlah keseluruhan jawaban} \times 24}{\text{Jumlah keseluruhan pernyataan}}$$

Apabila unsur pengendalian intern tersebut dipecah kedalam lima komponen, maka efektifitas pengendalian intern piutang usaha menurut COSO dapat dihitung menjadi :

- a. Lingkungan Pengendalian (LP) : $\frac{\text{Jumlah Jawaban LP} \times 24}{\text{Jumlah Pernyataan LP}}$
- b. Aktivitas Pengendalia (AP) : $\frac{\text{Jumlah Jawaban PR} \times 24}{\text{Jumlah Pernyataan PR}}$
- c. Penaksiran Risiko (PR) : $\frac{\text{Jumlah Jawaban AP} \times 24}{\text{Jumlah Pernyataan AP}}$
- d. Informasi dan Komunikasi (IK) : $\frac{\text{Jumlah Jawaban IK} \times 24}{\text{Jumlah Pernyataan IK}}$
- e. Pemantauan (PP) : $\frac{\text{Jumlah Jawaban PP} \times 24}{\text{Jumlah Pernyataan PP}}$

Hasil Penelitian

Untuk mengetahui efektifitas pengendalian intern piutang usaha PT. Mega Auto Central Finance, penulis menggunakan perhitungan yang menunjukkan seberapa besar efektifitas pengendalian intern piutang usaha menurut COSO yang terdiri dari lima komponen antara lain :

1. Lingkungan Pengendaian

Berdasarkan hasil wawancara mengenai lingkungan pengendalian PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 2
Gambaran Unsur Lingkungan Pengendalian

Responden	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
A	0	0	0	7	1	8
B	0	0	2	4	2	8
C	0	0	0	4	4	8
D	0	0	1	7	0	8
E	0	0	0	7	1	8
Jumlah	0	0	3	29	8	40

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 40 pernyataan, dapat dilihat hasil jumlah pernyataan ragu-ragu ada 3 pernyataan, jumlah pernyataan setuju ada 29 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 8 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = 3 x 3 = 9), (S = 29 x 4 = 116), (SS = 8 x 5 = 40), sehingga diperoleh hasil 165.

$$\begin{aligned}
 \text{Efektifitan unsur lingkungan pengendalian} &= \frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}} \\
 &= \frac{165 \times 24}{8} \\
 &= \frac{3.960}{8} \\
 &= 495 \text{ (Efektif)}
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan efektifitas lingkungan pengendalian nilainya 495, berada diantara kelas interval 409 – 504. Dengan demikian sudah dinyatakan efektif.

2. Aktifitas Pengendalian

Berdasarkan hasil wawancara mengenai aktifitas pengendalian PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang berdasarkan beberapa indikator penilaian diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3
Gambaran Unsur Aktifitas Pengendalian

Responden	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
A	0	0	0	5	0	5
B	0	0	1	3	1	5
C	0	0	0	3	2	5
D	0	0	0	5	0	5
E	0	0	0	3	2	5
Jumlah	0	0	1	19	5	25

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 25 pernyataan, jumlah pernyataan ragu-ragu ada 1 pernyataan, jumlah pernyataan setuju ada 19 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 5 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = 1 x 3 = 3), (S = 19 x 4 = 76), (SS = 5 x 5 = 25), sehingga diperoleh hasil 104.

Efektifitas unsur aktifitas pengendalian = $\frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}}$

$$= \frac{104 \times 24}{5}$$

$$= \frac{2.496}{5}$$

$$= 499,2 \text{ (Efektif)}$$

Hasil Dari perhitungan efektifitas aktifitas pengendalian nilainya 499,2, berada diantara kelas interval 409 – 504. Dengan demikian sudah dinyatakan efektif.

3. Penaksiran Resiko

Berdasarkan hasil wawancara mengenai penaksiran resiko PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4
Gambaran Unsur Penaksiran Resiko

Responden	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
A	0	0	0	2	1	3
B	0	0	1	2	0	3
C	0	0	0	1	2	3
D	0	0	0	3	0	3
E	0	0	0	3	0	3
Jumlah	0	0	1	11	3	15

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 15 pernyataan, dapat dilihat hasil darijumlah pernyataan ragu-ragu ada 1 pernyataan, jumlah

pernyataan setuju ada 11 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 3 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = 1 x 3 = 3), (S = 11 x 4 = 44), (SS = 3 x 5 = 15), sehingga diperoleh hasil 62.

$$\begin{aligned} \text{Efektifitas unsur penaksiran resiko} &= \frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}} \\ &= \frac{62 \times 24}{3} \\ &= \frac{1.488}{3} \\ &= 496 \text{ (Efektif)} \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan efektifitas penaksiran resiko nilainya 496, berada diantara kelas interval 409 – 504. dengan demikian dinyatakan sudah efektif.

4. Informasi dan Komunikasi

Berdasarkan hasil wawancara mengenai Informasi dan komunikasi PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini:

Tabel 5
Gambaran Unsur Informasi Dan Komunikasi

Responden	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
A	0	0	0	5	0	5
B	0	0	2	1	2	5
C	0	0	0	2	3	5
D	0	0	0	5	0	5
E	0	0	0	4	1	5
Jumlah	0	0	2	17	6	25

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 25 pernyataan, dapat dilihat hasil dari jumlah pernyataan ragu-ragu ada 2 pernyataan, jumlah pernyataan setuju ada 17 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 6 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = 2 x 3 = 6), (S = 17 x 4 = 68), (SS = 6 x 5 = 30), sehingga diperoleh hasil 104.

$$\begin{aligned} \text{Efektifitas unsur informasi dan komunikasi} &= \frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}} \\ &= \frac{104 \times 24}{5} \\ &= \frac{2.496}{5} \\ &= 499,2 \text{ (Efektif)} \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan efektifitas informasi dan komunikasi nilainya 499,2, berada diantara kelas interval 409 – 504. Dengan demikian sudah dinyatakan efektif.

5. Pemantauan

Hasil dari responden terhadap unsur Pemantauan berdasarkan penilaian atas beberapa indikator pada PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini :

Tabel 6
Gambaran Unsur Pemantauan

Responden	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
A	0	0	0	3	0	3
B	0	0	2	1	0	3
C	0	0	0	1	2	3
D	0	0	0	3	0	3
E	0	0	0	3	0	3
Jumlah	0	0	2	11	2	15

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 15 pernyataan. dapat dilihat dari hasil jumlah pernyataan ragu-ragu ada 2 pernyataan, jumlah pernyataan setuju ada 11 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 2 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = 2 x 3 = 6), (S = 11 x 4 = 44), (SS = 2 x 5 = 10), sehingga diperoleh hasil 60.

$$\begin{aligned}
 \text{Efektifitas unsur pemantauan} &= \frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}} \\
 &= \frac{60 \times 24}{3} \\
 &= \frac{1.440}{3} \\
 &= 480 \text{ (Efektif)}
 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan efektifitas pemantauan nilainya 480, berada diantara kelas interval 409 – 504 dengan demikian sudah dinyatakan efektif. Berdasarkan hasil perhitungan ke lima unsur komponen diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 7
Gambaran Pengendalian Intern Piutang Usaha

Komponen	Jawaban					Jumlah Pernyataan
	TS	KS	R	S	SS	
LingkunganPengendalian	0	0	3	29	8	40
Aktivitas Pengendalian	0	0	1	19	5	25
Penaksiran Resiko	0	0	1	11	3	15
Informasi dan Komunikasi	0	0	2	17	6	25
Pemantauan	0	0	2	11	2	15
Jumlah	0	0	9	87	24	120

Sumber : Data olahan

Berdasarkan tabel diatas dari respon lima responden yang berjumlah 120 pernyataan. dapat dilihat dari hasil jumlah pernyataan ragu-ragu ada 9 pernyataan, jumlah pernyataan setuju ada 87 pernyataan, dan jumlah pernyataan sangat setuju ada 24 pernyataan.

Seluruh jawaban dikalikan dengan bobot yang telah ditetapkan, sebagai berikut: (R = $9 \times 3 = 27$), (S = $87 \times 4 = 384$), (SS = $24 \times 5 = 120$), sehingga diperoleh hasil 531.

$$\begin{aligned} \text{Efektifitas pengendalian intern piutang usaha} &= \frac{\text{Jumlah Keseluruhan Jawaban} \times 24}{\text{Jumlah Keseluruhan Pernyataan}} \\ &= \frac{531 \times 24}{24} \\ &= \frac{12.744}{24} \\ &= 531 \text{ (Sangat Efektif)} \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan efektifitas pengendalian intern piutang usaha nilainya berada diantara kelas interval 505 – 600. Dengan demikian dinyatakan sangat efektif.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Secara keseluruhan, pengendalian intern terhadap piutang usaha pada PT. Mega Auto Central Finance cabang Bangkinang berjalan efektif. Dimana perusahaan sudah menerapkan konsep dan unsur-unsur pengendalian intern.
2. Pengendalian intern piutang usaha pada PT. Mega Auto Central Finance menurut COSO :
 - a. Lingkungan pengendalian terhadap piutang usaha PT. MACF sudah berjalan efektif. Hal ini dilihat pada struktur organisasi pada perusahaan tersebut telah menggambarkan garis wewenang dan tanggung jawab yang jelas.
 - b. Aktivitas pengendalian intern piutang usaha PT. MACF cabang bangkinang sudah efektif, karena sudah diterapkannya pemisahan tugas antara bagian akuntansi dengan bagian penjualan dan bagian kredit.
 - c. Penaksiran Resiko piutang usaha PT. MACF sudah efektif, yang mana manajemen perusahaan tersebut telah merancang pengendalian untuk mengatasi resiko yang akan terjadi.
 - d. Informasi dan Komunikasi pada PT. MACF telah diterapkan secara efektif, baik informasi yang disampaikan oleh manajemen kepada bawahannya maupun informasi yang berasal dari karyawan kepada manajemen
 - e. Pemantauan piutang usaha pada PT. MACF sudah efektif, hal ini dilihat dari adanya pemantauan dari koordinator CA, MH & CMH serta koordinator Kolektor yang selalu mengingatkan kepada CMO dan kolektor.

Daftar Pustaka

- Hery, 2012, *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya*, Cetakan Pertama, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- _____, 2014, *Pengendalian Akuntansi dan Manajemen*, Penerbit Kencana Prenadamedia Group, Jakarta.
- Kasmir, 2013, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Penerbit Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kumaat, G. Vallery, 2011, *Internal Audit*, Edisi Pertama, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Manurung, Elvy Maria, 2011, *Akuntansi Dasar*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Nabila Habibie, 2013, *Analisis Pengendalian Intern Piutang Usaha Pada PT Adira Finance Cabang Manado*, EMBA, Vol 1, No 3, ISSN 2303-1174
- Rudianto, 2013, *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, Erlangga, Jakarta.
- Siregar, dkk, 20013, *Akuntansi Manajemen*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015, *Sistem Akuntansi*, Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MILLENNIAL DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN HP VIVO DI BANGKINANG KOTA

¹⁾Nurliana ²⁾Samsurijal Hasan

¹⁾Alumni Program Studi Manajemen STIE Bangkinang
²⁾Dosen Program Studi Manajemen Pada STIE Bangkinang

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence Millennial consumers in purchasing decisions for Vivo HP in Bangkinang City. The population in this study are buyers belonging to the millennial age range of 15-34 years. The sample is determined by the Purposive Sampling method with the number of respondents in this study as many as 100 people with multiple linear regression analysis. The type of data used consists of primary and secondary data. The data is collected using a questionnaire and research file. From the results of the validity test, all items of the statement submitted to the respondent were declared valid with a calculated value greater than the table value (0.197). The reliability test results also showed that each item had a good level of reliability with Cronbach's alpha values above 0.5. From the results of the study it can be concluded that the independent variables namely culture, social and personal simultaneously influence the purchasing decisions of Vivo HP in Bangkinang City, while partially cultural, social and probability variables influence the purchasing decisions of Vivo HP in Bangkinang City where the significance is 0,000 for cultural variables, 0.001 for social variables, and 0.036 for personal variables where $< 0,05$. The multiple correlation coefficient (R) value of 0.804 means that the relationship between the independent variable and the dependent variable is classified as strong with a coefficient of determination (R^2) of 64.7%.

Keywords : *Millennial, Purchasing Decisions, Culture, Social, Personal*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi sangat pesat terutama *gadget smartphone* yang secara tidak langsung menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Vivo merupakan *gadget smartphone* yang berasal dari Negara China, mulai dikenal pada tahun 2014. Kemudian masuk ke Indonesia dan dikenal oleh masyarakat pada tahun 2017 sebagai jargon *selfie expert* dan *design yang up to date* yang menjadi produk unggulan. Vivo berhasil masuk dalam lima besar pangsa pasar *smartphone* di Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *International Data Corporation (IDC)*, Vivo menggeser *Smartphone* Oppo dan Xiomi. Produk Vivo yang menawarkan produk kebutuhan bagi konsumen yang membutuhkan, bahwa seorang konsumen berminat dan akhirnya mengambil keputusan membeli produk tersebut tidak terlepas dari faktor-faktor tertentu. Untuk Vivo termasuk ponsel yang sedang marak. Vivo yang di desain dengan kinerja yang tertarget, dimana target utama adalah anak-anak muda atau kaum Millennial yang enerjik dan trendi. Vivo menggabungkan eksterior produk, audio yang sangat bekelas, serta pengalaman pengguna yang gesit dan lembut.

Pesatnya perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ini melahirkan dan tumbuh generasi yang dikenal dengan istilah

Generasi Y atau dikenal Generasi Millennial. Millennial adalah kelompok demografis (*cohort*) setelah Generasi X. Peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir diantara tahun 1980-an sampai 2000-an sebagai generasi millennial. Jadi bisa dikatakan generasi millennial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia dikisaran 15 – 34 tahun. Generasi millennial dianggap sebagai generasi yang lebih akrab dengan teknologi jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya seperti Generasi X dan Generasi *Baby Boom*.

Kondisi penjualan smartphone di dunia masih belum menunjukkan gairahnya. Berdasarkan laporan lembaga riset IDC, penjualan ponsel pintar di kuartal pertama (Q1) 2019 turun 6,6 persen dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. Menurut laporan IDC, ada sebanyak 310.8 juta unit ponsel pintar yang dikirimkan pada Q1 tahun ini. Jumlah ini, menurun lebih dari 20 juta unit dari Q1 2018, di mana pada saat itu pasar ponsel di dunia berhasil mengapalkan sebanyak 332,7 juta unit smartphone.

Berikut adalah perkembangan penjualan produk HP Vivo Bangkinang Kota :

Tabel 1
Perkembangan Penjualan Produk Vivo di Bangkinang Kota Tahun 2018

No	Nama Toko	Tahun	Taret Penjualan Produk (Unit)	Realisasi Penjualan Produk (Unit)	Persentase (%)
1	Kembar Ponsel	2018	250	200	20%
2	Mitra Ponsel	2018	360	300	30%
3	Kayla Cell	2018	250	200	20%
4	Babel Cell	2018	350	300	30%
Total			1210	1000	100%

Sumber : Promotor Kembar Ponsel, Mitra Ponsel, Kayla Cell & Babel Cell, 2019

Tabel di atas menunjukkan perkembangan penjualan HP Vivo di Bangkinang Kota pada tahun 2018 tidak mencapai target / harapan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen Millennial terhadap keputusan pembelian HP Vivo Di Bangkinang Kota. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen Milenial dalam keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota.

Konsep Keputusan Pembelian

Mengetahui bagaimana perubahan respon serta *feedback* yang terjadi pada diri konsumen bergantung pada dua hal; pertama, mengenai pengaruh dari karakteristik konsumen dalam menerima suatu stimulus dari seorang pemasar; kedua, bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri (Kotler dan Keller, 2012:166). Lebih lanjut dikatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah :

1. Faktor budaya
Kotler dan Armstrong (2012:221) mendefinisikan kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku.
2. Faktor sosial
Faktor sosial adalah pengaruh dari sekelompok orang yang memengaruhi seorang individu untuk mengikuti kebiasaannya, seperti kelompok sosial, keluarga, serta

peranan dan status social merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pembelian konsumen. (Kotler dan Keller, 2012:168)

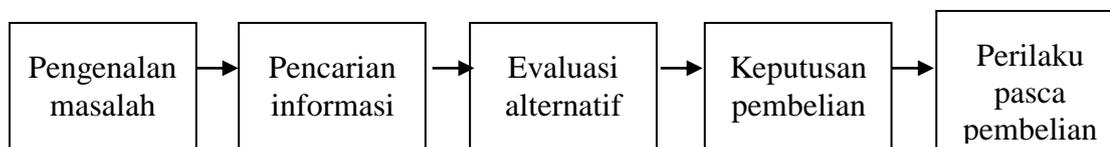
3. Faktor pribadi

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. (Omondi, 2017:124)

Kotler dan Amstrong (2012:226) menyatakan bahwa tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2012:26) menyatakan proses-proses pada saat sebelum dan setelah melakukan pembelian suatu produk, yaitu :

Gambar 1
Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen



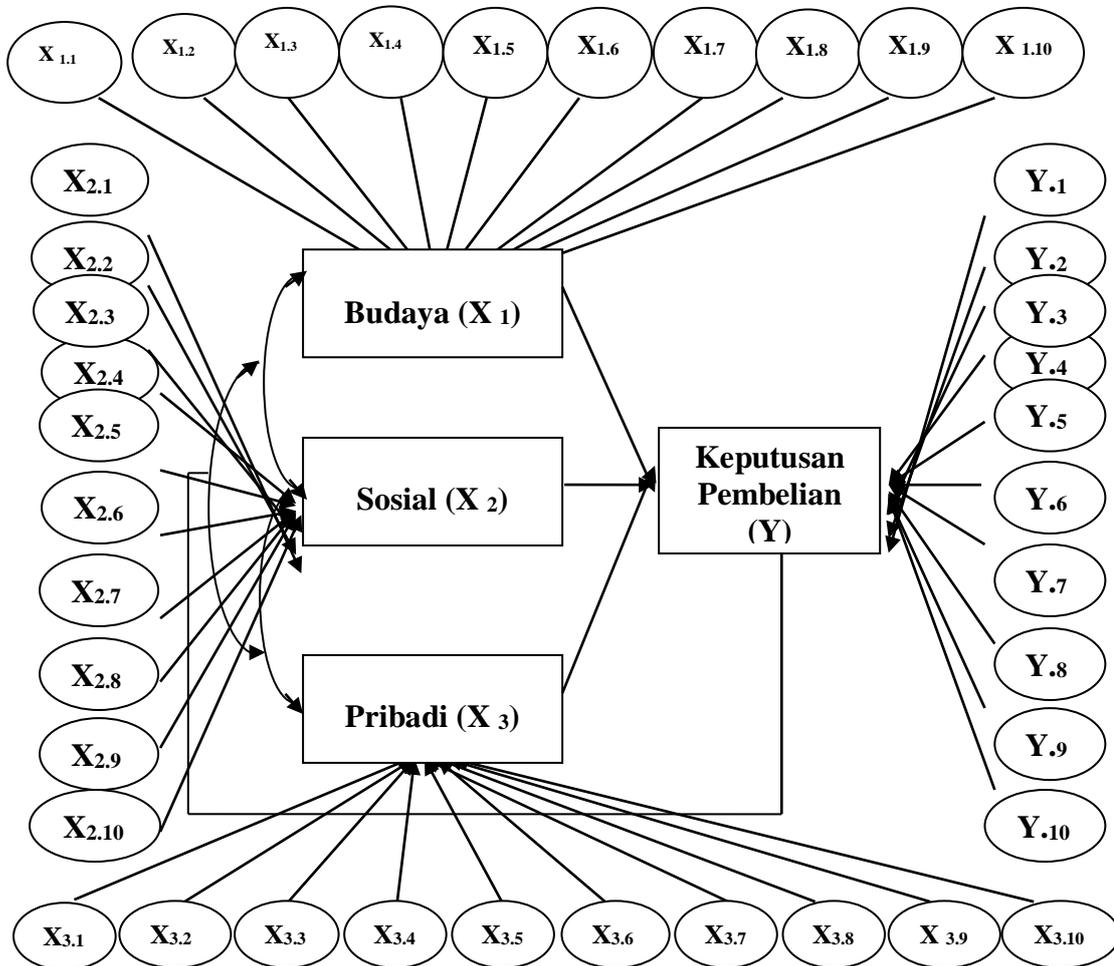
Sumber : Kotler (2012:26)

Keputusan pembelian (Peter, 2013:163) adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative dan memilih satu di antaranya. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, landasan teori dan metode yang akan digunakan, maka penelitian ini menggunakan model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2
Model Penelitian



Variabel dan Defenisi Variabel

Berikut ini adalah beberapa defenisi operasional variabel dalam penelitian :

Tabel 2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Indikator Spesifik
Budaya (X ₁)	Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang serta merupakan hasil proses belajar manusia terhadap lingkungan sekitarnya. (Thamrin,	1. Budaya 2. Tempat Tinggal 3. Lingkungan 4. Trend/mayoritas 5. Kebiasaan 6. Kepercayaan 7. Bermasyarakat 8. Pengalaman masa lalu 9. Kepercayaan	1. Pendidikan 2. Penghasilan orang tua 3. Budaya sekolah 4. Ketahanan individu 5. Pendidikan orang tua 6. Profesi orang tua 7. Online minedet 8. Keakraban dunia maya 9. Gaya hidup 10. Pengetahuan (Soedarsono, 1999)

	2012:113)	10. Nilai	
Sosial (X ₂)	Faktor sosial adalah sekelompok orang yg sama-sama memperhatikan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yg secara terus-menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal dan informal. Tantri (2012:110)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keluarga 2. Teman 3. Club 4. Informasi 5. Komunitas 6. Peraturan 7. Status Sosial 8. Rekan kerja 9. Peran 10. Kelompok acuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaksi social 2. Ruang lingkup lingkungan 3. Kebiasaan individu 4. Kebiasaan perkelompok 5. Sosiability 6. Konfidensi 7. Integritas 8. Attitude 9. Care 10. Preference (Daniel Goimen, 2017)
Pribadi (X ₃)	Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi (Omondi, 2017:124).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usia 2. Pekerjaan 3. Kondisi Ekonomi 4. Persepsi 5. Pendapatan 6. Konsep diri 7. Emosional 8. Pola Pikir 9. Kebutuhan 10. Kepribadian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Tekad 3. Law of attraction 4. Fleksibel 5. Kemampuan mengelola emosi 6. Kemampuan membina hubungan 7. Motivasi 8. Inovatif 9. Optimisme 10. Keberanian mengambil resiko (Finansial.com)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah konsumen memutuskan untuk membeli tentang Merek yang akan dibeli (Schiffman,2012:235)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Keputusan pasca pembelian 6. Pertimbangan dalam memilih variasi 7. Produk yang mudah ditemui 8. Adanya biaya untuk membeli 9. Menjatuhkan pilihan pada produk yang baik 10. Kesetiaan pada produk 	

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bangkinang Kota dengan waktu penelitian selama 2 (dua) bulan terhitung bulan Juni 2019. Sumber data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuesioner, *file research* dan observasi. Sampel diambil sebanyak 100 konsumen millennial yang membeli HP Vivo di counter Kembar Ponsel, Mitra Ponsel, Kayla Cell dan Nisa dengan teknik *purposive sampling*.. Analisa data yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan rumus $Y = \alpha + \beta_1X_1+ \beta_2X_2+ \beta_3X_3+ \epsilon$ sedangkan alat uji hipotesis yang digunakan adalah uji F dengan uji signifikansi $\alpha = 0,05$.

Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	3.698	2.445
Budaya	.479	.079
Sosial	.255	.076
Pribadi	.149	.070

Sumber : Data Olahan, Tahun 2019.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda yang dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 3,698 + 0,479 X_1 + 0,255 X_2 + 0,149 X_3$$

Nilai konstanta (a) adalah bernilai positif 3,698 artinya budaya, sosial dan pribadi bernilai tetap, maka keputusan pembelian akan tetap ada sebesar 3,698. Kemudian nilai koefisien regresi variabel budaya (β_1) bernilai positif = 0,479, variabel sosial (β_3) = 0,255 dan variabel pribadi (β_4) = 0,149 menunjukkan setiap peningkatan variabel budaya, sosial dan pribadi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian masing-masing variabel budaya sebesar 0,479, variable social sebesar 0,255 dan variable pribadi sebesar 0,149 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

2. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Hasil pengujian secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4
Hasil Uji F (Model ANOVA^b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1832.011	3	610.670	58.548	.000 ^b
Residual	1001.299	96	10.430		
Total	2833.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Pribadi, Budaya, Sosial

Sumber : Data Olahan, Tahun 2019.

Dari tabel terlihat hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan arti kata bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian terhadap HP Vivo di Bangkinang Kota.

3. Hasil Uji t (parsial)

Pengujian variabel *independent* secara simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara bersama-sama mempengaruhi terhadap variabel *dependent*.

Tabel 5
Hasil Uji t

No.	Variabel	t hitung	t tabel	α	Keterangan
1.	Budaya	6.050	.000	0,05	Signifikan
2.	Sosial	3.370	.001	0,05	Signifikan
3.	Pribadi	2.132	.036	0,05	Signifikan

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan tabel di atas diperoleh signifikansi variabel budaya (X_1) sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel budaya terhadap keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota. Untuk variabel Sosial (X_2) diperoleh signifikansi sebesar 0,001 yang juga lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sosial terhadap keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota. Sedangkan untuk variabel Pribadi (X_3) diperoleh signifikansi sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05 ($0,036 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel pribadi terhadap keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota.

4. Koefisien Korelasi (r)

Untuk melihat kuat atau lemahnya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat maka digunakan koefisien korelasi (r).

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Korelasi (r)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.636	3.230

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat koefisien korelasi (r) diperoleh sebesar 0,804 yang artinya antara variabel budaya, sosial dan pribadi terdapat keeratan hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota.

5. Koefisien Determinasi (R²)

Kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (koefisien determinasi) dapat dilihat dari besarnya nilai Adjusted R square $\times 100\%$. Dari tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,647 artinya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar $0,647 \times 100\% = 64,7\%$ yang ditentukan oleh variabel budaya, sosial dan pribadi. Sedangkan sisanya sebesar 35,3% ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan Uji F yaitu pengujian secara serentak (*simultan*) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan arti kata bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y, artinya variabel budaya, sosial dan pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

HP Vivo di Bangkinang Kota. Penelitian ini membuktikan bahwa Budaya, Sosial dan Pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian secara uji t (parsial) menunjukkan dari tiga variabel yang diuji yaitu budaya (X_1), sosial (X_2) dan pribadi (X_3) ternyata ke tiga variabel independen / bebas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan nilai signifikansi masing-masing variabel di bawah 0,005, yaitu untuk variabel budaya (X_1) signifikansi sebesar 0,000, variabel sosial (X_2) signifikansi sebesar 0,001, dan untuk variabel pribadi (X_3) signifikansi sebesar 0,036.

Hasil pengujian budaya (X_1) pada regresi diperoleh bahwa secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel budaya terhadap pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota. dan tanggapan responden paling tinggi terdapat pada pernyataan “Saya sebagai Millenial menggunakan HP Vivo karena sudah candu dengan keakraban dunia maya” (pernyataan 8), menunjukkan nilai rata-rata yang tertinggi yaitu 3,98.

Kotler dan Armstrong (2012:221) mendefinisikan kebudayaan sebagai seperangkat nilai-nilai, kepercayaan, kebiasaan, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh masyarakat sekitar, dari keluarga, atau lembaga formal lainnya sebagai sebuah pedoman perilaku. Aspek eksternal ini menjadi faktor penentu yang paling mendasar dari segi keinginan dan perilaku seseorang karena menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Dalam faktor kebudayaan, pemasar harus memahami pengaruhnya terhadap konsumen yang meliputi budaya, subbudaya dan kelas sosial. Kompetisi harga merupakan elemen utama dari ekonomi pasar bebas. Budaya memainkan peran penting dan mendalam dalam pembentukan perilaku pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa budaya berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu oleh Hasan (2018:272) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologi dalam keputusan pembelian produk motor matic di Kota Banjarmasin. Hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 81,4% artinya variabel budaya memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel keputusan pembelian.

Hasil pengujian sosial (X_2) pada regresi diperoleh bahwa secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sosial terhadap keputusan pembelian produk HP Vivo di Bangkinang Kota. dan tanggapan responden paling tinggi terdapat pada pernyataan “Anda memakai HP Vivo karena sebelumnya juga anda sudah memakai HP Vivo” (Indikator 13), menunjukkan nilai rata-rata yang tertinggi yaitu 3,73.

Faktor sosial merupakan pengaruh dari sekelompok orang yang memengaruhi seorang individu untuk mengikuti kebiasaannya. Faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga, serta peranan dan status sosial merupakan aspek eksternal yang menstimulasi keputusan pembelian konsumen (Kotler dan Keller, 2012).

Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu oleh Sunarto (2018:43) yang meneliti tentang analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. Hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 81,4 %.

Hasil pengujian pribadi (X_3) pada regresi diperoleh bahwa secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar 0,036, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel sosial terhadap keputusan pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota. dan tanggapan responden paling tinggi terdapat pada pernyataan “Saya menginginkan produk yang inovatif seiring dengan perkembangan zaman”. (Indikator 28) menunjukkan nilai rata-rata yang tertinggi yaitu 4,71.

Faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi (Omondi, 2017:124). Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu oleh Nila Desanda Dara Ayu (2015:63) yang meneliti tentang Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,6%. Variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel budaya dengan t hitungnya lebih besar, yakni 6.050 dari sosial dan pribadi yaitu 3.370 dan 2.132.

Simpulan

1. Secara simultan, terdapat pengaruh signifikan variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian pada HP Vivo di Bangkinang Kota.
2. Secara parsial, dimana variabel budaya, sosial dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada HP Vivo di Bangkinang Kota di mana nilai signifikansi 0,000 untuk variabel budaya, 0,001 untuk variabel sosial dan 0,036 untuk variabel pribadi dimana $< 0,05$.
3. Keeratan hubungan Variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian pada HP Vivo di Bangkinang Kota yaitu cukup kuat dengan besar kontribusi sebesar 64,7%

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta.
- Buchari, Alma 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Hasan. 2018. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen yang terdiri dari Faktor Budaya, Sosial, Kepribadian dan Psikologi dalam Keputusan Pembelian Produk Motor Matic*. Banjarmasin. JIEB : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Hlm. 255 - 274. ISSN ONLINE 2615-2134.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012. *Principle of Marketing*. 15th Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall. United States of America.
- _____ and Kevin L Keller. 2012. *Marketing management*. 14th Edition. Pearson, United States of America.
- _____ and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____. 2016. *Marketing Management*. 15e, Boston. Pearson Education.
- Omondi, S. 2017. *Determinants of Consumer Buying Behaviour for The Domestic Tourists in Kenya*. Tesis United States International University Africa. Diakses 20 Maret 2018.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa Damos Sihombing. Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Schiffman, G.L dan Kanuk, LL. 2009. *Perilaku Konsumen*. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sunarto. 2018. Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian HP Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*. Vol. V, No. 1. p-ISSN 2355-2700 e-ISSN 2550-0139/
- Thamrin & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta.

**ANALISIS IMPLEMENTASI SISTEM TRANSAKSI NON TUNAI
DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH
(Studi Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar)**

¹⁾Elmizar ²⁾Kasmadi

<p>¹⁾Alumni Program Studi Akuntansi STIE Bangkinang ²⁾ Dosen Program Studi Akuntansi Pada STIE Bangkinang</p>

ABSTRACT

The application of a non-cash transaction system is a system of development in the transparency of regional financial management. As a follow-up to the implementation of non-cash transactions, the Government of Kampar Regency has implemented a non-cash transaction in full on January 1, 2018 in accordance with the Kampar Regent's Regulation Number: 61 Year 2017 dated December 15, 2017 concerning the Non-Cash Payment System within the Kampar Regency Government. The purpose of this study is to find out the process of implementing a non-cash transaction system in local financial management in Kampar Regency, then to find out the problems and constraints as well as steps for improvement in the process of implementing a non-cash transaction system in regional financial management. The research method used in this research is descriptive qualitative research. The implementation of non-cash transactions by the Kampar District Government has shown a 75% percentage of the level of "Good" implementation. The implementation of the non-cash transaction system at the Kampar Regency government has not been effective because there are still internal and external constraints including limited human resources in financial management, infrastructure limitations to support non-cash transactions, the absence of SOPs in the implementation of non-cash transactions, not all partners have bank accounts and the Treasurer Cash Management System (CMS) application is not yet available.

Keywords: *Implementation of Non-Cash Transaction System, Regional Financial Management*

Pendahuluan

Reformasi keuangan negara di Indonesia ditandai dengan adanya Undang-Undang di bidang Keuangan Negara yaitu UU No.17 Tahun 2003 dan UU No. 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara yang mengamanatkan pentingnya tata kelola keuangan yang baik (*good financial governance*) dimana pemerintah melakukan pertanggungjawaban melalui laporan keuangan karena laporan keuangan digunakan oleh pemerintah untuk memenuhi ekspektasi masyarakat untuk mengungkapkan posisi keuangan dan kinerjanya dalam memberikan pelayanannya kepada publik.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 Tentang Pengelolaan Keuangan Daerah, Pasal 4 menyatakan bahwa; (1) Keuangan daerah dikelola secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan, dan bertanggung jawab dengan memperhatikan asas keadilan, kepatutan, dan manfaat untuk masyarakat. (2) Pengelolaan keuangan daerah dilaksanakan dalam suatu sistem yang terintegrasi yang diwujudkan dalam APBD yang setiap tahun ditetapkan dengan peraturan daerah. Penilaian kinerja terhadap individu sangat bermanfaat bagi dinamika

pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja pegawai.

Dalam upaya peningkatan sistem pengelolaan keuangan daerah yang efisien dan efektif maka pemerintah menerbitkan Surat Edaran (SE) Menteri Dalam Negeri Nomor 910/ 1866/SJ dan Nomor 910/ 1866/SJ Tanggal 17 April 2017 Tentang Implementasi Transaksi Non Tunai Pemerintah Daerah Provinsi dan Kabupaten/Kota, yang sesuai dengan Ketentuan Pasal 283 ayat (2) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang mengamanatkan bahwa pengelolaan keuangan daerah dilakukan secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan dan bertanggungjawab dengan memperhatikan rasa keadilan, kepatutan, dan manfaat untuk masyarakat dan sesuai Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi.

Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang menjadi pilot project dalam pelaksanaan transaksi non tunai, dimana penerapannya didasari oleh Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi dan Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No. 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah. Sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan transaksi non tunai dimaksud, pemerintah Kabupaten Kampar mengeluarkan Peraturan Bupati Kampar 61 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang Sistem Pembayaran Non Tunai dilingkungan Pemerintah Kabupaten Kampar.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi sistem transaksi non tunai dalam pengelolaan keuangan daerah pada Pemerintah Kabupaten Kampar, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui implementasi sistem transaksi non tunai dalam pengelolaan keuangan daerah, mengidentifikasi permasalahan internal dan eksternal sistem transaksi non tunai dan merekomendasikan langkah perbaikan penerapan sistem transaksi non tunai dalam pengelolaan keuangan daerah pada pemerintah Kabupaten Kampar.

Akuntansi Pemerintah

Akuntansi pemerintahan merupakan salah satu akuntansi sektor publik yang berkembang pesat di Indonesia. Bastian (2010:3) mendefinisikan Akuntansi sektor publik adalah mekanisme teknik dan analisis akuntansi yang diterapkan pada pengelolaan dana masyarakat di lembaga-lembaga tinggi negara dan departemen-departemen dibawahnya, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, LSM, dan yayasan sosial, maupun pada proyek-proyek kerja sama sektor publik serta swasta. Pada dasarnya tujuan akuntansi pemerintahan sama dengan tujuan akuntansi bisnis, yaitu memberikan informasi keuangan atas transaksi keuangan yang dilakukan organisasi tersebut dalam periode tertentu dan posisi keuangan pada tanggal tertentu kepada para penggunanya dalam rangka pengambilan keputusan. Berkenaan dengan itu, akuntansi pemerintah secara khusus memiliki tujuan berikut :

1. Akuntabilitas, tujuan utama dari akuntabilitas ditekankan karena setiap pengelola atau manajemen dapat menyampaikan akuntabilitas keuangan dengan menyampaikan suatu laporan keuangan.
2. Manajerial, akuntansi Pemerintahan memungkinkan pemerintah untuk melakukan perencanaan berupa penyusunan APBN dan strategi pembangunan lain, untuk melakukan pelaksanaan kegiatan pembangunan dan pengendalian atas kegiatan tersebut dalam rangka pencapaian ketaatan kepada peraturan perundang-undangan, efisiensi, efektivitas, dan ekonomis.
3. Pengawasan, akuntansi pemerintahan diadakan untuk memungkinkan diadakannya pengawasan pengurusan keuangan negara dengan lebih mudah oleh aparat pemeriksa.

Pengelolaan Keuangan Daerah

Pengelolaan keuangan daerah merupakan hal yang sangat penting yang harus dilaksanakan oleh aparatur daerah, dimana untuk meningkatkan kinerja pemerintah daerah salah satunya adalah dengan melakukan pengelolaan keuangan daerah secara lebih transparan, akuntabel, dan partisipatif serta sesuai dengan peraturan yang berlaku. Permendagri Nomor 21 Tahun 2011 tentang perubahan kedua atas Permendagri Nomor 13 Tahun 2006, pasal 1 ayat (8) menjelaskan Pengelolaan keuangan daerah adalah keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban, dan pengawasan keuangan daerah. Pengelolaan keuangan daerah yang diatur dalam peraturan menteri ini meliputi kekuasaan pengelolaan keuangan daerah, azas umum dan struktur APBD, penyusunan rancangan APBD, penetapan APBD, penyusunan dan penetapan APBD bagi daerah yang belum memiliki DPRD, pelaksanaan APBD, perubahan APBD, pengelolaan kas, penatausahaan keuangan daerah, akuntansi keuangan daerah, pertanggungjawaban pelaksanaan APBD, pembinaan dan pengawasan pengelolaan keuangan daerah, kerugian daerah, dan pengelolaan keuangan BLUD. Chabib dan Heru (2010:10) menjelaskan ada 5 prinsip dalam pengelolaan keuangan yang diperlukan untuk mengontrol kebijakan keuangan daerah meliputi: (1) akuntabilitas; (2) *Value for Money*; (3) kejujuran dalam mengelola keuangan publik (*Probity*); (4) transparansi; dan (5) pengendalian.

Sistem Transaksi Non Tunai

Sistem transaksi non tunai adalah sistem yang mencakup pemindahan dana uang dari satu pihak ke pihak yang lain guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem transaksi nontunai melibatkan lembaga perantara agar dana tersebut dapat benar-benar efektif berpindah dari pihak yang menyerahkan ke pihak penerima. Jika kedua pihak yang terlibat merupakan nasabah pada bank yang sama, proses perpindahan dana lebih sederhana. Bank tersebut cukup melakukan proses pemindahbukuan dari rekening yang satu ke rekening lainnya. Namun, tidak demikian halnya jika kedua pihak merupakan nasabah bank pada bank yang berbeda.

Transaksi non tunai memberikan manfaat kepada perekonomian, antara lain :

- 1) Hemat ruangan. Dengan sistem transaksi non tunai, berarti uang anda tetap berada di sistem keuangan yang terlindungi. Anda cukup menggunakan kartu atau aplikasi mobile atau bertansaksi lewat internet. Karena tidak ada uang yang perlu dipegang atau disimpan, berarti tidak perlu menyimpan uang penampungan atau penyimpanan uang khusus.
- 2) Lebih aman. Alat transaksi non tunai menggunakan sandi rahasia yang hanya diketahui oleh pemiliknya. Sistem keamanannya pun berlapis. Mulai dari penggunaan PIN sampai verifikasi lewat SMS atau email. Keamanan makin terjamin berkat adanya pemberitahuan untuk setiap transaksi tertentu. Uang fisik yang terlibat dalam transaksi non tunai juga dijamin keamanannya oleh pihak penyedia non tunai dan bank tempat penyimpanan uang.
- 3) Lebih nyaman. Antrian saat transaksi akan jauh lebih cepat. Dan tidak akan menerima permen sebagai pengganti kembalian.
- 4) Lebih transparan. Ini yang tidak bias disediakan oleh instrument tunai. Setiap transaksi non tunai yang kita lakukan tercatat oleh sistem dan tersimpan dalam catatan aktifitas kita, baik berupa struk maupun berupa riwayat transaksi pada aplikasi atau website.

Implementasi Transaksi Non Tunai Pemerintah Daerah

Penerapan Sistem Transaksi Non Tunai didasari oleh instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi maupun Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah kabupaten/kota. Penerapan Transaksi Non Tunai merupakan upaya pemerintah dalam meningkatkan pengelolaan keuangan daerah, ini sesuai dengan Ketentuan Pasal 283 ayat (2) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang mengamanatkan bahwa pengelolaan keuangan daerah dilakukan secara tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efisien, ekonomis, efektif, transparan dan bertanggungjawab dengan memperhatikan rasa keadilan, kepatutan, dan manfaat untuk masyarakat. Dalam upaya peningkatan akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan, maka pemerintah melakukan upaya percepatan implementasi transaksi non tunai di pemerintahan daerah yang dijelaskan dalam Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah, sebagai berikut:

1. Transaksi non tunai merupakan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain dengan menggunakan instrument berupa Alat pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), cek, bilyet giro, uang elektronik atau sejenisnya.
2. Pelaksanaan transaksi non tunai pada pemerintah daerah dilaksanakan paling lambat tanggal 1 Januari 2018 yang meliputi seluruh transaksi:
 - a. Penerimaan daerah yang dilakukan oleh bendahara penerimaan/bendahara penerimaan pembantu; dan
 - b. Pengeluaran daerah yang dilakukan oleh bendahara pengeluaran/ bendahara pengeluaran pembantu.
3. Melakukan koordinasi dengan lembaga keuangan bank dan/atau lembaga keuangan bukan bank terkait di daerah.
4. Bupati/Walikota menetapkan kebijakan implementasi transaksi non tunai serta menyusun rencana aksi atas pelaksanaan kebijakan dimaksud.
5. Dalam hal karena pertimbangan keterbatasan infrastruktur yang terkait dengan penyelenggaraan transaksi non tunai di daerah, pemerintah daerah dapat melaksanakan transaksi non tunai dimaksud secara bertahap dengan melakukan pembatasan penggunaan uang tunai dalam pelaksanaan transaksi penerimaan oleh bendahara penerimaan/bendahara penerimaan pembantu dan transaksi pengeluaran oleh bendahara pengeluaran/bendahara pengeluaran pembantu yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota.
6. Bupati/Walikota melaporkan perkembangan kesiapan implementasi transaksi non tunai di daerahnya masing-masing kepada Gubernur dan tembusannya disampaikan kepada Menteri Dalam Negeri Cq. Diterktur Jenderal Bina Keuangan Daerah paling lambat 1 September 2017.

Langkah dan Strategi Implementasi Non Tunai Pemerintah

Untuk mewujudkan implementasi transaksi non tunai pemerintah daerah harus mempersiapkan langkah-langkah strategi sebagai berikut :

1. Komitmen, berupa kesiapan pihak-pihak terkait dalam membangun komitmen untuk perubahan baik kepala daerah, DPRD, BPKD/PPK, Kepala SKPD, Inspektorat dan seluh pegawai.
2. Regulasi, dalam pelaksanaan transaksi non tunai berupa ketersediaan kebijakan pengelolaan keuangan, ketersediaan sistem dan prosedur pengelolaan keuangan daerah serta kebijakan implementasi transaksi non tunai.

3. Sumber Daya Manusia, dalam hal ini berupa rekrutmen bendahara, sosialisasi penerapan transaksi non tunai, bimtek secara berkala, pendampingan, reward and punishment.
4. Sistem Informasi Terintegrasi, merupakan sistem informasi yang terintegrasi berupa Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah, Sistem transaksi pembayaran UP/GU/TU/LS, Sistem Pembayaran Non Tunai dan sistem yang terintegrasi dengan sistem Bank.
5. Dukungan Perbankan, berupa Aplikasi Bank, Fasilitas Bank, Internet Banking, Kartu Debet, CMS dan Cetak Transaksi.
6. Penyediaan Barang/Jasa, berupa kerjasam penyedia barang/jasa seperti memiliki rekening bank, punya NPWP, ikut SOP Pembayaran Pemda dan mengikuti mekanisme pengadaan pemerintah.
7. Pengawasan, dalam hal ini terkait dengan pengawasan internal dan eksternal, dimana pengawasan internal dari Kepala OPD/PA/KPA, PPK SKPD dan Atasan Langsung sedangkan pengawasan eksternal berupa pengawasan dari Inpektorat, BPK dan lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan pada pemerintah daerah Kabupaten Kampar khususnya di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) yang merupakan badan yang memegang peranan dan fungsi strategis dibidang pengelolaan keuangan dan pengelolaan asset daerah. Waktu penelitian selama dua bulan yaitu bulan Agustus sampai dengan September 2019. Jenis dan sumber data adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi dan kajian dokumen. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif yaitu dengan membandingkan antara standar operasi dan prosedur penyelenggaraan transaksi non tunai dengan praktek penanganan yang dilakukan objek penelitian, pendekatan analisis menggunakan diagnostik reading yaitu analisa dengan menggunakan alur pekerjaan dan pelaksanaan.

Hasil Penelitian

Implementasi Sistem Transaksi non Tunai dalam Pengelolaan Keuangan Daerah di Pemerintah Kabupaten Kampar

Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang menjadi pilot project dalam pelaksanaan transaksi non tunai, dimana penerapannya didasari oleh Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi dan Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No. 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah. Sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan transaksi non tunai dimaksud Pemerintah Kabupaten Kampar telah melaksanakan Transaksi non tunai secara penuh pada 1 Januari 2018 sesuai dengan Peraturan Bupati Kampar Nomor : 60 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Pencairan Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Kampar Secara Elektronik (E-Payment) dan Nomor : 61 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang Sistem Pembayaran Non Tunai dilingkungan Pemerintah Kabupaten Kampar.

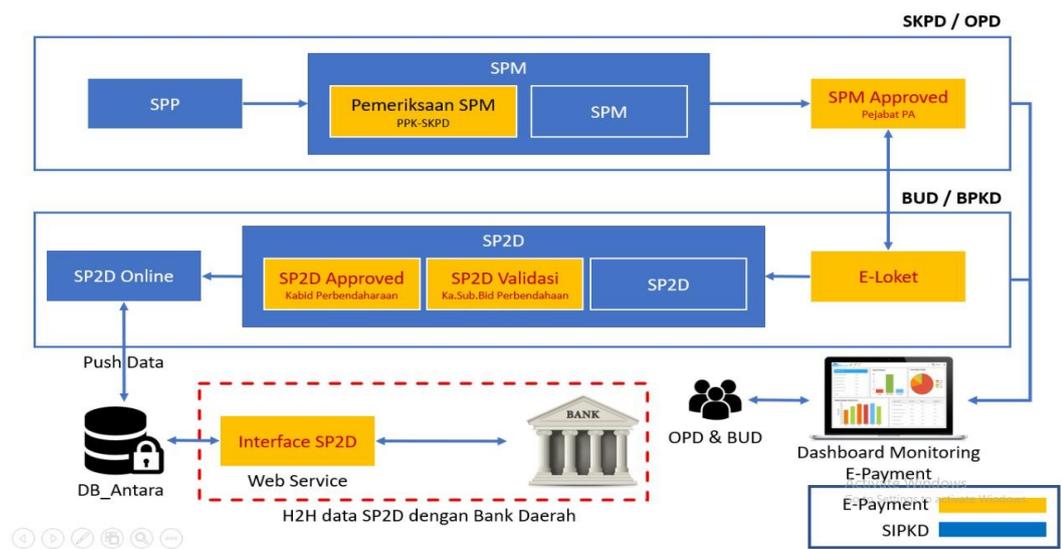
Mekanisme Pencairan Dana Pemerintah Kabupaten Kampar Secara Elektronik (E-Payment)

E-Payment Pemerintah Kabupaten Kampar adalah sebuah sistem Pengelolaan Keuangan Daerah dalam rangka mempercepat dan memperlancar proses pencairan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Kampar secara elektronik.

Dimana dasar pelaksanaan *e-payment* ini adalah Peraturan Bupati Kampar Nomor 60 Tahun 2017 tentang Tata Cara Pencairan Dana APBD Kabupaten Kampar secara Elektronik. Adapun tujuan penyelenggaraan sistem ini yaitu dalam rangka mempercepat dan memperlancar proses pencairan dana APBD Kabupaten Kampar dengan tetap memperhatikan aspek keamanan proses dan kejelasan tanggung jawab dari masing-masing pengelola keuangan. Alur dan prosedur pengadministrasian dalam rangka pencairan dana kepada penyedia barang dan jasa baik sebelum dan sesudah adanya *e-Payment* adalah tetap sama, yaitu mengacu pada Peraturan Bupati Kampar Nomor 35 Tahun 2009 tentang Sistem dan Prosedur Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Kampar sebagaimana telah dirubah dengan Peraturan Bupati Kampar Nomor 59 Tahun 2017 Tentang Sistem dan Prosedur Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Kampar.

Hal yang membedakan mekanisme pencairan dana setelah adanya *e-Payment* adalah penerbitan e-SPM dan e-SP2D sehingga pihak SKPD tidak lagi mengirimkan dokumen SPM berupa hardcopy kepada BUD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) secara manual, melainkan dikirim secara online melalui aplikasi *E-Payment*. Untuk dapat memahami alur dan prosedur pencairan dana kepada penyedia barang dan jasa secara elektronik, maka akan disajikan bagan alir mengenai pelaksanaan *e-Payment* sebagai berikut:

Gambar 1
Bagan Alur Pencairan Dana APBD secara Elektronik (e-payment)



Sumber : Dokumen Badan Pengelolaan keuangan dan Aset Daerah Kab. kampar

Pengelolaan Keuangan Daerah di Pemerintah Kabupaten Kampar

Dalam upaya peningkatan akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan, pemerintah melakukan upaya percepatan implementasi transaksi non tunai di pemerintahan daerah yang dijelaskan dalam Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah, dimana pokok-pokok Surat Edaran Mendagri No. 910/1866/SJ dan 910/1867/SJ Tentang Implementasi Transaksi Non Tunai pada Pemerintah Daerah sebagai berikut :

1. Akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan daerah

2. Pemindahan uang dengan menggunakan instrument APMK, Cek, Bilyet, Giro, uang elektronik dan sejenisnya
3. Dilaksanakan paling lambat 1 Januari 2018 meliputi seluruh transaksi Penerimaan Daerah dan Pengeluaran Daerah.
4. Berkoordinasi dengan bank dan atau lembaga bukan bank di daerah
5. Pemda menetapkan kebijakan implementasi dan menyusun action plan
6. Implementasi transaksi non tunai dapat dilakukan secara bertahap
7. Pemda melaporkan perkembangan kesiapan implementasi transaksi non tunai kepada Mendagri paling lambat 1 Oktober 2017.

Sebagai tindak lanjut dari implementasi transaksi non tunai dimaksud Pemerintah Kabupaten Kampar telah melaksanakan Transaksi non tunai secara penuh pada 1 Januari 2018 sesuai dengan Peraturan Bupati Kampar Nomor : 60 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Pencairan Dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Kampar Secara Elektronik (E-Payment) dan Nomor : 61 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang Sistem Pembayaran Non Tunai dilingkungan Pemerintah Kabupaten Kampar.

Untuk penunjang dalam pelaksanaan sistem transaksi non tunai dimaksud Pemerintah Kabupaten Kampar membangun suatu sistem yang terintegrasi antar OPD, BUD dan Bank Riau Kepri berupa Aplikasi E-Payment, dimana E-Payment adalah sebuah sistem Pengelolaan Keuangan Daerah dalam rangka memepercepat dan memperlancar proses pencairan dana Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Kampar secara elektronik. Hal yang membedakan mekanisme pencairan dana setelah adanya e-Payment adalah penerbitan e-SPM dan e-SP2D sehingga pihak SKPD tidak lagi mengirim dokumen SPM berupa hardcopy kepada BUD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) secara manual, melainkan dikirim secara online melalui aplikasi E-Payment.

Permasalahan Internal dan Eksternal Implementasi Transaksi Non Tunai Pemerintah Kabupaten Kampar

Dalam penerapan sistem transaksi non tunai yang telah dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Kampar ada beberapa permasalahan yang dihadapi baik internal maupun eksternal, berikut permasalahan-permasalahan dalam Penerapan Sistem Transaksi Non Tunai dalam Pengelolaan Keuangan Daerah di Kabupaten Kampar :

Internal

1. Keterbatasan SDM pengelola keuangan terhadap sistem aplikasi keuangan dan aplikasi perbankan.
2. Infrastruktur yang kurang memadai dalam penerapan transaksi non tunai seperti stabilitas daya listrik, koneksi jaringan internet yang kurang memadai dan ketersediaan peralatan dalam mengelola data transaksi elektronik.
3. Belum ada Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelaksanaan transaksi non tunai.

Eksternal

1. Belum semua rekanan atau pihak ketiga memiliki rekening Bank Riau Kepri sehingga mengalami kendala dalam proses transfer.
2. Aplikasi CMS (Cash Management System) Bendahara belum tersedia sehingga Bendahara Pengeluaran belum dapat melakukan pemindah bukuan secara real time.
3. Pelayanan dan fasilitas Bank dalam dukungan transaksi non tunai belum maksimal seperti notifikasi SMS Banking, Penyediaan Mesin ATM dan lainnya.
4. Sistem SKPD Online Bendahara Pengeluaran untuk memfasilitasi proses transaksi non tunai tidak sepenuhnya kewenangan bendahara pengeluaran, dimana bendahara

pengeluaran dalam hal ini hanya sebatas menginput data transaksi pengeluaran dan proses transfer dilakukan oleh Bank Riau Kepri.

Langkah perbaikan penerapan sistem transaksi non tunai dalam pengelolaan keuangan daerah pada Pemerintah Kabupaten Kampar

Dari permasalahan penerapan transaksi non tunai yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kampar, maka langkah-langkah perbaikan dari permasalahan dimaksud adalah :

1. Pemerintah perlu membuat kebijakan-kebijakan strategi dalam pengendalian penggunaan uang tunai, peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia serta SOP penerapan sistem transaksi non tunai.
2. Peningkatan kerja sama dengan penyedia barang/jasa untuk dukungan transaksi non tunai.
3. Peningkatan infrastruktur berupa stabilitas daya listrik, koneksi jaringan internet yang handal, penyediaan peralatan komputer dan sistem informasi yang terintegrasi.
3. Penyiapan Aplikasi CMS (*Cash Management Sistem*), agar bendahara pengeluaran dapat melakukan pemindah bukuan secara real time, cepat, aman, dan efisien.
4. Peningkatan Layanan dan fasilitas Perbankan berupa notifikasi SMS Banking, Mobil Banking dan penyediaan Mesin ATM yang memadai.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan sistem transaksi non tunai merupakan sistem pengembangan dalam transparansi pengelolaan keuangan daerah. Pelaksanaan transaksi non tunai Pemerintah Kabupaten Kampar dimulai secara penuh pada bulan Januari 2018 sesuai dengan amanat Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No 910/1867/SJ tentang implementasi transaksi non tunai pada pemerintah daerah kabupaten/kota, namun belum terealisasi 100% karena masih dibolehkan melakukan transaksi secara tunai sesuai dengan Peraturan Bupati Kampar Nomor 61 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang Sistem Pembayaran Non Tunai dilingkungan Pemerintah Kabupaten Kampar. Tingkat penerapan transaksi non tunai yang telah dilakukan Pemerintah Kabupaten Kampar sudah menunjukkan persentase 75 % pada tingkat penerapan “Baik”.
2. Implementasi sistem transaksi non tunai pada pemerintah Kabupaten Kampar masih belum berjalan efektif karena masih terdapat kendala-kendala baik internal maupun eksternal antara lain keterbatasan SDM pengelolaan keuangan, keterbatasan infrastruktur untuk dukungan transaksi non tunai, belum adanya SOP dalam pelaksanaan transaksi non tunai, belum semua rekanan memiliki rekening bank serta Aplikasi CMS (*Cash Management System*) Bendahara belum tersedia.

Daftar Pustaka

- Bastian, Indra. 2010. *Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar Edisi Ketiga*. Penerbit Erlangga :Jakarta
- Chabib Sholeh dan Heru Rochmansjah, 2010, *Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Sebuah Pendekatan Struktural Menuju Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik*. Bandung: Fokusmedia.
- Instruksi Presiden Nomor 10 Tahun 2016 *Tentang Pencegahan dan Pemberantasan Korupsi*.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2005 Tentang *Pengelolaan Keuangan Daerah*.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 21 Tahun 2011 Tetang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 Tentang *Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah*.
- Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar, Peraturan Bupati Kampar Nomor : 60 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang *Tata Cara Pencairan Dana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah Kabupaten Kampar Secara Elektronik (E-Payment)*
- Pemerintah Daerah Kabupaten Kampar, Peraturan Bupati Kampar Nomor : 61 Tahun 2017 Tanggal 15 Desember 2017 tentang *Sistem Pembayaran Non Tunai dilingkungan Pemerintah Kabupten Kampar*
- Peraturan Bupati Kampar Nomor 59 Tahun 2017 *Tentang Sistem dan Prosedur Pengelolaan Keuangan Daerah*
- Surat Edaran (SE) Menteri Dalam Negeri Nomor 910/ 1866/SJ dan Nomor 910/ 1866/SJ Tanggal 17 April 2017 Tentang Implementasi Transaksi Non Tunai Pemerintah Daerah Provisi dan Kabupaten/Kota. Jakarta.
- Undang-Undang No.17 Tahun 2003 dan UU No. 1 Tahun 2004 *Tentang Perbendaharaan Negara*.
- Undang-Undang No.23 Tahun 2014 *Tentang Pemerintah Daerah*.

**PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA
PEGAWAI PADA BADAN PENANGGULANGAN BENCANA
DAERAH (BPBD) KABUPATEN KAMPAR**

¹⁾Rahmat Taufiq ²⁾Yulizar Baharuddin

¹⁾ Alumni Program Studi Manajemen STIE Bangkinang ²⁾ Dosen Program Studi Manajemen Pada STIE Bangkinang
--

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of work stress and motivation on employee performance in the Kampar District Regional Disaster Management Agency. Job stress is a feeling experienced by employees in dealing with work. This work stress, among others, unstable emotions, feelings of displeasure, can not relax, anxiety, tension, nervousness, increased blood pressure, and experiencing indigestion. Motivation is the encouragement of the individual to carry out certain activities in order to meet their needs so that the goal is finally achieved. While the performance is the level of success achieved by an employee in his work, which looks inside how the quality and quantity of an employee in doing a job. The analysis in this study uses multiple analysis with 65 respondents. Sampling uses the census method, while the hypothesis testing in this study uses the f test and t test. Based on the results of the study it can be concluded that simultaneously and partially, work stress and motivation significantly influence performance.

Keywords : *Job Stress, Motivation, Performance*

Pendahuluan

Indonesia berada pada wilayah yang rawan terhadap berbagai kejadian bahaya alam, yaitu seperti bencana geologi (gempa, gunung api, longsor, tsunami) dan hidro meteorologi (banjir, kekeringan, pasang surut, gelombang besar dan sebagainya). Bencana yang paling sering terjadi di Indonesia adalah banjir yang mengakibatkan tanah longsor. Kondisi morfologi di Indonesia yaitu relief bentang alam yang sangat bervariasi dan banyaknya sungai yang mengalir diantaranya menyebabkan selalu terjadinya banjir di Indonesia di setiap musim penghujan.

Faktor kondisi alam tersebut diperparah oleh meningkatnya jumlah penduduk yang menjadi faktor pemicu terjadinya banjir secara tidak langsung. Tingkahlaku manusia yang tidak menjaga kelestarian hutan dengan melakukan penebangan hutan yang tidak terkontrol juga dapat menyebabkan peningkatan aliran air permukaan yang tinggi dan tidak terkendali sehingga terjadi kerusakan lingkungan di daerah suatu wilayah sungai. Bencana banjir yang terjadi di wilayah Indonesia setiap tahunnya terbukti menimbulkan dampak pada kehidupan manusia dan lingkungannya terutama dalam hal korban jiwa dan kerugian materi.

Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar adalah salah satu lembaga Pemerintah Kabupaten Kampar non-Departemen yang melaksanakan tugas penanggulangan bencana di daerah dengan berpedoman pada kebijakan yang ditetapkan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Kampar dipimpin oleh seorang Kepala Pelaksana Badan yang memiliki tugas pokok memimpin, merumuskan, mengatur,

membina, mengendalikan, mengkoordinasikan dan mempertanggung jawabkan kebijakan teknis penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah yang bersifat spesifik di bidang penanggulangan bencana. Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut, Kepala Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dibantu oleh Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan tenaga honorer. Adapun jumlah pegawai tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Jumlah Pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD)
Kabupaten Kampar Tahun 2014-2018

Tahun	Pendidikan Terakhir				Status Kepegawaian		Jumlah
	SMA	DII/III	S1	S2	PNS	Honor	
2014	70	2	17	4	49	44	93
2015	70	2	17	4	49	44	93
2016	57	2	19	4	47	35	82
2017	33	1	27	4	43	22	65
2018	25	0	34	6	40	25	65

Sumber : BPBD Kabupaten Kampar 2019

Dapat dilihat pada Tabel 1 tingkat pendidikan pegawai BPBD Kabupaten Kampar pada tahun 2014 hingga tahun 2016, tingkat pendidikan SMA lebih banyak dibandingkan dengan tingkat pendidikan DII/III, S1 maupun S2. Akan tetapi pada tahun 2017 pegawai yang berpendidikan SMA berjumlah 33 orang dan tahun 2018 berjumlah 25 orang. Keberadaan sumber daya manusia merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam sebuah organisasi, Perkembangan dalam organisasi akan tercapai apabila ditunjang dengan sumber daya manusia yang berkualitas. Organisasi dengan kualitas Sumber Daya Manusia yang tinggi mampu menjalankan fungsi-fungsi organisasi dengan baik sehingga mampu mencapai tujuan dan meningkatkan keberhasilan organisasi.

Penanganan sumber daya manusia sangat tergantung pada tingkat kesadaran manajemen terhadap pentingnya sumber daya manusia dalam pencapaian tujuan organisasi. Melalui sumber daya manusia yang efektif mengharuskan pimpinan dapat menemukan cara terbaik dalam mendayagunakan orang-orang yang ada agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Indonesia sebagai Negara yang memiliki luas wilayah dan jumlah rakyat yang besar sudah menjadi keharusan memiliki suatu sistem pelayanan terpadu Negara di semua bidang. Dalam hal ini pengelola sistem tersebut kemudian kita kenal dengan sebutan Pegawai Negeri Sipil (PNS). PNS ini merupakan aparatur Negara yang bertujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat baik secara profesional, jujur, adil, dan merata. Oleh karena itu, PNS harus berperilaku sesuai dengan amanat yang telah diberikan dan tidak menyalahgunakannya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pegawai pada BPBD Kabupaten Kampar, stres kerja yang dialami pegawai pada BPBD Kabupaten Kampar adalah kondisi lapangan yang tidak sesuai dengan ekspektasi para pegawai, dimana mereka mempunyai tugas mencakup pencegahan bencana, penanganan darurat, rehabilitasi, serta rekonstruksi, pekerjaan yang beresiko, mendesak dan berat. Tugas yang diemban, rentan terhadap stress karena tuntutan pekerjaan yang berat dimana setiap saat harus waspada terhadap bencana yang akan terjadi dan tidak bisa diprediksi. Bila stres kerja telah terjadi maka haruslah segera dicari solusinya, bila tidak akan menimbulkan kejadian-kejadian yang tak diinginkan, misalnya kinerja yang semakin memburuk, seringnya terjadi *missed communication* antara pegawai.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kinerja adalah motivasi. Pada dasarnya motivasi adalah proses yang menentukan seberapa banyak usaha yang akan dicurahkan

untuk melaksanakan pekerjaan. Motivasi atau dorongan untuk bekerja ini sangat menentukan bagi tercapainya suatu tujuan, maka manusia harus dapat menumbuhkan motivasi kerja setinggi – tingginya. Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) pegawai dalam menghadapi situasi kerja (*situation*). Sikap mental pegawai yang pro dan positif terhadap situasi kerja, kebutuhan rasa aman, motivasi untuk mendapatkan penghargaan, honorarium serta promosi adalah motivasi dalam mencapai kinerja maksimal.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar, motivasi kerja pada BPBD Kabupaten Kampar sangatlah rendah, hal ini ditunjukkan oleh beberapa perilaku pegawai yang datang terlambat tanpa alasan yang jelas, meninggalkan ruangan kerja bukan pada jam istirahat, serta kurang dapat melaksanakan tugas yang diberikan atasannya dengan penuh tanggungjawab. Motivasi kerja perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh oleh pimpinan dalam setiap jenjang struktur, karena motivasi tersebut dapat mempengaruhi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya, motivasi dapat dilihat dari sikap dan perilaku yang ditunjukkan pegawai dalam menjalankan pekerjaannya, pegawai dapat dikatakan belum sepenuhnya baik seperti tingkat pemanfaatan jam kerja belum maksimal, kurang memiliki tanggungjawab pribadi dalam menyelesaikan laporan kegiatan yang telah dilakukan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah bagaimana pengaruh stres kerja dan motivasi secara simultan dan parsial terhadap kinerja Pegawai Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh stres kerja dan motivasi secara simultan dan parsial terhadap kinerja Pegawai Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar.

Stres Kerja

Stres kerja merupakan interaksi antara seseorang dengan situasi lingkungan atau stresor yang dianggap mengancam atau menantang, dan menimbulkan gangguan psikologis, fisiologis, perilaku, dan gangguan pada organisasi. Stres menunjukkan suatu kondisi dinamika di mana seorang individu dikonfrontasikan dengan suatu peluang, kendala, atau tuntutan yang dikaitkan dengan apa yang diinginkan dan yang hasilnya dipersepsikan sebagai hal yang tidak pasti.

Mangkunegara (2011:179) mengemukakan bahwa stres kerja sebagai suatu ketegangan atau tekanan yang dialami ketika tuntutan yang dihadapkan melebihi kekuatan yang ada pada diri kita. Menurut Sedarmayanti (2011:76) menyatakan bahwa stres sebagai kelebihan tuntutan atas kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan. Masalah yang terdapat dalam lingkungan kerja di kantor maupun yang ada hubungannya dengan orang lain, dapat menimbulkan beban yang berlebihan. Adapun menurut Siagian (2011:300) menyatakan bahwa stres merupakan kondisi ketegangan yang berpengaruh terhadap emosi, jalan pikiran, dan kondisi fisik seseorang. Selanjutnya Mangkunegara (2011:157) mengemukakan bahwa stres kerja sebagai perasaan yang menekan atau merasa tertekan yang dialami pegawai dalam menghadapi pekerjaan. Stres kerja adalah suatu kondisi ketegangan yang menciptakan adanya ketidakseimbangan fisik dan psikis, yang mempengaruhi emosi, proses berpikir, dan kondisi seorang pegawai.

Stres yang terlalu besar dapat mengancam kemampuan seseorang untuk menghadapi lingkungan. Sebagai hasilnya, pada diri pegawai berkembang berbagai macam gejala stres yang dapat mengganggu pelaksanaan pekerjaan mereka (Rivai, 2009:33). Perbedaan individu memiliki konsekuensi adanya perbedaan tingkat stress yang dialami. Dengan kata lain, untuk tingkat stres yang sama, belum tentu masing-masing

karyawan merasakan efek yang sama. Faktor individu yang umum mempengaruhi respon stres terhadap seseorang antara lain: keturunan, usia, jenis kelamin, dukungan sosial, dan kepribadian. Persepsi, *locus of control*, pengalaman kerja, dan keyakinan diri merupakan faktor-faktor individu yang dapat mempengaruhi respon seseorang terhadap stress yang dialami.

Menurut Mangkunegara (2011:25) stres kerja adalah suatu keadaan yang bersifat internal, yang bisa disebabkan oleh tuntutan fisik (badan) atau lingkungan, dan situasi sosial yang berpotensi merusak dan tidak terkontrol. Sedangkan menurut Rivai (2013:27) stres kerja didefinisikan sebagai tanggapan atau proses internal atau eksternal yang mencapai tingkat ketegangan fisik dan psikologis sampai pada batas atau melebihi batas kemampuan subyek. Kemudian menurut Siagian (2011:26) stres kerja diartikan sebagai sumber atau stressor kerja yang menyebabkan reaksi individu berupa reaksi fisiologis, psikologis, dan perilaku. Lingkungan pekerjaan berpotensi sebagai stressor kerja. Stressor kerja merupakan segala kondisi pekerjaan yang dipersepsikan pegawai sebagai suatu tuntutan dan dapat menimbulkan stres kerja.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa stres kerja adalah suatu yang dirasa memberikan tekanan akibat adanya beban kerja yang berlebihan, ketegangan mental dan emosi dari bentuk tanggapan terhadap berbagai urusan pekerjaan yang dapat menghambat kinerja individu dalam pekerjaannya.

Motivasi

Menurut Luthans (2011:270) motivasi adalah proses yang dimulai dengan defisiensi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif. Mathis dan Jackson dalam Bangun (2012: 312) menyebutkan bahwa motivasi kerja merupakan hasrat di dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut melakukan suatu tindakan. Menurut Emron, dkk, (2016:171) motivasi terdapat tiga hal yang saling berinteraksi serta saling bergantung yaitu pada elemen kebutuhan (*needs*), dorongan (*drives*) dan tujuan (*goals*).

Selanjutnya Menurut Rivai (2013:839) motivasi dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu.
2. Suatu keahlian dalam mengarahkan pegawai dan perusahaan agar mau bekerja dengan berhasil, sehingga keinginan pegawai dan tujuan perusahaan sekaligus dapat tercapai.
3. Sebagai inisiasi dan pengarahan tingkah laku, pelajaran motivasi sebenarnya merupakan pelajaran tingkah laku.
4. Sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri.
5. Sebagai kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan dari dalam individu untuk melakukan kegiatan tertentu demi memenuhi kebutuhannya sehingga tujuannya akhirnya tercapai.

Kinerja

Menurut Sedarmayanti (2011:260), mendefinisikan bahwa Kinerja merupakan sistem yang digunakan untuk menilai dan mengetahui apakah seorang karyawan telah melaksanakan pekerjaannya secara keseluruhan, atau merupakan perpaduan dari hasil kerja (apa yang harus dicapai seseorang) dan kompetensi (bagaimana seseorang mencapainya). Menurut Mathis dan Jackson dalam Priansa (2014:269) menyatakan bahwa Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan oleh pegawai dalam mengemban

pekerjaannya. Kemudian menurut Benardin dan Russel dalam Priansa (2014:270), menyatakan Kinerja merupakan hasil yang di produksi oleh fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan-kegiatan pada pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu, yang memperlihatkan kualitas dan kuantitas dari pekerjaan tersebut.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah tingkat keberhasilan yang dicapai oleh seorang pegawai di dalam pekerjaannya, yang didalamnya terlihat bagaimana kualitas dan kuantitas seorang pegawai dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

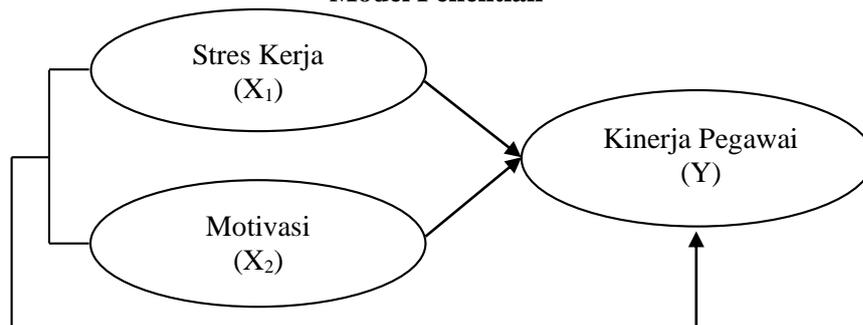
Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga stres kerja dan motivasi secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kinerja Pegawai pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar.

Model Penelitian

Berdasarkan hipotesis diatas, maka model penelitian pada penelitian ini adalah pada gambar II.1 berikut :

**Gambar 1
Model Penelitian**



Metode Penelitian

Penelitian dilakukan pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar selama 2 (bulan) yaitu pada bulan Agustus sampai dengan bulan September tahun 2019. Jenis data yang digunakan adalah data Kualitatif dan data Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar tahun 2018, seluruh populasi dijadikan sampel dengan menggunakan metode Sensus. Jadi, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 65 orang.

Alat analisa data yang digunakan adalah model regresi linear berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$ dimana, Y = Kinerja pegawai, α = konstanta sebagai titik potong, β_1, β_2 = Koefisien Regresi, X_1 = Stres kerja, X_2 = Motivasi, dan ε = Error Term dengan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t pada α 5% (0,5).

Hasil Penelitian
Hasil Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian data dengan persamaan regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Analisa Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	8,997	3,329
	Stres Kerja	0,463	,087
	Motivasi	0,516	,135

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 2 tersebut diatas dapat juga disajikan dalam persamaan:

$$Y = 8,997 + 0,463X_1 + 0,516X_2$$

Nilai konstanta (*a*) adalah bernilai positif yaitu 8,997 artinya jika stres kerja dan motivasi bernilai 0 (nol), maka kinerja pegawai bernilai tetap sebesar 8,997 satuan. Nilai koefisien regresi variabel stres kerja bernilai positif, yaitu 0,463, artinya setiap peningkatan variabel stres kerja sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja pegawai sebesar 0,463 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap (konstan) dan begitu juga sebaliknya. Nilai koefisien regresi variabel motivasi bernilai positif yaitu 0,516, artinya setiap peningkatan variabel motivasi sebesar 1 satuan akan meningkatkan kinerja pegawai sebesar 0,516 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap (konstan) dan begitu juga sebaliknya.

Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada Tabel 3 :

Tabel 3
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2317,463	2	1158,731	74,206	,000 ^b
Residual	968,137	62	15,615		
Total	3285,600	64			

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 3 diatas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya bahwa nilai signifikan tersebut lebih kecil 0,050. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel stres kerja dan motivasi terhadap kinerja pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar.

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4
Hasil Uji t

No	Variabel	t Hitung	Sig	Keterangan
1	Stres kerja	5,316	,000	Berpengaruh Signifikan
2	Motivasi	3,827	,000	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 4 diatas diperoleh nilai t hitung variabel stres kerja (X_1) sebesar 5,316 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dengan demikian nilai signifikansi t hitung untuk variabel stres kerja (X_1) lebih rendah dari alpha, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel stres kerja (X_1) terhadap kinerja pegawai BPBD Kabupaten Kampar. Variabel motivasi (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,827 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian nilai signifikansi t hitung variabel motivasi (X_2) lebih rendah dari alpha, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel motivasi (X_2) terhadap kinerja pegawai BPBD Kabupaten Kampar.

Simpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas menunjukkan bahwa secara simultan stres kerja dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar.
2. Secara parsial stres kerja dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) Kabupaten Kampar.

Daftar Pustaka

Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Emron, Edison. Yohny, Anwar dan Imas, Komariyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-1. Penerbit Alfabeta, Bandung

Luthans, Fred. 2011. *Organizational Behavior : An Evidence-Based Approach*. McGraw-Hill, New York

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Penerbit Rosda, Bandung.

Priansa, Donni Juni. 2014. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Penerbit Alfabeta, Bandung

Rivai, Veithzal. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik*. Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta

_____, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek*, Penerbit Rajagrafindo persada, Bandung

Sedarmayanti. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil (cetakan kelima)*. Penerbit PT. Refika Aditama, Bandung.

Siagian, P. Sondang. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Waluyo, L. 2009. *Mikrobiologi Lingkungan*. Penerbit UMM Press, Malang.

**MANAJEMEN PENDIDIKAN JURNALISTIK
BERBASIS KOMPETENSI
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Sekolah Jurnalisme Indonesia)**

¹⁾Yusup

¹⁾ Dosen Program Studi Magister Manajemen Pada STIE Bangkinang

ABSTRACT

Membengkaknya jumlah media massa yang berkembang di Indonesia mengundang berbagai permasalahan yang muncul, dari mulai perekrutan, hingga penempatan dan kualitas media serta wartawanya itu sendiri. Masalah wartawan dengan kelemahan kompetensinya, perilaku buruk mereka, dan banyaknya juga “wartawan-wartawanan” yang mengganggu masyarakat merupakan beban atau pekerjaan rumah komunitas pers. Kondisi seperti ini dapat dilakukan perbaikan melalui peningkatan sumber daya manusia dengan menyelenggarakan kegiatan pendidikan jurnalistik yang berorientasi pada peningkatan kompetensi wartawan. Sehingga wartawan yang profesional akan dapat bekerja secara maksimal dengan mengedepankan kode etik jurnalistik sehingga dapat menjadi mitra kerja siapapun dalam turut serta membangun bangsa. Adapun yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah : (a). Apa yang direncanakan dalam pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia ? (b). Bagaimana proses pengorganisasian pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang dilaksanakan Sekolah Jurnalisme Indonesia? (c). Bagaimana pelaksanaan pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia? (d). Bagaimana evaluasi pendidikan jurnalistik tingkat dasar Sekolah Jurnalisme Indonesia? (e). Apa saja masalah-masalah yang muncul pada saat pelaksanaan pendidikan jurnalistik berlangsung? (f). Bagaimana langkah revitalisasi pendidikan jurnalistik ? Dan secara rinci tujuan dari penelitian ini adalah : (a). Untuk mendeskripsikan apa yang direncanakan dalam pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia. (b). Untuk mendeskripsikan bagaimana proses pengorganisasian pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang dilaksanakan Sekolah Jurnalisme Indonesia. (c). Untuk mendeskripsikan bagaimana bentuk pelaksanaan pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia. (d). Untuk mendeskripsikan evaluasi pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang dilakukan Sekolah Jurnalisme Indonesia. (e). Untuk mendeskripsikan masalah-masalah yang muncul pada saat pelaksanaan pendidikan jurnalistik berlangsung. (f). Untuk mendeskripsikan langkah revitalisasi pendidikan jurnalistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu dengan menjelaskan gejala, peristiwa yang aktual sesuai dengan tahapan dalam proses manajemen pendidikan jurnalistik, dengan menggunakan teknik pengumpulan data langsung dari nara sumber yang dibutuhkan. Secara umum hasil penelitian yang telah penulis lakukan terhadap Pendidikan jurnalistik Sekolah Jurnalisme Indonesia (SJI) dimana pendidikan jurnalistik dengan menggunakan pendekatan manajemen pendidikan melaksanakan fungsi-fungsi manajemen pendidikan dengan baik dari mulai menyusun perencanaan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan melakukan evaluasi pendidikan berjalan sesuai dengan yang diharapkan, serta mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dan melakukan revitalisasi untuk pencapaian tujuan pendidikan jurnalistik.

Kata Kunci : Manajemen Pendidikan, Kompetensi Wartawan**LATAR BELAKANG**

wartawan di Indonesia hingga sekarang masih dipertanyakan. Dewan Pers mencatat pelanggaran kode etik yang dilakukan oleh wartawan dari tahun 2001-2011 sebanyak 2000 kasus. Data terakhir yang dilansir PWI Pusat ada sekitar 75.000 wartawan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dan hanya sebagian kecil saja wartawan yang memiliki kompetensi profesional yakni sebesar 30 persen wartawan Indonesia yang memiliki kompetensi profesional. Wartawan ternyata sebagian besar tidak memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik. Hanya sebagian kecil saja yang memiliki kompetensi dibidangnya, dengan kondisi seperti itu banyak wartawan dalam melaksanakan tugas-tugas jurnalistiknya melenceng jauh dari aturan yang ada. Para jurnalis sering dicap bekerja semaunya sendiri, terkadang mereka mengabaikan etika jurnalistik dan melanggar norma-norma hukum serta tata nilai yang berlaku di masyarakat. Mara Sakti Siregar dalam tulisannya pada buku “Profesional, Berwawasan, dan Beretika” (2013) menyebutkan bahwa “ masalah wartawan dengan kelemahan kompetensinya, perilaku buruk mereka, dan banyaknya juga “wartawan-wartawan” yang mengganggu masyarakat merupakan beban atau pekerjaan rumah komunitas pers yang belum/tidak bisa diselesaikan tuntas sampai saat ini”. Dalam era kebebasan pers tidak diikuti oleh dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang profesional dan berakhlakul karimah yang berpinjak pada nilai-nilai yang berkembang di masyarakat. Sehingga tidak jarang informasi yang muncul tentang perilaku wartawan yang menyimpang terjadi dimana-mana, seperti pemerasan yang dilakukan oleh oknum wartawan ketika terjadi kesalahan pada pelaksanaan kegiatan kedinasan, penyajian berita yang cenderung mendiskriditkan, bahkan menyuguhkan berita yang bernuansakan seksual dan kekerasan lainnya.

Untuk menghindari hal-hal di atas wartawan wajib : (1). Memiliki integritas, tegas dalam prinsip, dan kuat dalam nilai. Dalam melaksanakan misinya wartawan harus beretika, memiliki tekad untuk berpegang pada standar jurnalistik yang tinggi, dan memiliki tanggungjawab. (2). Melayani kepentingan public, mengingatkan yang berkuasa agar bertanggungjawab dan menyuarakan yang tak bersuara agar didengar pendapatnya. (3). Berani dalam keyakinan, independen, mempertanyakan otoritas, dan menghargai perbedaan. b). Kepekaan Jurnalistik : Kepekaan jurnalistik adalah naluri dan sikap diri wartawan dalam memahami, menangkap, dan mengungkap informasi tertentu yang bisa dikembangkan menjadi suatu karya jurnalistik. c). Jejaring dan lobi. Selain itu, wartawan juga harus mampu melakukan riset, investigasi, analisis, dan penentuan arah pemberitaan serta trampil menggunakan alat kerjanya termasuk teknologi informasi. (a). Ketrampilan Peliputan (enam M) : Ketrampilan peliputan mencakup ketrampilan mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Format dan gaya peliputan terkait dengan medium dan khalayaknya. (b). Ketrampilan Menggunakan Alat dan Teknologi Informasi, Ketrampilan menggunakan alat mencakup ketrampilan menggunakan semua peralatan termasuk teknologi informasi yang dibutuhkan untuk menunjang profesinya. (c). Ketrampilan Riset dan Investigasi, Ketrampilan riset dan investigasi mencakup kemampuan menggunakan kemampuan menggunakan sumber-sumber referensi dan data tersedia; serta ketrampilan melacak dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber. (d). Ketrampilan analisis dan Arah Pemberitahuan, (e). Ketrampilan analisis dan penentuan arah pemberitaan mencakup kemampuan mengumpulkan, membaca, dan menyaring fakta dan data kemudian mencari hubungan berbagai fakta dan data tersebut.

Manajemen pendidikan jurnalistik bertujuan untuk meningkatkan kompetensi wartawan secara efektif dan efisien untuk mencapai hasil yang optimal, namun tetap dalam kondisi yang menyenangkan. Manajemen menurut Siagian (1977) adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu-individu untuk mencapai tujuan bersama. Sedangkan manajemen pendidikan bertujuan untuk mendayagunakan sumber daya manusia yang ada. Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya harus memiliki tujuan sebagai bentuk akhir yang ingin dicapai. lebih lanjut dikemukakan Siagian (1994:49) sebagai berikut : “Arah yang hendak ditempuh oleh organisasi menuju tujuannya harus sedemikian rupa sehingga mengoptimalkan pemanfaatan dari segala sarana dan prasarana yang tersedia itu. Arah yang dimaksud tertuang dalam strategi dan taktik yang disusun dan dijalankan oleh organisasi yang bersangkutan.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan apa yang direncanakan dalam pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana proses pengorganisasian pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang dilaksanakan Sekolah Jurnalisme Indonesia.
3. Untuk mendeskripsikan bagaimana bentuk pelaksanaan pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang diselenggarakan Sekolah Jurnalisme Indonesia.
4. Untuk mendeskripsikan bagaimana evaluasi pendidikan jurnalistik tingkat dasar yang dilakukan Sekolah Jurnalisme Indonesia.
5. Untuk mendeskripsikan masalah-masalah yang muncul pada saat pelaksanaan pendidikan jurnalistik berlangsung.
6. Untuk mendeskripsikan langkah revitalisasi pendidikan jurnalistik.

TINJAUAN TEORETIS

Teori yang penulis jadikan dasar dalam Penelitian ini adalah manajemen sumber daya manusia yang memiliki fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut : ”perencanaan sumber daya manusia, rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan, penilaian prestasi kerja, kompensasi, pemeliharaan keselamatan kerja, hubungan karyawan”. (Samsudin, Sadili, 2006:33-35). Lebih lanjut menurut Samsudin bahwa tujuan manajemen sumber daya manusia adalah memperbaiki kontribusi produktif orang-orang atau tenaga kerja terhadap organisasi atau perusahaan dengan cara yang bertanggungjawab secara strategis, etis, dan sosial. Peningkatan sumber daya manusia harus dilakukan secara terus menerus agar dapat meningkatkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi profesional yang dipertanggungjawabkan dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Peningkatan sumber daya manusia tersebut harus dilakukan dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan. Menurut Samsudin, Sadili (2006:111-112) mengungkapkan terdapat 3 (tiga) macam pendekatan dalam pemberian pelatihan guna meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, yakni pendekatan internal, pendekatan eksternal, dan pendekatan kemitraan.

(1). Pendekatan Internal

Pendekatan internal adalah pendekatan yang digunakan untuk memberikan pelatihan dengan fasilitas dari organisasi. Pendekatan ini merupakan one on one training, on the job computer based training, formal group intruction, dan media based intruction.

(2). Pendekatan Eksternal

Pendekatan eksternal adalah pendekatan yang dilaksanakan dengan cara mendaftarkan karyawan pada program atau kegiatan yang diberikan oleh lembaga pemerintah, organisasi profesional, dan perusahaan pelatihan swasta. Pendekatan yang paling sering dilakukan adalah mendaftarkan karyawan dalam pelatihan jangka pendek dalam jam kerja dan mendaftarkan karyawan dalam pelatihan jangka panjang, seperti kursus-kursus. Pendekatan eksternal terutama digunakan untuk mengembangkan ketrampilan khusus karyawan.

(3) Pendekatan Kemitraan

Dewasa ini telah banyak kemitraan antara perusahaan bisnis dengan perguruan tinggi untuk memberikan customized training. Kemitraan dengan perguruan tinggi memberikan keuntungan kepada perusahaan yang ingin menyelenggarakan pelatihan bagi para karyawanya.

Penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan perlu dilakukan secara terencana dan berkesinambungan serta harus ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap, dan ketrampilan baik karyawan baru maupun karyawan lama supaya prestasi kerjanya baik dan mencapai produktivitas yang optimal. Sejalan dengan itu B. Siwanto (2002) mengemukakan kegiatan pendidikan dan pelatihan dimaksudkan untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan, sikap, kecakapan dan ketrampilan personil baik untuk personil baru maupun personil lama agar produktivitas mereka meningkat. Komarudin (1992) mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempunyai pengaruh atas tinggi rendahnya produktivitas antara lain, besarnya pendapatan dan jaminan sosial (kompensasi), tingkat pendidikan dan pelatihan, sikap, disiplin, moral dan etika kerja, motivasi, kesehatan, lingkungan dan iklim kerja, hubungan insani, teknologi dan kebijakan pemerintah.

Dengan demikian manajemen sumber daya manusia diharapkan turut berperan, paling sedikit dalam dua segi, pertama, yakni menerapkan prinsip keadilan dan pemberian kesempatan kepada para anggota organisasi untuk berkembang, dan kedua, menumbuhkan kesadaran dalam diri para karyawan tentang terbukanya kesempatan meniti karir yang lebih tinggi (Siagian, 2002:165).

Konsep Dasar

1. Media Massa

Media massa (mass Media) singkatan dari media komunikasi massa, yakni saluran, alat, atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa itu sendiri memiliki arti penyampaian pesan, gagasan, atau informasi yang ditunjukkan kepada orang banyak melalui media massa. Isi media massa secara garis besar menurut Asep Samsul Romli (2002:6) dibagi menjadi tiga kategori : berita, opini dan featur. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik) media massa disebut "kekuatan keempat" (the fourth estate) setelah lembaga eksekutif, legeslatif, dan yudikatif.

2. Jurnalistik

Dari segi etimologi, istilah jurnalistik terdiri dari dua suku kata, jurnal dan istik. Kata jurnal berasal dari bahasa perancis, journal, yang berarti catatan harian. Adapun kata istik merujuk pada istilah estetika yang berarti ilmu pengetahuan tentang keindahan. Keindahan dimaksud adalah mewujudkan berbagai produk seni dan/ketrampilan dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan. Dengan demikian secara etimologi jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari, karya meana memiliki nilai keindahan yang dapat menarik khalayaknya sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya. Sedangkan pengertian jurnalistik menurut

ilmu publistik adalah hal-hal yang berkaitan dengan menyiarkan berita atau ulasan berita tentang peristiwa sehari-hari yang umum dan aktual dengan secepat-cepatnya.

3. Wartawan

Kegiatan jurnalistik dimanapun tidak dapat dilepaskan dengan keberadaan sosok orang yang disebut "wartawan". Wartawan adalah profesi yang bukan sekedar mengandalkan ketrampilan seorang tukang. Ia adalah profesi yang watak, semangat, dan cara kerjanya berbeda dengan seorang ahli lainnya. Oleh karena itu masyarakat luas memandang wartawan sebagai seorang profesional. Wartawan (jurnalis) adalah orang-orang yang terlibat dalam pencarian, pengolahan, dan penulisan berita atau opini yang dimuat di media massa, mulai dari pemimpin redaksi hingga koresponden yang terhimpun dalam bagian redaksi. (Asep Syamsul Romli, 2002:7).

4. Definisi Manajemen

Dalam bahasa Inggris manajemen berasal dari kata "to manage" yang dalam bahasa Indonesia dapat berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina, dan memimpin. Dalam bahasa latin, yakni dari asal kata mantis yang berarti tangan dan agere yang berarti melakukan. Kata-kata yang digabung menjadi kata kerja managere yang artinya menangani. Dalam bahasa Perancis "manager" berarti tindakan untuk membimbing atau memimpin. "manager" berarti pembina yang melakukan tindakan pengendalian bimbingan dan pengarahan dari suatu rumah tangga dengan berbuat ekonomis sehingga dapat mencapai tujuannya. Manajemen secara umum dapat diartikan proses dimana suatu kelompok bekerjasama mengarahkan tindakan atau kerjanya untuk mencapai tujuan bersama. Proses tersebut mencakup teknik-teknik yang digunakan oleh para manajer untuk mengkoordinasikan kegiatan atau aktivitas orang-orang lain menuju tercapainya tujuan bersama. (Masie dalam Arsyad Azhar, 2003).

5. Definisi Pendidikan

Pendidikan memegang peranan kunci dalam mengembangkan sumber daya manusia dan insan yang berkualitas. Sumber daya manusia pernah didefinisikan sebagai alat untuk mencapai tujuan dan kemampuan memperoleh keuntungan dari kesempatan-kesempatan yang ada. Perkataan sumber daya merepleksikan appraisal manusia. Perkataan sumber daya tidak mengacu pada sesuatu benda atau substansi melainkan pada suatu fungsi operasional untuk mencapai tujuan tertentu, seperti memenuhi kebutuhan dan kepuasan. Dengan kata lain sumber daya merupakan suatu abstraksi yang mencerminkan appraisal manusia dan berhubungan dengan suatu fungsi atau operasi. Pendidikan menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 adalah : "Usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara"

6. Manajemen Pendidikan Jurnalistik

Pendidikan memiliki fungsi yang hakiki dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang akan menjadi aktor-aktor dalam menjalankan fungsi dari berbagai bidang kehidupan. Dengan demikian, maka pendidikan harus dikelola secara professional untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Proses pendidikan terarah pada peningkatan penguasaan pengetahuan, kemampuan, ketrampilan, pengembangan sikap dan pengembangan diri peserta didik. Pengembangan diri ini dibutuhkan, untuk menghadapi tugas-tugas dalam kehidupannya sebagai pribadi, sebagai siswa, mahasiswa, karyawan, professional, pemimpin formal atau informal, maupun sebagai masyarakat. (Nana Syaodih sukmadinata,). Pengelolaan pendidikan tersebut

diperlukan upaya pendekatan dengan menggunakan konsep manajemen pendidikan. Manajemen pada hakikatnya adalah sebuah aktivitas yang dilaksanakan secara teratur berdasarkan prosedur dan proses. Dengan demikian manajemen pendidikan jurnalistik adalah Proses pengelolaan atau penataan kegiatan pendidikan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada guna mencapai tujuan yang diharapkan dalam bidang jurnalistik.

7. Manajemen Pendidikan Jurnalistik Berbasis Kompetensi

Dalam proses pengelolaan pendidikan di dalamnya terdapat interaksi berbagai orang dalam menjalankan kegiatan pendidikan. Pengelolaan pendidikan mengandung pengertian kegiatan atau aktivitas yang didalamnya memanfaatkan sumber-sumber pendidikan yang ada guna pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Dalam pengertian pengelolaan pendidikan menurut Sobri (2008:4) adalah pengelolaan pendidikan adalah serangkaian kegiatan yang direncanakan, mengorganisasikan, memotivasi, mengendalikan, dan mengembangkan segala upaya di dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan pendidikan. Gafar dalam Sobri (2008) mengartikan pengelolaan pendidikan adalah pengelolaan pendidikan mengandung arti sebagai suatu proses kerjasama yang sistemik, dan komprehensif dalam rangka mewujudkan tujuan pendidikan nasional. Spencer dan Spencer (1993) dalam Wibowo (2010:325) menyatakan bahwa kompetensi merupakan landasan dasar karakteristik orang dan mengidentifikasi cara berperilaku atau berpikir, menyamakan situasi, dan mendukung untuk periode waktu yang cukup lama. pendapat tersebut di atas sejalan dengan pengertian kompetensi yang dikemukakan oleh Dewan Pers dalam bukunya "Standar Kompetensi Wartawan" (2011:6) bahwa kompetensi adalah kemampuan tertentu yang menggambarkan tingkatan khusus menyangkut kesediaan, pengetahuan dan ketrampilan. Manajemen pendidikan jurnalistik berbasis kompetensi didasarkan pada pentingnya peningkatan mutu pendidikan yang diselenggarakan, yang sudah barang tentu konsep ini didasarkan kepada pendekatan Total Quality Management (TQM) yang dikembangkan oleh Edwar Deming (1992:10-13) yang menyarankan 14 butir untuk mencapai mutu pendidikan prima, yakni :

- a. Merancang secara terus menerus berbagai tujuan pengembangan siswa, pegawai dan layanan pendidikan.
- b. Mengadopsi filosofi baru, yang mengedepankan kualitas sekolah. Manajemen pendidikan harus mengambil prakarsa dalam gerakan peningkatan mutu ini.
- c. Guru harus menyediakan pengalaman pembelajaran yang menghasilkan kualitas kerja. Peserta didik harus berusaha mengejar kualitas, dan menyadari jika tidak menghasilkan output yang baik, customers mereka (guru, orang tua, lapangan kerja).
- d. Menjalani kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan (stake holders) untuk menjamin bahwa input yang diterima berkualitas.
- e. Melakukan evaluasi secara kontinue dan mencari terobosan-terobosan pengembangan sistem dan proses untuk meningkatkan mutu dan produktivitas.
- f. Para guru, staf lain dan murid harus dilatih dan dilatih kembali dalam pengembangan mutu. Guru harus melatih siswa agar menjadi warga dan pekerja masa depan dengan mengembangkan kemampuan pengendalian diri, pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.
- g. Kepemimpinan lembaga, yang mengarahkan guru, staf dan siswa mengerjakan tugas pekerjaannya dengan lebih baik. Didalam mengelola kelas, guru hendaknya menerapkan visi kepemimpinan pada kepengawasan.

- h. Mengembangkan ketakutan, yakni semua staf harus merasa mereka dapat menemukan masalah dan cara pemecahannya, guru mengembangkan kerjasama dengan siswa untuk meningkatkan mutu.
- i. Menghilangkan penghalang kerjasama diantara staf, guru dan peserta didik, atau antar ketiganya.
- j. Hapus slogan, desakan atau target yang bernuansa pemaksaan dari luar.
- k. Kurangi angka-angka kuota, ganti dengan penerapan kepemimpinan, karena penerapan kuota justru akan mengurangi produktivitas dan kualitas.
- l. Hilangkan perintang-perintang yang dapat menghilangkan kebanggaan para guru atau siswa terhadap kecakapan kerjanya.
- m. sejalan dengan kebutuhan penguasaan materi baru, metode-metode atau teknik baru, maka harus disediakan program pendidikan atau pengembangan diri bagi setiap orang dalam lembaga sekolah tersebut.
- n. Pengelola harus memberikan kesempatan kepada semua pihak untuk mengambil bagian atau peranan dalam pencapaian kualitas.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh setiap lembaga pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan, yakni : (a) perhatian harus ditekankan kepada proses dengan terus menerus mengumandangkan peningkatan mutu, (b) kualitas atau mutu harus ditentukan oleh pengguna jasa, (c) prestasi harus diperoleh melalui pemahaman visi bukan dengan pemaksaan aturan, (d) lembaga pendidikan harus menghasilkan peserta didik yang memiliki ilmu pengetahuan, ketampilan, sikap arif bijaksana, karakter dan memiliki kematangan emosional. (Suryosubroto, 2004:2009). Secara tegas dapat diperjelas bahwa akhir dari seluruh kegiatan yang dilakukan dalam manajemen pendidikan jurnalistik berbasis kompetensi ini bermuara kepada mutu pendidikan yang akan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi tertentu. Oleh karena itu, sekolah atau lembaga pendidikan yang menyelenggarakan konsep ini harus terus berjuang untuk menjadi pusat mutu dan mendorong masing-masing lembaga pendidikan yang ada untuk menentukan visi dan misinya untuk mempersiapkan dan memenuhi kebutuhan masa depan peserta didiknya yang berkualitas dan berkompentensi keahlian tertentu yang diharapkan.

8. Kompetensi Wartawan

Kompetensi wartawan menjadi sangat penting sebagai bekal untuk menjadi wartawan profesional. Menurut Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Prof DR Moestopo, DR Gati Gayatri, (Antara, 14/5) yang dimaksud dengan "Kompetensi Wartawan" adalah kemampuan seorang wartawan melaksanakan kegiatan jurnalisme yang menunjukkan pengetahuan dan tanggung jawab sesuai tuntutan profesionalisme yang dipersyaratkan. Kompetensi, menurut Dewan Pers dalam buku "Kompetensi Wartawan" adalah Pedoman Peningkatan Profesionalisme Wartawan dan Kinerja Pers. Hal ini mencakup beberapa aspek, yakni aspek penguasaan keterampilan, pengetahuan, dan kesadaran. Ketiga aspek itu diperlukan dalam melaksanakan tugas jurnalisme. Kesadaran mencakup di dalamnya, etika, hukum dan karir. Sementara pengetahuan meliputi pengetahuan umum, pengetahuan khusus dan pengetahuan teori jurnalisme dan komunikasi (sesuai bidang kewartawanan). Sedangkan keterampilan mencakup penguasaan menulis, wawancara, riset, investigasi, kemampuan penggunaan berbagai peralatan yang terkait dengan pekerjaan wartawan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan dalam meneliti tentang manajemen pendidikan jurnalistik merupakan satu hal penting yang harus diterapkan, adapun metode penelitian

yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini adalah metode yang memahami masalah berdasarkan fenomena atau gejala pada saat penelitian berlangsung. Nana Syaodih (2008:72) mengatakan bahwa "penelitian deskriptif adalah bentuk penelitian yang paling mendasar, ditunjukkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah, ataupun rekayasa manusia. Sedangkan pendekatan kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti ada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2008:1). Dalam kaitan tersebut maka penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk menggambarkan tentang manajemen pendidikan jurnalistik berbasis kompetensi yang diselenggarakan oleh Sekolah Jurnalisme Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Pendidikan jurnalistik tingkat dasar Sekolah Jurnalisme Indonesia pada dasarnya merujuk pada tuntutan regulasi tentang profesionalisme wartawan melalui Undang-Undang Pers No. 40 tahun 1999, peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/II/2010 tentang Standar Kompetensi Wartawan. Dalam merencanakan pendidikan jurnalistik SJI melaksanakan kerjasama dengan pihak pemerintah dalam hal ini Kementrian Pendidikan Nasional, Dewan Pers, PWI, dan UNESCO dan Pemerintah Provinsi. Dimana dalam perencanaan kurikulum melibatkan banyak pakar dengan mengadopsi kurikulum dengan standar internasional. Untuk menjalankan pendidikan jurnalistik yang dikembangkan Sekolah Jurnalisme Indonesia, Yayasan Sekolah Jurnalisme Indonesia melakukan pengorganisasian dengan melakukan pengangkatan dan menetapkan Badan Pelaksana Harian dipusat yang dipimpin oleh Direktur Eksekutif SJI dan Kepala Sekolah di masing-masing PWI Cabang di seluruh Indonesia yang ditunjuk dari perwakilan Organisasi PWI di tiap-tiap Provinsi yang ada. Badan pelaksana harian Sekolah Jurnalisme Indonesia di tingkat pusat ditetapkan dan disahkan oleh Yayasan Sekolah Jurnalisme Indonesia melalui surat keputusan. Sedangkan pengurus pelaksana harian di daerah ditetapkan dan disahkan oleh Direktur Eksekutif Sekolah Jurnalisme Indonesia melalui surat keputusan yang diketahui oleh ketua Yayasan SJI, hal ini dimaksudkan agar efektifitas pendelegasian wewenang pekerjaan berjalan dengan baik dan lancar. Pengorganisasian ini dianggap belum efektif karena penunjukan pengurus SJI di daerah berdasarkan pada kedekatan personal dimana mereka adalah pengurus PWI cabang yang ada sehingga kemampuan pengelolaan pendidikan tidak dijadikan acuan terutama untuk jabatan kepala sekolah sebagai manajer lapangan.

Pelaksanaan pendidikan jurnalistik tingkat dasar dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Penempatan tenaga pendidik disesuaikan dengan kompetensi yang dibutuhkan peserta didik, dalam melaksanakan pembelajaran lebih ditekankan pada metode diskusi dengan menekankan praktik lapangan lebih banyak, pendidik harus dapat memberikan solusi yang tepat terhadap permasalahan pembelajaran yang berlangsung, mampu memberikan motivasi belajar terdapat peserta didik secara terus menerus. Namun dalam pelaksanaan pendidikan jurnalistik yang berlangsung tidak memperhatikan tingkat kesulitan peserta dalam menyesuaikan waktu belajar dengan waktu pekerjaan mereka, dengan demikian kegagalan mereka bukan dikarenakan tingkat kemampuan daya serap mereka namun lebih karena ketidak hadiran peserta didik.

Dalam setiap awal dan akhir pembelajaran seluruh tenaga pendidik melakukan penilaian awal ((free test) dan penilaian akhir pembelajaran (post test) dimana evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar daya serap peserta didik dalam mengikuti

pembelajaran di kelas. Dan diakhir pendidikan dilakukan evaluasi menyeluruh dari semua rangkaian kegiatan pembelajaran dengan diberikan test akhir yang akan menentukan peserta didik tersebut dinyatakan lulus atau tidak dalam menempuh pendidikan jurnalistik yang telah dilaluinya. Latar belakang pendidikan wartawan, rekrutmen, pembiayaan yang masih mengandalkan bantuan, dan fasilitas belajar menjadi permasalahan bagi terselenggaranya pendidikan jurnalisme yang dilaksanakan. Perlunya melakukan perubahan kearah yang lebih baik dengan menyiapkan fasilitas belajar berupa sarana dan prasarana yang memadai untuk kegiatan pendidikan jurnalistik, meningkatkan kemampuan tenaga pendidikan, menyusun kembali rencana rekrutmen peserta didik berdasarkan tingkatan usia dan latar belakang pendidikannya dengan mengedepankan objektivitas, serta memberikan training pen-gelolaan pendidikan terhadap semua pengurus Sekolah Jurnalisme Indonesia di daerah secara terus menerus, menyesuaikan waktu pembelajaran dengan kepentingan peserta didik yang semuanya merupakan karyawan aktif dari perusahaan media, mampu meningkatkan kerjasama dalam mencari sumber-sumber untuk biaya pendidikan jurnalistik dengan tidak menutup kemungkinan bantuan dari perusahaan-perusahaan yang peduli dengan pendidikan disamping terus mengupayakan bantuan dari pemerintah pusat maupun daerah terus digulirkan. Kondisi seperti ini harus dilakukan untuk mengembangkan dan meningkatkan pendidikan jurnalistik Sekolah Jurnalisme Indonesia agar lebih efektif dan efisien lagi kedepanya.

SIMPULAN

1. **Perencanaan Pendidikan Jurnalistik Tingkat Dasar**
Pendidikan jurnalistik tingkat dasar dilaksanakan secara matang dengan merujuk pada berbagai aturan yang berlaku, dengan membentuk badan hukum penyelenggara berupa yayasan, dan membentuk cabang-cabang sekolah jurnalisme Indonesia di tiap Provinsi, bekerja sama dengan pemerintah pusat, daerah, dan UNESCO dengan mengadopsi kurikulum berstandar internasional.
2. **Pengorganisasian Pendidikan Jurnalistik Tingkat Dasar**
Untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan SJI membentuk kepengurusan di tiap provinsi yang ada berdasarkan pada SK Yayasan yang dikeluarkan untuk tiap-tiap sekolah jurnalisme indonesia yang terbentuk di tiap provinsi.
3. **Pelaksanaan Pendidikan Jurnalistik Tingkat Dasar**
Semua kegiatan pendidikan jurnalistik tingkat dasar diselenggarakan di sekolah jurnalisme Indonesia yang terbentuk di tiap provinsi, dengan ketentuan semua tenaga pengajar dikirim dari pusat, Daerah sebagai tempat penyelenggaraan bertugas hanya sebagai pengelola saja. Untuk selanjutnya semua bentuk kegiatan harus dilaporkan seutuhnya kepada SJI pusat.
4. **Evaluasi Pendidikan Jurnalistik Tingkat Dasar**
Evaluasi secara menyeluruh dilaksanakan oleh tenaga pengajar terhadap semua peserta didik, bagi para peserta didik yang tidak memenuhi ketentuan dalam penilaian yang ada atau syarat kelulusan dinyatakan tidak berhasil dalam mengikuti pendidikan dan harus mengulang pada angkatan berikutnya.
5. **Masalah yang Muncul saat Pendidikan Jurnalistik Berlangsung**
Beragamnya latar belakang pendidikan wartawan, ijin dari pimpinan tempat wartawan bekerja, pengalaman, tempat PBM yang masih numpang, tenaga pengajar dorpung dari pusat, keuangan yang mengandalkan bantuan dari pemerintah pusat dan daerah menjadi kendala bagi terselenggaranya menjadi masalah tersendiri bagi keberlangsungan kegiatan pendidikan jurnalistik tingkat dasar.
6. **Revitalisasi Pendidikan Jurnalistik**

Rekrutmen calon peserta didik dilakukan bagi calon wartawan atau wartawan pemula yang baru bekerja pada lembaga atau institusi pers sehingga tidak meenggagu jadwal pekerjaan mereka. Aspek pembiayaan harus dicarikan alternatif secara mandiri, sehingga kontinuitas penyelenggaraan pendidikan terus berjalan tidak menggantungkan bantuan dari pemerintah pusat maupun daerah. Melakukan penyusunan kurikulum berdasarkan pada tingkat kebutuhan wartawan dalam menunjang pekerjaanya, sarana prasarana dan fasilitas PBM harus sudah diupayakan milik sendiri dan harus disesuaikan dengan tingkat kesesuaian paa dunia kerja.

SARAN

Rekomendasi merupakan masukan atau saran-saran yang tersusun berdasarkan pada temuan hasil penelitian, untuk itu penulis merekomendasikan kepada :

1. Bagi Tenaga Pengajar
 - a). Dalam memberikan materi guru harus lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan metode pembelajaran.
 - b). Harus dapat mendorong pola berpikir peserta didik bahwa dengan belajar sungguh-sungguh akan dapat memberikan perubahan mendasar dalam perilaku hidup.
 - c). Lebih pro aktif dalam memberikan dorongan terhadap peningkatan kompetensi peserta didik agar menjadi wartawan profesional.
 - d). Memberikan kesempatan kepada peserta didik yang tidak dapat mengikuti pembelajaran dengan tugas-tugas pengganti agar mereka dapat menyelesaikan pendidikan jurnalistik.
2. Sekolah Jurnalisme Indonesia
 - a). Melakukan kerjasama dengan perusahaan pers untuk bersama-sama meningkatkan kompetensi wartawan melalui pendidikan jurnalistik yang berkelanjutan.
 - b). Memberdayakan kemampuan pengurus SJI daerah bersama-sama dalam menyusun program pendidikan jurnalistik.
 - c). Memberikan kewenangan pengelolaan secara otonom kepada SJI daerah dalam menyelenggarakan pendidikan jurnalistik.
 - d). Mencari sumber-sumber pembiayaan pendidikan yang tidak menggantungkan bantuan dari pemerintah.
 - e). Mengingat jumlah wartawan banyak belum mendapatkan pendidikan jurnalistik yang layak, maka perlu memperbanyak pembentukan Sekolah Jurnalisme Indonesia di tiap kab/kota yang tersebar di seluruh Indonesia.
 - f). Memperbanyak jumlah pendidik yang memiliki kompetensi di bidangnya dengan menyelenggarakan training bagi calon tenaga pendidik.
 - g). Dalam perekrutan peserta didik, sebaiknya merekrut calon peserta didik bukan saja wartawan anggota PWI namun juga diberikan kesempatan yang sama terhadap wartawan bukan anggota PWI.
 - h). Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai bagi pelaksanaan pendidikan jurnalistik di setiap daerah yang telah terbentuk.
 - i). Untuk mendapatkan daya guna yang maksimal, sebaiknya dalam penunjukan kepala sekolah SJI di daerah diutamakan kepada personil yang memiliki kemampuan pemahaman atas pengelolaan lembaga pendidikan, jika diperlukan mengangkat kepala sekolah profesional dari luar anggota PWI yang mumpuni dalam penyelenggaraan pendidikan.
 - j). Untuk lebih mendapatkan hasil maksimal, dalam evaluasi akhir pembelajaran melibatkan unsur luar atau dari akademisi.
 - k). Dalam meningkatkan kompetensi wartawan melalui pendidikan jurnalistik bukan saja berpatokan pada standar kompetensi wartawan yang dikeluarkan oleh Dewan

Pera yakni kompetensi kesadaran, pengetahuan, dan ketrampilan, namun alangkah indahnya jika konsep perumusan kompetensi tersebut dimasukan unsur 6 (enam) nilai yang dikembangkan oleh Prof. Sanusi, yakni (1). nilai fisik, dimana nilai ini sangat erat sekali hubungannya dengan performace wartawan saat mereka melakukan liputan atau menyajikan hasil liputan, (2) nilai etik, dimana nilai ini menanamkan sopan santun, tanggungjawab, jujur dan adil, maka nilai akan sangat berhubungan erat dengan pemahaman etika jurnalistik, dimana tanggungjawab wartawan dalam mencari, mengumpulkan dan menyiarkan berita kepada khlayak harus berdasarkan pada nilai etik, (3) nilai estetik, dimana nilai ini sangat berhubungan dengan keindahan karya jurnalistik yang akan disajikan oleh wartawan untuk khalayak, (4). nilai logic, dimanana nilai ini sangat erat sekali hubungannya dengan kecocokan data atau ketepatan data saat wartawan melakukan pengumpulan informasi dari nara sumber, (5) nilai teologis, dimana setiap individu wartawan dengan latar belakang keyakinanya harus mengedapankan pemahaman tentang ketuhanan dalam kehidupan sehari-harinya agar dapat mengendalikan dirinya saat melakukan pekerjaan, (6). nilai teleologik, nilai ini sangat erat hubungannya dengan manfaat kegunaan dari apa yang wartawan simpulkan dari hasil pengumpulan berita yang akan disajikan ke khalayak.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih dalam tentang manajemen pendidikan jurnalistik yang telah penulis bahas, agar kedepan pendidikan pendidikan jurnalistik dapat meningkatkan kompetensi wartawan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng (1999). *Press Relations. Kiat Berhubungan dengan Media Massa*. Bandung:PT. Remaja Rosda Karya
- Agus Tulus, Moch, (2000) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Atmakusuma (2001). *Etika Pers, Profesionalisme dengan Nurani*. Bandung:HUP
- Arsyad Azhar (2002). *Pokok-Pokok Manajeme*. Jogjakarta:Pustaka Pelajar
- Balai Pustaka, (1996). *Kamus besar Bahasa Indonesia*
- Dewan Pers (2011), *Standar Kompetensi Wartawan*, Jakarta:Perpustakaan Nasional RI
- Djuroto, Totok (2000). *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung:Remaja Rosda Karya
- Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, (2007), *Jurnalisme, Teori dan Praktik*. Bandung:Rosda Karya
- Hasibuan, Malayu S.P. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Jakarta:Haji Mas Agung
- Himpunan Peraturan Perundang-undangan (2011). *Penyiaran dan Per*. Bandung:Fokus Media
- Indriyani, Amalia (2005), *Belajar Jurnalisme dari Nilai-Nilai Alqur'an*. Sukoharjo:Samudra
- M. Romli, Asep Syamsul (2002). *Jurnalistik Terapan*. Bandung:Batik Perss
- Niti Semito, Alex S. (1996). *Manajemen personalia*, Cetakan Keempat, Jakarta:PT. Ghalia Indonesia.
- Nasution (1992). *Penelitian Kualitatif*. Banadung: Remaja Rosda Karya
- Purwanto, Iwan (2008). *Manajemen Strategi*. Bandung:Yrama Yuda
- Sukmadinata, Nana Syaodih, (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Rosda Karya

- Suryosubroto. B (2004). *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta:Rineka Cipta
- Suhirman, Iman (2005). *Menjadi Jurnalis Masa Depan*. Bandung:Dimensi Publisier
- Ratmino & Winarsih, Atik Septi. (2008). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Romli, Asep Syamsul (2005). *Jurnalisme Praktis*. Bandung:Rosda Karya
- Syarifudin (2006). *Sistem Pengambilan Keputusan Pendidikan*. Jakarta:Grasindo
- Simamora, Henri (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Jakarta:Bumi Aksara
- Sumadiria, Haris (2006), *Jurnalisme Indonesia Menulis Berita dan Featur*. Bandung:Rosda Karya
- Suhirman, Imam (2005), *Menjadi Jurnalis Masa Depan*. Bandung:Dimensi Publisier
- Suhandang, Kustadi (2004). *Pengantar Jurnalisme*. Bandung:Yayasan Nuasa Cendekia
- Sugiyono (2008), *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:CV. Alfabeta
- Siagian, Sondang (2002), *Kita Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta:Rineka Cipta
- Santana, Septiawan (2009). *Jurnalisme Investigasi*. Jakarta:Yayasan Obor Indonesia
- Suhandang, Kustadi (2004). *Pengantar Jurnalistik*. Bandung:Nuansa
- Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No 20 Tahun 2003 (2009). Jakarta:Pustaka Pelajar

**ANALISIS PENGENDALIAN PERSEDIAAN BAHAN BAKU DENGAN
METODE *ECONOMI ORDER QUANTITY (EOQ)*
PADA USAHA *DYNASTY BAKERY* DI AIRTIRIS**

¹⁾ **Reni Agustin** ²⁾ **Suarni Norawati**

¹⁾ Alumni Program Studi Manajemen STIE Bangkinang

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen Pada STIE Bangkinang

ABSTRACT

This study aim to determine the analysis of raw material inventory control by Economic Order Quantity (EOQ) method in Dynasty Bakery Business in Airtiris. The data analysis method used is the EOQ method, the safety stock and the re-order point. Based on the results of the analysis, the optimum purchase quantity according to conventional company policy is 749,25 Kg with a purchase frequency of 40 time. Whereas based on the EOQ method the optimum purchase quantity is 1.579,47 Kg with a purchase frequency of 19 time. Total inventory cost with conventional company policy is Rp. 1.837.537 whereas based on the EOQ is Rp.1.423.103. So by using the EOQ method the company can streamline inventory costs by Rp. 414.434 meanwhile, for safety inventory and reorder points according to the company policy does not exist, while EOQ method there safety stock is 786,31 Kg and re-order point is 1.026,07 Kg.

Keywords: *Raw materials, EOQ, Inventory Control*

Pendahuluan

Donat Cake merupakan hasil olahan pangan yang kaya akan karbohidrat dan mudah didapat serta sangat umum dikonsumsi oleh masyarakat. *Donat Cake* juga merupakan salah satu produk makanan yang menjadi objek sasaran bisnis para *entrepreneur* sebagai salah satu bidang usaha yang cukup menjanjikan. Perkembangan usaha produksi *Donat Cake* di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang cukup pesat sehingga UMKM dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk yang ditawarkan agar mampu menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang karyawan bagian produksi pada Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris diketahui bahwa terdapat permasalahan seperti pengendalian persediaan bahan baku tepung terigu yang belum optimal sehingga hal ini menjadi indikasi sebagai faktor pengganggu dalam proses produksi. Pengendalian persediaan bahan baku adalah suatu kegiatan untuk menentukan tingkat dan komposisi dari persediaan *part*, bahan baku dan barang hasil produksi sebuah usaha tertentu sehingga dapat melindungi kelancaran produksi dan penjualan serta kebutuhan-kebutuhan pembelanjaan dengan lebih efektif dan efisien (Assauri, 2016:247). Adapun target dan realisasi penggunaan bahan baku tepung terigu pada Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1
Target dan Realisasi Penggunaan Bahan Baku Tepung Terigu Pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris, Tahun 2018

No	Bulan	Penggunaan bahan Baku Tepung Terigu (Kg)		Persentase (%)	Ket
		Target	Realisasi		
1	Januari	3.000	3.640	121,33	Lebih
2	Februari	3.000	2.130	71,00	Kurang
3	Maret	3.000	3.900	130,00	Lebih
4	April	3.200	2.110	65,93	Kurang
5	Mei	3.200	2.230	69,68	Kurang
6	Juni	3.200	1.840	57,50	Kurang
7	Juli	3.200	1.950	60,93	Kurang
8	Agustus	3.200	3.340	104,37	Lebih
9	September	3.300	3.100	93,93	Kurang
10	Oktober	3.300	2.970	90,00	Kurang
11	November	3.300	4.930	149,39	Lebih
12	Desember	3.300	3.210	97,27	Kurang

Sumber: Usaha Dynasty Bakery di Airtiris, 2019

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa pengadaan bahan baku tepung terigu pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris belum optimal karna megalami *fluktuasi* (kenaikan dan penurunan). Seharusnya, persediaan bahan baku tepung terigu ini disesuaikan dengan jumlah kebutuhan pemakaian sehingga tercapai persediaan bahan baku yang efektif dan efisien. Oleh karna itu, hal ini perlu mendapat perhatian dari pihak pimpinan Usaha Dynasty Bakery di Airtiris untuk mengoptimalkan persediaan bahan baku tepung terigu yang akan digunakan salah satunya dengan menerapkan metode EOQ.

Metode EOQ merupakan salah satu teknik kontrol pengendalian persediaan bahan baku yang meminimalkan biaya total dari pemesanan dan penyimpanan. Dalam sebuah produksi harusnya ditunjang oleh ketersediaan bahan baku yang optimal karna persediaan bahan baku yang melebihi jumlah kebutuhan akan merugikan UMKM karena lebih banyak menyerap dan menimbulkan tambahan biaya penyimpanan serta bahan baku akan cepat rusak dan dapat mengurangi kualitas sehingga tidak dapat digunakan lagi. Sebaliknya, jika pengadaan bahan baku yang terlalu kecil dibawah kebutuhan akan menambah biaya pengadaan, disamping itu dikhawatirkan akan merugikan UMKM karena kelancaran produksi yang akan terganggu dan akan mengakibatkan kegiatan produksi tidak menjadi efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis pengendalian persediaan bahan baku dengan metode *EOQ* pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengendalian persediaan bahan baku dengan metode *EOQ* pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris.

Bahan Baku

Menurut Tumpubolon (2018:12), bahan baku merupakan faktor yang penting ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha. Dalam makna lain bahan baku adalah barang-barang yang akan menjadi bagian dari produk jadi yang dengan mudah dapat diikuti biayanya. Secara umum dari istilah bahan mentah dapat mempunyai arti sebagai sebuah bahan dasar yang bisa berasal dari berbagai tempat, yang

mana bahan tersebut dapat digunakan untuk diolah dengan suatu proses tertentu kedalam bentuk lain yang berbeda wujud dari bentuk aslinya.

Menurut Erni (2011:192), untuk mengetahui berapa besarnya kebutuhan bahan baku yang diperlukan pada suatu periode tersebut maka manajemen perusahaan tentunya akan menggunakan data yang cukup relevan untuk mengadakan peramalan kebutuhan bahan baku dalam perusahaan tersebut. Beberapa data yang dapat dipergunakan dalam penyusunan peramalan kebutuhan bahan baku ini antara lain adalah data dari perencanaan produksi yang akan dilaksanakan dalam perusahaan yang bersangkutan tersebut. Adapun jenis bahan baku yang dapat digunakan dalam produksi adalah (Ristono, 2010:89):

- a. Bahan baku langsung (*Direct Material*), maksudnya semua bahan baku yang merupakan bagian dari berbagai barang jadi yang dihasilkan.
- b. Bahan baku tidak langsung (*Indirect Material*), maksudnya bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang akan dihasilkan.

Pengendalian Persediaan

Menurut Assauri (2016:247) pengendalian dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan untuk menentukan tingkat dan komposisi dari persediaan *part*, bahan baku dan barang hasil produksi, sehingga perusahaan dapat melindungi kelancaran produksi dan penjualan serta kebutuhan-kebutuhan pembelanjaan perusahaan dengan lebih efektif dan efisien. Yang meliputi beberapa indikator diantaranya adalah: jumlah Kebutuhan barang, Biaya Pemesanan, biaya penyimpanan, harga barang, *Lead Time* (waktu Pemesanan), dan persediaan pengaman.

Menurut Herjanto (2016:238), pengendalian adalah serangkaian kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan pesanan untuk menambah persediaan harus dilakukan dan berapa besar pesanan harus diadakan, jumlah atau tingkat persediaan yang dibutuhkan berbeda-beda untuk setiap perusahaan pabrik, tergantung dari volume produksinya, jenis perusahaan dan prosesnya.

Pada umumnya, persediaan (*inventory*) merupakan barang dagangan yang utama dalam perusahaan dagang. Persediaan termasuk dalam golongan aset lancar perusahaan yang berperan penting dalam menghasilkan laba perusahaan. Secara umum istilah persediaan dipakai untuk menunjukan barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau digunakan untuk memproduksi barang-barang yang diperoleh atau dibeli dengan tujuan untuk dijual kembali tanpa mengubah barang itu sendiri (Robbins, 2016:78). Sedangkan menurut Ristono (2010:2), persediaan adalah barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang. Sedangkan menurut Haming dan Nurnajamuddin (2017:5), persediaan adalah sumber daya ekonomi fisik yang perlu diadakan dan dipelihara untuk menunjang kelancaran produksi, meliputi bahan baku (*raw material*), produk jadi (*finish product*), komponen rakitan (*component*), bahan penolong (*substance material*), dan barang sedang dalam proses pengerjaan (*working in process inventory*).

Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini adalah:

1. Bahan Baku (Y) merupakan faktor yang penting ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha. Dalam makna lain bahan baku adalah barang-barang yang akan menjadi bagian dari produk jadi yang dengan mudah dapat diikuti biayanya (Tumpubolon, 2018:12).
2. Pengendalian Persediaan (X) dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan untuk menentukan tingkat dan komposisi dari persediaan *part*, bahan baku dan barang hasil

produksi, sehingga perusahaan dapat melindungi kelancaran produksi dan penjualan serta kebutuhan-kebutuhan pembelanjaan perusahaan dengan lebih efektif dan efisien (Assauri, 2016:247).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Dynasty Bakery di Airtirs, Kecamatan Kampar, Provinsi Riau. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis pengendalian persediaan bahan baku menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ). EOQ merupakan salah satu teknik kontrol pengendalian persediaan bahan baku yang meminimalkan biaya total dari pemesanan dan penyimpanan. Rumus *Economic Order Quantity* (EOQ) adalah sebagai berikut (Heizer dan Render, 2011:316):

$$EOQ = \sqrt{\frac{2RS}{C}}$$

Keterangan: EOQ: *Economic Order Quantity* (kuantitas pembelian optimal), R: Jumlah pembelian selama satu periode, S: Biaya setiap kali pemesanan dan C: Biaya penyimpanan tahunan

Hasil Penelitian

Pengendalian Persediaan Bahan Baku

Jumlah kebutuhan bahan baku tepung terigu pada usaha Dynasty Bakery di Airtiris pada bulan Januari – Oktober 2019 dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2

Perkembangan Target dan Realisasi Penggunaan Bahan Baku Tepung Terigu Pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris, Bulan Januari – Oktober Tahun 2019

No	Bulan	Penggunaan Bahan baku Tepung Terigu (Kg)		Persentase (%)
		Target	Realisasi	
1	Januari	3.300	3.150	95,45
2	Februari	3.300	2.520	76,36
3	Maret	3.300	2.270	68,78
4	April	3.300	2.280	69,09
5	Mei	3.300	2.940	89,09
6	Juni	3.400	2.870	84,41
7	Juli	3.400	3.490	102,64
8	Agustus	3.400	3.340	98,23
9	September	3.400	3.590	105,58
10	Oktober	3.400	3.520	103,56
Jumlah		33.500	29.970	89,46

Sumber : Usaha Dynasty Bakery di Airtiris, 2019

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa secara umum dalam sepuluh bulan terakhir pada tahun 2019 penggunaan bahan baku tepung terigu pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris mengalami *fluktuasi*. Hal ini diindikasikan karena persediaan bahan baku tepung terigu pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris adalah secara konvensional. Oleh karena itu salah satu solusi agar persediaan baku tepung terigu bisa dikendalikan dengan optimal adalah dengan menerapkan metode EOQ.

Analisa Kebutuhan Bahan Baku Tepung Terigu Dengan Kebijakan UMKM Pada Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris

a. Kebutuhan Bahan Baku Tepung Terigu

Jumlah pembelian rata-rata bahan baku tepung terigu dalam sepuluh bulan terakhir pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kebutuhan bahan baku tepung terigu} &= \frac{\text{Kebutuhan bahan baku}}{\text{Frekuensi pembelian}} \\ &= \frac{29.970}{40} = 749,25 \text{ Kg} \end{aligned}$$

b. Biaya Pemesanan Bahan Baku Tepung Terigu

Biaya yang dikeluarkan untuk memesan bahan baku tepung terigu dalam sepuluh bulan terakhir pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3
Jumlah Biaya Pemesanan Bahan Baku Tepung Terigu Pada Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris, Bulan Januari – Oktober Tahun 2019

No	Biaya Pemesanan	Rincian (Rp)
1	Biaya telepon	500.000
2	Biaya transportasi dan tenaga kerja	1.000.000
Total		1.500.000

Sumber : Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris, 2019

Berdasarkan Tabel 3 diatas adapun perhitungan biaya pemesanan bahan baku tepung terigu pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya pemesanan bahan baku} &= \frac{\text{total biaya pemesanan}}{\text{frekuensi pemesanan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 1.500.000}}{40} = \text{Rp. 37.500} \end{aligned}$$

c. Biaya Penyimpanan Bahan Baku Tepung Terigu

Biaya penyimpanan bahan baku tepung terigu dalam sepuluh bulan terakhir pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4
Biaya Penyimpanan Bahan Baku Tepung Terigu Pada Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris, Bulan Januari – Oktober Tahun 2019

No	Biaya Penyimpanan	Rincian (Rp)
1	Biaya sewa gudang @ 1.500.000 x 10	.15.000.000
2	Biaya listrik @1.200.000 x 10	12.000.000
Total		27.000.000

Sumber : Usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris, 2019

Berdasarkan Tabel 4 diatas adapun jumlah perhitungan biaya penyimpanan bahan baku tepung terigu pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Biaya penyimpanan bahan baku tepung terigu} &= \frac{\text{Total biaya penyimpanan}}{\text{Jumlah kebutuhan bahan baku}} \\ &= \frac{\text{Rp.27.000.000}}{29.970} \\ &= \text{Rp. 900,90 / Kg} \\ \text{Biaya ini dibulatkan menjadi} &= \text{Rp. 901 / Kg} \end{aligned}$$

d. Total Biaya Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu

Total biaya persediaan bahan baku menurut konvensional UMKM pada usaha *Dynasty Bakery* di Airtiris, yaitu:

$$\text{TIC} = \left(\frac{Q}{2}\right) (C) + \left(\frac{R}{Q}\right) S$$

Keterangan: TIC: Total biaya persediaan tahunan (*total annual inventory cost*), R: Jumlah pembelian selama satu periode, C: Biaya simpan perperiode, S: Biaya setiap kali pemesanan dan Q: Kualitas pemesanan.

Diketahui: R: 29.970 Kg, C: Rp. 901 / Kg, S: Rp 37.500 dan Q : 749,25 Kg.

$$\begin{aligned} \text{TIC: } &\left(\frac{Q}{2}\right) (C) + \left(\frac{R}{Q}\right) S \\ &= \left(\frac{749,25}{2}\right) (901) + \left(\frac{29.970}{749,25}\right) (37.500) \\ &= 337.537 + 1.500.000 = \text{Rp. 3.837.350,3} \\ \text{Dibulatkan menjadi} &= \text{Rp. 1.837.537} \end{aligned}$$

Analisis Kebutuhan Bahan Baku Tepung Terigu Dengan Metode EOQ

a. Perhitungan Jumlah Pembelian Bahan Baku Tepung Terigu Yang Optimal

Diketahui: R: 29.970 Kg, C: Rp. 901 / Kg dan S: Rp 37.500

$$\begin{aligned} \text{EOQ} = Q^* &= \sqrt{\frac{(2) (29.970) (37.500)}{901}} \\ &= \sqrt{2.494.728,08} = 1.579,47 \text{ Kg} \end{aligned}$$

b. Perhitungan Frekuensi Pembelian Optimal

Diketahui: D= 29.970 Kg dan Q*= 1.579,47 Ton

$$\begin{aligned} F^* &= \frac{D}{Q^*} \\ &= \frac{29.970}{1.579,47} = 18,97 \text{ kali} \\ \text{Dibulatkan menjadi} &= 19 \text{ kali} \end{aligned}$$

c. Total Biaya Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Yang Optimal

Diketahui: R: 29.970 Kg, C: Rp. 901/Kg, S: Rp. 37.500 dan Q: 1.579,47 Kg.

$$\begin{aligned} \text{TIC} &= \left(\frac{Q}{2}\right) (C) + \left(\frac{R}{Q}\right) S \\ &= \left(\frac{1.579,47}{2}\right) (901) + \left(\frac{29.970}{1.579,47}\right) (37.500) \\ &= \text{Rp. 1.423.103} \end{aligned}$$

- d. Perhitungan persediaan Pengaman (*Safety Stock*)
 Perhitungan standart deviasi dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5
Perhitungan Standar Deviasi Bahan Baku Tepung Terigu Pada Usaha Dynasty Bakery di Airtiris, Bulan Januari – Oktober Tahun 2019

No	Bulan	X	\bar{x}	$x - \bar{x}$	$(x - \bar{x})^2$
1	Januari	3.150	2.997	153	23.409
2	Februari	2.520	2.997	(477)	227.529
3	Maret	2.270	2.997	(727)	528.529
4	April	2.280	2.997	(717)	514.089
5	Mei	2.940	2.997	(57)	3.249
6	Juni	2.870	2.997	(127)	16.129
7	Juli	3.490	2.997	493	243.049
8	Agustus	3.340	2.997	343	117.649
9	September	3.590	2.997	593	351.649
10	Oktober	3.520	2.997	523	273.529
Total		29.970	29.970	0	2.298.810

Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 5, adapun standart deviasi bahan baku tepung terigu yang optimal dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x-\bar{x})^2}{n}}$$

$$= \sqrt{\frac{2.298.810}{10}} = 479,46 \text{ Kg}$$

Untuk menghitung persediaan pengaman adalah sebagai berikut:

$$SS = SD \times Z$$

$$= 479,46 \times 1,64 = 786,31 \text{ Kg}$$

- e. Menentukan Besarnya Titik Pemesanan Kembali (*Re-Order Point*)
 Diketahui: L = 2 hari, $D = \frac{29.970}{250} = 119,88 \text{ Kg}$ dan $SS = 786,31 \text{ Kg}$
 $ROP = d \times L + SS$
 $= (119,88 \times 2) + 786,31 = 1.026,07 \text{ Kg}$

Perbandingan Persediaan Bahan Baku Antara Kebijakan UMKM dengan Metode EOQ

Perbandingan persediaan bahan baku tepung terigu antara kebijakan UMKM dengan metode EOQ pada Dynasty Bakery dalam sepuluh bulan terakhir dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6
Perbandingan Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Antara Kebijakan UMKM
Dengan Metode EOQ Pada Usaha Dynasty Bakery,
Bulan Januari – Oktober Tahun 2019

No	Keterangan	Kebijakan UMKM	Metode EOQ
1	Kuantitas pembelian	749,25 Kg	1.579,47 Kg
2	Frekuensi pembelian	40 Kali	19 Kali
3	Total biaya persediaan	Rp 1.837.537	Rp 1.423.103
4	Persediaan pengaman	-	786,31 Kg
5	Titik pemesanan ulang	-	1.026,07 Ton

Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan persediaan bahan baku antara kebijakan UMKM usaha Dynasty Bakery secara konvensional dengan metode EOQ dimana dengan menggunakan metode EOQ terbukti akan dapat mengoptimalkan persediaan bahan baku tepung terigu serta mampu mengatasi permasalahan yang akan timbul seperti tidak bisa berproduksi karena kehabisan bahan baku tepung terigu sebelum melakukan pemesanan kembali. Dengan menggunakan metode EOQ terbukti bahwa pemilik usaha Dynasty Bakery akan mengetahui tingkat pembelian bahan baku tepung terigu serta mengetahui berapa banyak persediaan pengaman dan kapan akan melakukan titik pemesanan ulang.

Simpulan

1. Kuantitas pembelian bahan baku tepung terigu berdasarkan kebijakan secara konvensional pada usaha Dynasty Bakery di Airtiris adalah sebesar 749,25 Kg dengan frekuensi pembelian sebanyak 40 kali sedangkan dengan menggunakan metode EOQ, maka kuantitas pembelian bahan baku tepung terigu akan meningkat sebesar 1.579,47 Kg dengan frekuensi pembelian sebanyak 19 kali.
2. Total biaya yang harus dikeluarkan dalam persediaan bahan baku TBS berdasarkan kebijakan secara konvensional pada usaha Dynasty Bakery di Airtiris adalah sebesar Rp.1.837.537 sedangkan menurut metode EOQ adalah sebesar Rp. 1.423.103. Sehingga dengan menggunakan metode EOQ, usaha Dynasty Bakery akan dapat menghemat biaya persediaan sebesar Rp.414.434.
3. Persediaan pengaman (*safety stock*) dan titik pemesanan ulang (*re-order point*) pada usaha Dynasty Bakery di Airtiris belum ada sedangkan berdasarkan metode EOQ, persediaan pengaman (*safety stock*) diperoleh sebesar 786,31 Kg dan titik pemesanan ulang sebesar 1.026,07 Kg.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. 2016. *Manajemen Operasi Produksi (Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan)*. Edisi 3. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Erni, Mudiarti. 2011. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Penerbit Dahara Prizes. Semarang.
- Heizer dan Render. 2011. *Manajemen Operasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Herjanto, Eddy. 2016. *Manajemen Persediaan*. Edisi Kesebelas. PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia. Jakarta.
- Nurnajamuddin, Mahmud. 2017. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur Dan Jasa*. Edisi Ketiga. Bumi Aksara. Jakarta.

- Ristono, Agus. 2010. *Manajemen Persediaan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Robbins, William J. 2016. *Management Operation*. Prentice Hall . UK.
- Tampubolon, Manahan P. 2018. *Manajemen Operasi Dan Rantai Pemasok*. Mitra Wacana Media. Jakarta.

STRATEGI PEMASARAN PRODUK WISATA PADA PD. KAMPAR ANEKA KARYA STANUM BANGKINANG KOTA

¹⁾ Wahyu Pranata De ²⁾ Molli Wahyuni

¹⁾Alumni Program Studi Manajemen STIE Bangkinang
²⁾ Dosen Program Studi Manajemen Pada STIE Bangkinang

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy that should be carried out by PD. Kampar Aneka Karya Stanum Bangkinang City in marketing of tour. The type of data used is primary data obtained through PD. Kampar Aneka Karya Stanum Bangkinang City and secondary data in the form of documents, files and notes that have been published. Data collection techniques are interviews, FGD (Focus Group Discussion) and research files. Data analysis was carried out using SWOT analysis, which is mapping with strength maps, strengths, weaknesses, opportunities and threats to determine the factors of effective strategy advantage. The results showed that the map of the strength of the tour marketing strategy is not new to PD. Kampar Aneka Karya Stanum Bangkinang City is in quadrant I as a market leader, namely a strategy to support aggressive growth (growth oriented strategy).

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

Pendahuluan

Bisnis wisata merupakan pemasaran di bidang jasa usaha di bidang pariwisata dewasa ini menunjukkan adanya persaingan yang semakin ketat dalam usaha meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan yang dimiliki masing-masing penyedia jasa usaha objek wisata. Untuk itu pengusaha yang bergerak dalam bisnis pariwisata dituntut untuk mampu bersaing agar dapat bertahan di dalam persaingan yang semakin ketat ini. Peningkatan jumlah wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara serta orang-orang yang sedang berbisnis yang membutuhkan jasa pariwisata mengakibatkan tumbuhnya usaha-usaha objek wisata di Indonesia.

Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan menentukan strategi pemasaran untuk mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Kejayaan Taman Rekreasi Stanum Bangkinang sebagai objek wisata primadona di Kampar seakan tenggelam semenjak tidak lagi dikelola oleh Mutiara Merdeka Grup. Akan tetapi pihak pengelola Taman Rekreasi Stanum berupaya meminimalkan dampak dari keadaan tersebut dan berupaya untuk melakukan peningkatan kembali, salah satu caranya memanfaatkan moment Pekan Olah Raga Provinsi Riau, di mana Kampar yang menjadi tuan rumah sehingga pihak Taman Rekreasi Stanum dapat bekerjasama dengan beberapa perusahaan.

Merujuk pada uraian di atas, penulis tertarik mengadakan penelitian terkait dengan strategi pemasaran produk wisata. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi pemasaran produk wisata yang tepat pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum Bangkinang Kota. Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dijalankan oleh pihak pengelola Taman Rekreasi Stanum Bangkinang Kota.

Manajemen Strategi

Menurut David (2011:5), manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Analisis SWOT

Rangkuti (2011:19) mendefinisikan analisis SWOT sebagai identifikasi sejumlah faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*). Namun secara bersamaan dapat pula meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Untuk lebih jelasnya apa itu SWOT, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

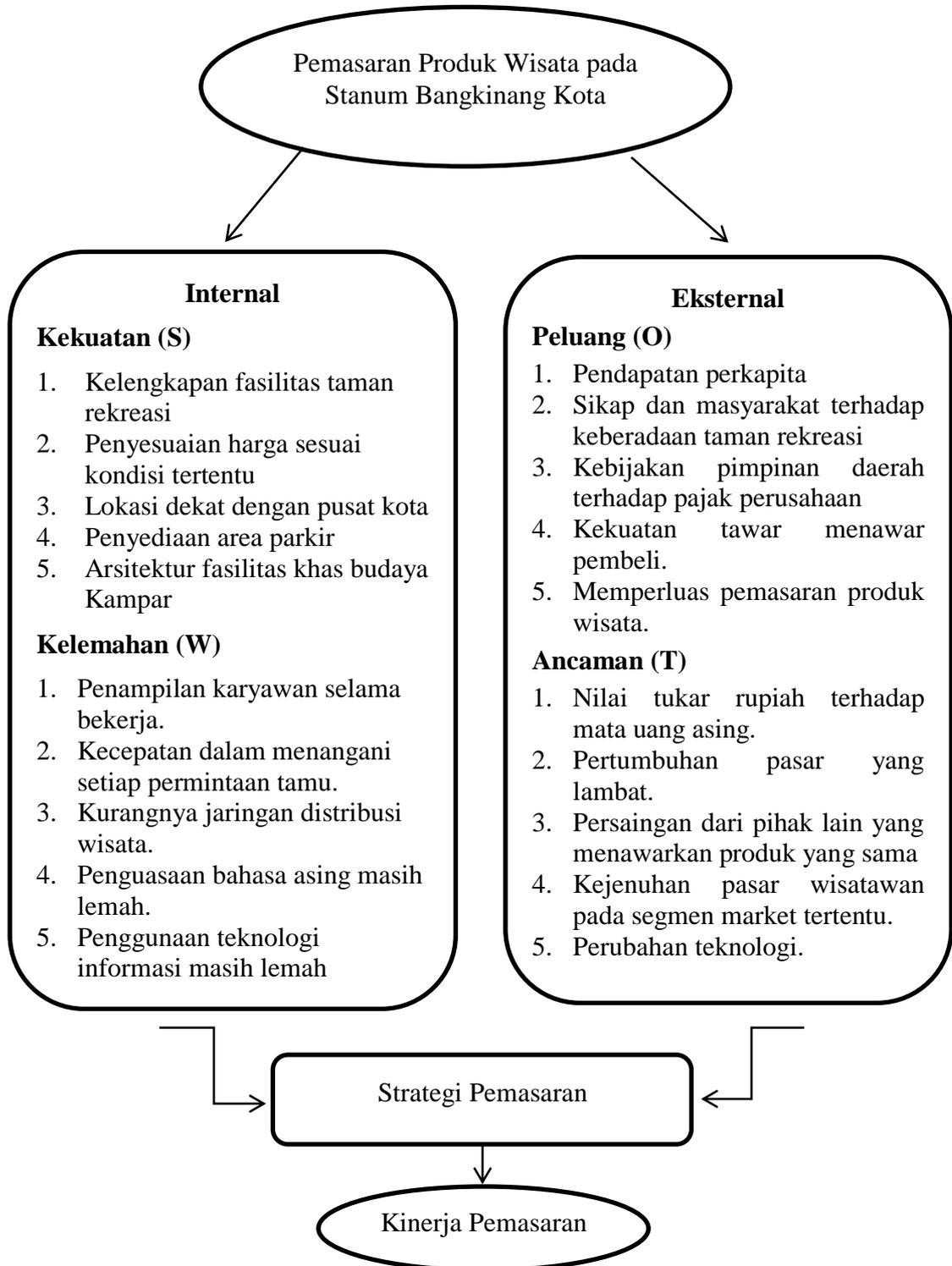
1. *Strength* (kekuatan). Faktor manajemen yang sepenuhnya ada dalam kendali manajemen untuk memberikan dampak positif bagi perusahaan.
2. *Weakness* (kelemahan). Faktor yang ada dalam kendali perusahaan tetapi tidak berhasil dikendalikan / dikelola, sehingga memberikan dampak negatif.
3. *Opportunity* (peluang). Faktor di luar kendali manajemen yang menyajikan suatu peluang sukses bagi perusahaan jika mampu mengadaptasinya.
4. *Threat* (ancaman). Faktor di luar kendali manajemen, tetapi jika muncul dapat berpotensi mengancam kelangsungan hidup

Analisis SWOT akan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang ada dari sebuah perusahaan. Faktor-faktor yang termasuk dalam lingkungan internal perusahaan adalah bagian-bagian dan tingkatan manajemen yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan manajemen pemasaran, serta faktor lain seperti konsumen, pesaing maupun publik. Sedangkan faktor eksternal meliputi : teknologi, politik, demografi dan ekonomi.

Model Penelitian

Bertitik tolak dari konsep teori yang dikemukakan di atas, maka model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1
Model Penelitian



Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini ada 4 (empat) yaitu variabel *Strenghts* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman).

Tabel 1
Tabel Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
<p>S (STRENGHT) Kekuatan, suatu kompetensi dan keunggulan perusahaan. (Rangkuti, 2011:19)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan fasilitas taman rekreasi. 2. Penyesuaian harga sesuai kondisi tertentu. 3. Lokasi dekat dengan pusat kota. 4. Penyediaan area parkir. 5. Arsitektur fasilitas khas budaya kampar.
<p>W (WEAKNESSES) Kelemahan, keterbatasan yang menghalangi efektifitas perusahaan. (Rangkuti, 2011:19)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan karyawan selama bekerja. 2. Kecepatan dalam menangani setiap permintaan tamu. 3. Kurangnya jaringan distribusi wisata. 4. Penguasaan bahasa asing masih lemah. 5. Penggunaan teknologi informasi masih lemah
<p>O (OPPORTUNITIES) Peluang, situasi yang menguntungkan. (Rangkuti, 2011:19)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan perkapita wisatawan 2. Sikap dan masyarakat terhadap keberadaan taman rekreasi 3. Kebijakan pimpinan daerah terhadap pajak perusahaan 4. Kekuatan tawar menawar pembeli. 5. Memperluas pemasaran produk wisata.
<p>T (THREATS) Ancaman, rintangan utama bagi perusahaan. (Rangkuti, 2011:19)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. 2. Pertumbuhan pasar yang lambat. 3. Persaingan dari pihak lain yang menawarkan produk yang sama. 4. Kejenuhan pasar wisatawan pada segmen market tertentu. 5. Perubahan teknologi.

Sumber : Modifikasi Peneliti, Tahun 2019

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Taman Rekreasi Stanum Bangkinang Kota, yang terletak di Jl. Jendral Sudirman Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. Waktu penelitian berlangsung selama 2 (dua) bulan yang dimulai dari bulan Juli sampai dengan September 2019. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, *FGD (Focus Group Discucussion)* dan *file research*. Analisa data yang digunakan adalah analisis SWOT yaitu melakukan pemetaan pada peta kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan untuk menentukan faktor keunggulan strategi yang efektif, dengan melakukan beberapa tahapan analisisnya.

Hasil Penelitian

Berdasarkan perhitungan Total Nilai Bobot (TNB) pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum Bangkinang Kota dalam pemasaran secara keseluruhan lebih jelasnya dapat dilihat tabel berikut :

Tabel 2
Total Nilai Bobot Faktor Internal dan Eksternal

No.	Variabel / Indikator	BF %	NBD	NRK	NBK	TNB
I Kekuatan						
1.	Kelengkapan fasilitas taman rekreasi	13,79	0,55	3,84	0,53	1,08
2.	Penyesuaian harga sesuai kondisi tertentu	10,34	0,31	3,63	0,38	0,69
3.	Lokasi dekat dengan pusat kota	17,24	0,86	3,00	0,52	1,38
4.	Penyediaan area parker	10,34	0,31	4,11	0,42	0,74
5.	Arsitektur fasilitas khas budaya Kampar	13,79	0,55	3,53	0,49	1,04
	Jumlah	65,52	2,59	18,11	2,33	4,92
	Rata – Rata	13,10	0,52	3,62	0,47	0,98
II Kelemahan						
6.	Penampilan karyawan selama bekerja	6,90	0,14	3,53	0,24	0,38
7.	Kecepatan dalam menangani setiap permintaan tamu	6,90	0,14	4,05	0,28	0,42
8.	Kurangnya jaringan distribusi wisata	10,34	0,31	4,16	0,43	0,74
9.	Penguasaan bahasa asing masih lemah	3,45	0,03	3,79	0,13	0,17
10.	Penggunaan teknologi informasi masih lemah	6,90	0,14	3,21	0,22	0,36
	Jumlah	34,48	0,76	18,74	1,30	2,06
	Rata – Rata	6,90	0,15	3,75	0,26	0,41
	Rata – Rata Internal	10,00	0,34	3,69	0,37	0,70
III Peluang						
1.	Pendapatan per kapita wisatawan	9,68	0,29	3,42	0,33	0,62
2.	Sikap dan tanggapan masyarakat terhadap keberadaan taman rekreasi	9,68	0,29	2,68	0,26	0,55
3.	Kebijakan pimpinan daerah terhadap pajak perusahaan	9,68	0,29	3,32	0,32	0,61
4.	Kekuatan tawar-menawar pembeli	12,90	0,52	2,53	0,33	0,84
5.	Memperluas pemasaran produk wisata	12,90	0,52	3,00	0,39	0,90
	Jumlah	54,84	1,90	14,95	1,62	3,53
	Rata – Rata	10,97	0,38	2,99	0,32	0,71
IV Ancaman						
6.	Nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing	6,45	0,13	3,63	0,23	0,74
7.	Pertumbuhan pasar yang lambat	3,23	0,03	2,89	0,09	0,13
8.	Persaingan dari pihak lain yang menawarkan produk yang sama	16,13	0,81	2,68	0,43	1,24
9.	Kejenuhan pasar wisatawan pada segmen market tertentu	9,68	0,29	2,68	0,26	0,95
10.	Perubahan teknologi	9,68	0,29	2,53	0,24	0,31
	Jumlah	45,16	1,55	14,42	1,26	3,37
	Rata – Rata	9,03	0,31	2,88	0,25	0,67
	Rata – Rata Eksternal	10,00	0,35	2,94	0,29	0,69

Sumber : Data Olahan, Tahun 2019.

Tabel di atas memperlihatkan dengan jelas bahwa faktor internal perusahaan lebih kuat dibandingkan dengan faktor eksternalnya. Dilihat dari hasil perolehan Total

Nilai Bobot (TNB), secara keseluruhan rata-rata TNB faktor internal adalah 0,70 lebih besar dari faktor eksternalnya yaitu 0,69. Adapun TNB untuk variabel kekuatan diperoleh rata-rata 0,98 dan variabel kelemahan adalah 0,41 sedangkan untuk variabel peluang adalah 0,71 dan variabel ancamannya dengan rata-rata 0,69.

Bertitik tolak dari hasil di atas maka diperoleh faktor pendukung dalam pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum ini adalah variabel kekuatan (0,98) dan peluang (0,71) dengan rata-rata TNB mencapai 0,85. Hasil ini tentunya lebih tinggi dibandingkan dengan faktor penghambatnya yaitu variabel kelemahan (0,41) dan variabel ancaman (0,67) dengan rata-rata 0,55. Dengan demikian maka dapat ditegaskan bahwa posisi medan perusahaan PD. Kampar Aneka Karya Stanum berada pada kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya atau disebut strategi SO (*Strength Opportunity*) :

Tabel 3
Faktor Kunci Keberhasilan

Faktor Internal		
No.	<i>Strenght (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
1.	Lokasi dekat dengan pusat kota (1,38)	Kurangnya jaringan distribusi wisata (0,74)
Faktor Eksternal		
No.	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threats (T)</i>
1.	Memperluas pemasaran produk wisata (0,90)	Persaingan dari pihak lain yang menawarkan produk yang sama (1,24)

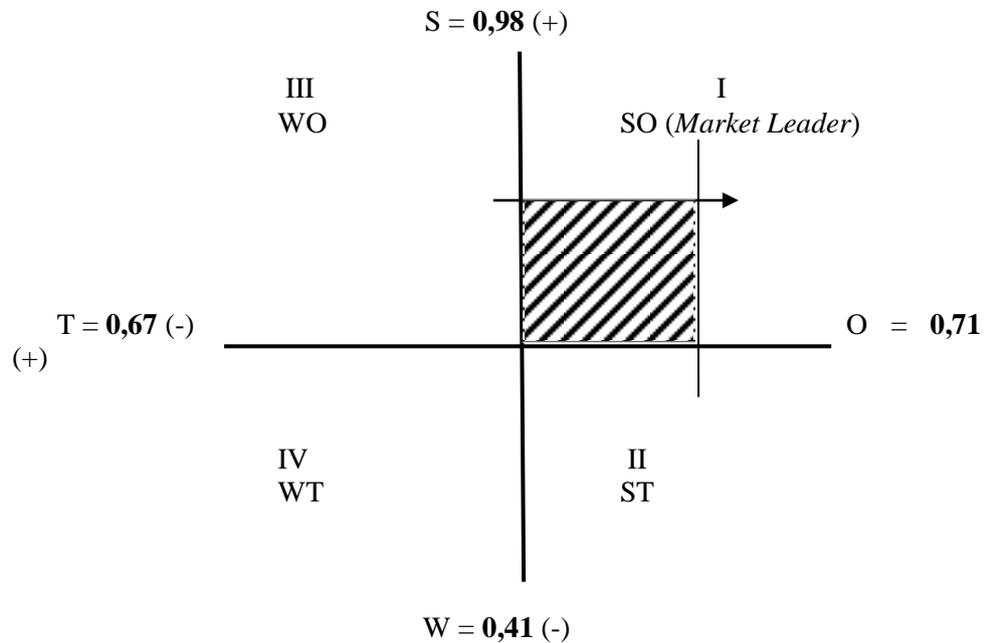
Sumber : Data Olahan, Tahun 2019.

Dari tabel di atas terlihat bahwa Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota terletak pada kekuatannya, yakni lokasi dekat dengan pusat kota yang terletak di Jl. Jend. Sudirman No. 103 Bangkinang Kota, dengan kelemahan pada kurangnya jaringan distribusi wisata. Adapun peluang yang harus dimanfaatkan adalah memperluas pemasaran produk wisata, sedangkan ancaman yang dihadapi adalah persaingan dari pihak lain yang menawarkan produk yang sama.

Dari gambar terlihat posisi pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota berada pada kuadran I (SO). Posisi SO ini sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan, di mana perusahaan memiliki kekuatan lokasi dekat dengan pusat kota dan peluang yang harus diupayakan adalah memperluas pemasaran produk wisata. Dengan kata lain, perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan, dan strategi yang harus diterapkan dalam posisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Pada kondisi demikian diyakini perusahaan mampu meningkatkan kinerja dalam pemasaran produk wisatanya.

Untuk mengetahui lebih jelas peta posisi kekuatan strategi pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota maka dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.
Peta Posisi Kekuatan Pemasaran Produk Wisata
pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota



Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dapat ditegaskan bahwa strategi pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota berada pada kuadran I yang dikenal sebagai *market leadernya* pemasaran, yaitu strategi SO (*Strenght Opportunity* (kekuatan dan peluang) yang artinya memaksimalkan kekuatan yang ada pada perusahaan dengan memanfaatkan peluang pasar sebesar-besarnya. Dari hasil analisa data diperoleh nilai TNB variabel kekuatan sebesar 0,98 dan peluang sebesar 0,71 yang tentunya lebih besar dari TNB variabel kelemahan sebesar 0,41 dan ancamannya adalah 0,67.

Hasil penelitian di atas menunjukkan PD. Kampar Aneka Karya Stanum dalam pemasaran produk wisatanya memiliki keunggulan pada aspek kekuatan yaitu lokasi dekat dengan pusat kota. Hal ini memang tidak dipungkiri bahwa PD. Kampar Aneka Karya Stanum berada di lintas jalan raya, Jl. Jend. Sudirman No. 103 yang tidak jauh dari pusat Kota Bangkinang sehingga dapat dijangkau dengan mudah bagi siapa saja yang bermaksud menikmati taman rekreasi dan wisata alam Stanum yang ada baik pada hari biasa maupun hari-hari libur.

Selain lokasinya yang dinilai strategis karena dekat dengan pusat kota sebagai indikator dominan, beberapa kekuatan PD. Kampar Aneka Karya Stanum dalam pemasaran produk wisata adalah kelengkapan fasilitas taman rekreasi yang dinilai memadai, arsitektur beberapa fasilitas mencerminkan ciri khas budaya Kampar, penyediaan area parkir yang cukup bagi para pengunjung serta penyesuaian harga sesuai kondisi tertentu. Kelima kekuatan ini menjadi faktor internal PD. Kampar Aneka Karya Stanum dalam pemasaran produk wisatanya kepada masyarakat luas.

Selanjutnya faktor peluang, dari hasil penelitian PD. Kampar Aneka Karya Stanum memiliki peluang dalam pemasaran produk wisatanya yakni dengan memperluas pemasaran produk wisata. Hal ini dapat dilakukan pihak perusahaan dengan mengoptimalkan beberapa upaya promosi misalnya yang dimaksudkan untuk meraih

pasar seluas-luasnya, karena jika perusahaan tidak berusaha memanfaatkan peluang yang ada maka dikhawatirkan dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang.

Beberapa peluang PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota dalam menjaga dan mempertahankan pemasaran produk wisata di sini terletak pada kekuatan tawar-menawar pembeli yang dapat dimanfaatkan, pendapatan per kapita wisatawan, kebijakan pimpinan daerah terhadap pajak perusahaan serta sikap dan tanggapan masyarakat terhadap keberadaan taman rekreasi itu sendiri. Kelima peluang ini menjadi faktor eksternal PD. Kampar Aneka Karya Stanum yang harus diraih dalam pemasaran produk wisatanya.

Hasil penelitian yang menunjukkan posisi perusahaan PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota dalam pemasaran produk wisatanya berada pada kuadran I ini sama dengan hasil penelitian Nur Wening (2014) yang menyimpulkan bahwa strategi pemasaran Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka berada pada posisi kuadran I yaitu mendukung strategi yang agresif. Artinya perusahaan berada dalam situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan memaksimalkan kekuatan yang telah dimiliki.

Simpulan

1. Posisi pemasaran produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota berada pada kuadran I (SO) sebagai *market leader* yaitu strategi mendukung pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan, karena perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan.
2. Faktor Kunci Keberhasilan (FKK) produk wisata pada PD. Kampar Aneka Karya Stanum di Bangkinang Kota terletak pada kekuatannya yaitu lokasi dekat dengan pusat kota dengan Total Nilai Bobot (TNB) sebesar 1,38. Kelemahannya adalah kurangnya jaringan distribusi wisata dengan TNB sebesar 0,74. Peluangnya adalah memperluas pemasaran produk wisata dengan TNB sebesar 0,90 dan ancaman berupa persaingan dari pihak lain yang menawarkan produk yang sama dengan TNB sebesar 1,24.

Daftar Pustaka

- Assuri, Sofjan, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit , Rajawali Pers, Jakarta.
- Chandra, Gregorius, 2012, *Strategi Program Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- David, Fred R, 2011, *Strategic Management*, Penerbit , Buku 1, Edisi 12, Jakarta.
- Freddy, Rangkuti, 2011, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit , PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012, *Marketing Management*, 14th, Penerbit , Person Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Penerbit, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*, Penerbit, Selemba Empat, Jakarta.
- Nur Wening, 2014, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Obyek Wisata Kebun Raya dan Kebun Binatang (KRKB) Gembira Loka di Yogyakarta, Jurnal Mahasiswa STIE Wiwaha Yogyakarta.

Sianipar, 2006, *Teknik – Teknik Analisis Manajemen*, Penerbit, Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia, Jakarta.
Siswanto, 2010, *Pengantar Manajemen*, Penerbit , Bumi Aksara, Jakarta.