



p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

VOL 2 Nomor. 1 Januari 2023

FLURALIS

Faletehan Jurnal Ekonomi dan Bisnis



Diterbitkan oleh :
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Faletehan

J.FLURALIS

VOLUME

2

NOMOR

1

HALAMAN

1-81

PERIODE

Januari

TAHUN

2023



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 2 Nomor. 1 Januari 2023

p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

FLURALIS

Jurnal yang berisi tentang hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian dan aplikasi teori, tinjauan kepustakaan, resensi buku baru, dan tulisan praktis dalam bidang ekonomi dan bisnis. Jurnal yang meliputi topik terkait berupa Bisnis dan Manajemen, kewirausahaan, keuangan, manajemen sumber daya manusia, pemasaran, operasi asuransi, bisnis internasional, logistik, sistem informasi manajemen, manajemen strategi, produksi, tata kelola perusahaan yang baik, manajemen manufaktur, manajemen publik dan nirlaba, kontrol kualitas, manajemen perpajakan, dan topik terkait lainnya.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Pimpinan Redaksi

Suhroji Adha, SE.,MM

Ketua Dewan Redaksi

Mira Nurhikmat, SE.,MM

Anggota Dewan Redaksi

1. Dr. Ir. Uli Wildan Nuryanto, ST, MM, IPM, CHRA, ASCA
Universitas Bina Bangsa
2. Enji Azizi, SE.,MM
Universitas Faletahan
3. Djaka Adiwinata, SE.,MM
Universitas Faletahan
4. Irawan, MM
Universitas Faletahan
5. Heri Sapari Kahp, SE.,MM
(Universitas Banten)
6. Vadilla Mutia Zahara, SE.,ME
(Universitas Sultan Ageng Tirtayasa)
7. Nafiudin, SE.,MM
(Universitas Serang Raya)



FLURALIS®

FALETEHAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

FALETEHAN JURNAL
EKONOMI DAN BISNIS

VOL 2 Nomor. 1 Januari 2023

p-ISSN 2828-707X
e-ISSN 2829-0917

DAFTAR ISI

**PENGARUH PENERAPAN ORIENTASI LAYANAN PELANGGAN DAN MOTIVASI PELAYANAN
PUBLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI BIDANG KESEHATAN LINGKUNGAN**

Widodo Hari Lusinto (Hal 1-15)

**ANALISIS SISTEM MANAJEMEN KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA DI RUMAH
SAKIT: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR**

Fauzul Hayat, Nia Kurniatillah (Hal 16-25)

**PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN INSENTIF TERHADAP SEMANGAT
KERJA KARYAWAN DI PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF GROUP) CABANG
SERANG**

Fidziah, Suciati, Eka Ferbrianata (Hal 26-32)

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PADA
TOKO ONE JAYA 77 BUSANA**

Evi Meidasari, Agung Rachmadi, Senna Enzovanni, Hero Desyantama (Hal 33-44)

**HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PD. RABINDO TAMA SERANG BANTEN**

Ende, Nurul Hidayat (Hal 45-49)

**PENGARUH INTENSITAS ASET TETAP, TINGKAT HUTANG, KEPEMILIKAN MANAJERIAL
DAN PROFITABILITAS TERHADAP TARIF PAJAK EFEKTIF**

Afrida, Mohamad Husni, Muhammad Angga Anggriawan (Hal 50-58)

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT. FAJAR AGUNG PHARINDO PROVINSI BANTEN**

Raga Aquino, Asih Kurnianingsih, Aepullah3 (Hal 59-68)

**IMPLEMENTASI METODE JUST IN TIME DALAM PENGENDALIAN BAHAN BAKU
PT. ALLIANCE CONSUMER PRODUCTS INDONESIA**

Ilham Priono, Uli Wildan Nuryanto, Basrowi (Hal 69-81)

PENGARUH PENERAPAN ORIENTASI LAYANAN PELANGGAN DAN MOTIVASI PELAYANAN PUBLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI BIDANG KESEHATAN LINGKUNGAN

Widodo Hari Lusinto¹
Widodoharilusinto1964@gmail.com
Universitas Faletahan

ABSTRACT

The concept of New Public Management (New Public Management) includes the Application of Public Service Motivation or what is known as Public Service Motivation (PSM) and customer service orientation or Customer Service Orientation (CSO) including in the Central Government and local governments in Indonesia. Therefore, this study focuses on the application of the Environmental Health Sector in the Health Office of the South Tangerang City Government, Indonesia. Based on recent developments, research on customer service orientation and public service motivation on the performance of civil servants in public service work units in Tangerang Selatan City, Indonesia has never been carried out, this is the main reason why this quantitative study was carried out. The sample in this study was 56 civil servants who worked in the field of public services in their respective work units. This type of research includes quantitative research using the Onion Research Method, and the SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Square) model. This study shows that there are 12 dimensions containing customer service orientation variables, public service motivation variables and civil servant performance variables. The results of the study indicate that the Customer Service Orientation has a positive and significant influence on the performance of civil servants. Second, Customer Service Orientation has a positive and significant influence on Public Service Motivation. Third, Public Service Motivation has a positive and significant influence on the performance of civil servants. Customer Service Orientation has an indirect and significant effect on the performance of civil servants through the variable of public service motivation as a mediating variable. Effect of Total Relationship between Customer Service Orientation and Performance of Civil Servants with Public Service Motivation as a mediating variable: shows that the total relationship is a Partial Mediation relationship.

Keywords: *Public Service Motivation, Customer Service Orientation, New Public Management*

ABSTRAK

Konsep New Public Management (Manajemen Publik Baru) meliputi Penerapan Motivasi Pelayanan Publik atau yang dikenal Public Service Motivation (PSM) dan orientasi layanan pelanggan atau Customer Service Orientation (CSO), Penerapan Orientasi Layanan Pelanggan dan Motivasi Pelayanan Publik pada Sektor Publik belum banyak dilakukan, termasuk di Pemerintah Pusat dan Pemerintah daerah di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini berfokus kepada penerapan pada sektor Pemerintahan Bidang Kesehatan Lingkungan pada Dinas Kesehatan Pemerintah Kota Tangerang Selatan, Indonesia. Berdasarkan perkembangan terkini, Penelitian Orientasi layanan pelanggan dan Motivasi Pelayanan public terhadap Kinerja PNS di Unit kerja pelayanan publik di Kota Tangerang Selatan Indonesia belum pernah dilakukan, hal ini merupakan sebab utama mengapa kajian kuantitatif ini dijalankan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 56 (lima puluh enam) orang PNS yang bekerja dibidang Pelayanan publik di Unit Kerja masing-masing. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif menggunakan Metode Bawang Penelitian, dan Model SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Square). Kajian ini menunjukkan bahwa terdapat 12 dimensi yang mengandung variabel Orientasi layanan pelanggan, variabel Motivasi Pelayanan publik dan Variabel Kinerja PNS. Hasil kajian menunjukkan bahwa Orientasi Layanan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS. Kedua, Orientasi Layanan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Pelayanan Publik. Ketiga, Motivasi Pelayanan Publik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS. Orientasi Layanan Pelanggan mempunyai pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Kinerja PNS melalui Variabel Motivasi Pelayanan publik sebagai variabel Mediasi. Pengaruh Total Hubungan antara Orientasi Layanan Pelanggan dan Kinerja PNS dengan Motivasi Pelayanan Publik sebagai variabel mediasi: menunjukkan bahwa total hubungan merupakan hubungan Partial Mediation.

Kata Kunci: Motivasi Pelayanan Publik, Orientasi Layanan Pelanggan, Manajemen Publik Baru

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsep New Public Management (Manajemen Publik Baru) disingkat dengan NPM, yang telah dilabeli ulang oleh beberapa penulis sebagai pasca birokrasi telah menerima campuran pujian dan kritik dalam literatur akademik (Osborne dan Gaebler, 1993, Dunleavy dan Hood, 1994, Pollitt, 1995, Pollitt, 2001, Alford dan Hughes, 2008, Alford, 2002, Considine and Lewis, 2003, Verbeeten, 2008, Walker et al., 2011). Verbeeten (2008) misalnya menyimpulkan dalam studinya bahwa ada trade-off antara 'mencapai tujuan kuantitatif (tujuan kinerja jangka pendek seperti efisiensi dan kuantitas yang dihasilkan) dan tujuan kualitas (jangka panjang atau strategis tujuan kinerja seperti kualitas / akurasi, inovasi, dan moral karyawan). Dia lebih lanjut menyatakan bahwa dalam beberapa kasus penggunaan sistem manajemen kinerja NPM mungkin memiliki efek buruk yang tidak diinginkan pada hasil layanan publik.

Dalam nada yang sama, Ghobadian dan Gallear et al. (2007) menemukan bahwa transfer praktik manajemen swasta ke sektor publik adalah kompleks dan penuh dengan bahaya dan kejutan, karena adanya perbedaan besar antara organisasi sektor swasta dan sektor publik dan kemungkinan akan menghasilkan keberhasilan yang terbatas dalam organisasi layanan publik. Walker dan Brewer et al. (2011) menyimpulkan bahwa kegagalan pasar baru-baru ini dan krisis keuangan global yang terjadi kemudian 'meragukan kekuatan dan kemandirian pasar yang tidak dikendalikan' tetapi beberapa aspek dari pendekatan berorientasi pasar, seperti orientasi pelanggan, pengetahuan pasar, dan pemberian layanan yang efektif tetap merupakan elemen penting dalam bisnis dan pemerintahan.

Menurut Alford dan Hughes (2008), NPM berguna untuk model administrasi publik tradisional dan menyimpulkan bahwa beberapa aspek NPM bermanfaat untuk program-

program tertentu, meskipun tantangan tetap ada. Beberapa sarjana mempertanyakan kemampuan pemerintah untuk mendefinisikan 'pelanggan' sebagai perbedaan untuk perusahaan swasta. Sudah sangat jelas bahwa pelanggan di industri swasta umumnya dapat memilih penyedia layanan mereka dan jika tidak puas maka dapat memutuskan untuk tidak memilih menggunakan perusahaan itu kembali (Alford, 2002). Demikian pula, pelanggan di industri swasta memiliki kebebasan dalam memutuskan jenis produk atau layanan apa yang ingin mereka beli. Sedangkan barang dan jasa di sektor publik ditentukan oleh Pemerintah bersama-sama dengan anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang dipilih masyarakat untuk tingkat Pemerintah Pusat, sedangkan untuk di Daerah dilakukan oleh Kepala daerah bersama-sama Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Apabila masyarakat membutuhkan barang publik (seperti jembatan, jalan), bantuan pemerintah, aturan dan peraturan tersebut harus ditentukan oleh Pemerintah bersama-sama lembaga legislative Dewan Perwakilan rakyat (DPR).

Penelitian motivasi pelayanan publik (PSM) berkisar dari penyelidikan anteseden (Camilleri, 2007, Moynihan dan Pandey, 2007a, Perry, 1997), hingga membangun skala pengukuran (Perry, 1996, Coursey dan Pandey, 2007, Vandenabeele, 2008, Wilson, 2003), untuk studi perbandingan antara sektor publik dan swasta (Crewson, 1997, Gabris dan Simo, 1995, Houston, 2006, Perry dan Porter, 1982, Rainey, 1982, Rainey dan Bozeman, 2000, Rainey et al., 1976b), antara atau di dalam negara (Vandenabeele et al., 2006, Liu et al., 2008, Kim, 2006, Leisink dan Steijn, 2009, Manolopoulos, 2008), antara sektor publik dan sektor nirlaba (Mann, 2006, Lee dan Wilkins, 2011), dan studi yang melihat hubungan dengan konstruksi lain seperti hasil kerja (Taylor, 2007), motivasi kerja (Anderfuhren-Biget et al., 2010), kecocokan antara orang dengan lingkungan organisasi (Steijn, 2008, Wright dan Pandey, 2008, Kjeldsen, 2012),

dimensi gender (DeHart-Davis et al., 2006), peluang non moneter (Bright, 2009), komitmen organisasi (Camilleri dan Van der Heijden, 2007, Kim, 2006), masa kerja (Georgellis dan Tabvuma, 2010), dan perilaku (Andersen dan Serritzlew, 2012, Andersen, 2009). Selain itu, beberapa publikasi konseptual dalam pendekatan mereka untuk menjelaskan PSM (misalnya, Brewer et al., 2000b, Brewer dan Selden, 1998, Paarlberg dan Lavigna, 2010, Perry and Wise, 1990, Perry, 2000, Perry et al., 2010, Vandenabeele, 2007, Wright and Grant, 2010) dan lainnya lagi melihat PSM dan konsep pelanggan sektor publik (Needham, 2006, Paarlberg, 2007).

Meskipun penelitian Motivasi pelayanan public (PSM) telah memajukan pemahaman kita tentang motivasi bagi pegawai negeri (Perry et al., 2010), masih ada kelangkaan penelitian tentang dampak program reformasi spesifik terhadap PSM. Moynihan dan Pandey (2007b) memang melihat lingkungan organisasi dan menemukan bahwa birokrasi berhubungan negatif dengan PSM sedangkan reformasi yang tampaknya mengurangi birokrasi membantu kejelasan dan pemberdayaan tujuan, memiliki efek positif pada PSM karyawan. Namun, studi mereka didasarkan pada tanggapan manajerial dan tidak memperhitungkan karyawan yang bekerja di garis depan, yang sering terkena dampak penuh dari program reformasi. Hal ini sangat jelas dengan program reformasi yang berkaitan dengan orientasi layanan pelanggan di mana karyawan garis depan adalah yang paling terpengaruh (Rod dan Ashill, 2010).

Penelitian model motivasi pelayanan publik terhadap kinerja telah dilakukan di Indonesia sebagai bahan perbandingan, yaitu oleh Khasanah (2015), dimana hasilnya motivasi pelayanan publik mempengaruhi kinerja pegawai negeri sipil di pelayanan sektor publik. Penelitian lain, dilakukan oleh Imala, (2017), dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat motivasi pelayanan publik di RSBSA adalah tinggi, dapat diurutkan dari yang

tertinggi sampai terendah sebagai berikut: ketertarikan terhadap partisipasi publik, komitmen terhadap nilai-nilai publik, rasa iba, dan kesediaan untuk membantu orang lain. Hasil penelitian lain mengenai Motivasi Pelayanan Publik, yaitu oleh Putri. (2017), dengan Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari motivasi pelayanan publik terhadap kinerja pegawai Dinas Penanaman Modal Pelayanan

Korunka dan Scharitzer et al. (2007) di sisi lain melakukan penelitian orientasi layanan pelanggan di sektor publik dan telah mengadopsi definisi yang luas tentang orientasi pelanggan yang memperhitungkan aspek budaya, aspek berbasis informasi dan aspek kualitas layanan. Orientasi pelanggan mereka menyatakan bahwa pengumpulan dan analisis ekspektasi pelanggan yang komprehensif, terus-menerus, serta implementasi internal dan eksternal mereka dalam layanan dan interaksi organisasi, dengan tujuan membangun hubungan pelanggan yang stabil dan menguntungkan secara ekonomis (Korunka et al., 2007, hal.308). Studi ini menyelidiki orientasi layanan pelanggan di sektor publik dan dengan demikian memanfaatkan definisi luas orientasi pelanggan Korunka dan Scharitzer et al.

Dua area penelitian yang berbeda dapat diidentifikasi: satu area berteori tentang hubungan kompleks layanan publik dengan warga negara, pembayar pajak, politisi dan penerima layanan dan apakah CSO sektor swasta dapat diekstrapolasi ke sektor publik (Du Gay dan Salaman, 1992, Fountain), 2001, Alford, 2002, Needham, 2006, Jos dan Tompkins, 2009). Jenis penelitian kedua menyelidiki CSO dari perspektif praktis, melihat kinerja (Paarlberg, 2007), hasil pekerjaan (Rod dan Ashill, 2010), keterampilan interpersonal sebagai ukuran CSO (Alge et al., 2002), dan perubahan CSO karena pengenalan NPM (Korunka et al., 2007). Selain itu juga dikemukakan berbagai upaya untuk

meningkatkan pelayanan prima antara lain dengan: mendahulukan kepentingan pelanggan, memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, menerapkan budaya pelayanan prima, bersikap positif dalam memberikan pelayanan prima, memberikan sentuhan pribadi dalam pelayanan prima, serta adanya konsep pelayanan prima sesuai dengan pribadi prima, (Ahdiyana, M. 2012), Dengan pengecualian Paarlberg (2007), tidak ada penelitian lain yang menyelidiki Orientasi Layanan Pelanggan sebagai variabel dari konstruksi Motivasi Pelayanan Publik yang dikaitkan dengan Kinerja Karyawan/ Pegawai Negeri Sipil.

Paarlberg (2007) mengeksplorasi dampak orientasi layanan pelanggan pada kinerja pegawai pemerintah, dan motivasi normatif dan afektif. Temuannya menunjukkan bahwa memang ada hubungan positif antara orientasi pelanggan dan kinerja dan motivasi. Namun, studi Paarlberg (2007) dilakukan dengan unit pendukung pasukan pertahanan Amerika yang secara langsung berurusan dengan pengguna akhir (pejuang perang). Pengguna akhir ini memberikan kepada para pegawai negeri 'informasi berharga yang meningkatkan kualitas produk atau layanan yang mereka berikan dengan gagasan tentang pentingnya layanan mereka sebagai kontribusi bagi pertahanan negara kadang-kadang menjadi situasi hidup dan mati. Dengan demikian, kompleksitas yang melekat pada sebagian besar organisasi layanan publik dalam mengidentifikasi pelanggan dan kontribusi terhadap nilai publik tidak berlaku untuk studi Paarlberg.

Penelitian Orientasi Layanan Pelanggan di Indonesia, seperti yang disampaikan oleh Kirom (2015:13): menyatakan bahwa tingkat pelayanan yang membuat konsumen merasa puas adalah pelayanan yang berpihak kepada konsumen. Jika pelayanan yang diberikan berpihak kepada konsumen maka konsumen akan merasa bahwa kepentingannya diperhatikan. Sedangkan Indikator kepuasan ini dapat diukur dengan nilai-nilai kerja, kejujuran,

tanggungjawab, dedikasi dan komitmen untuk melayani, motivasi kerja, penguasaan keterampilan berkomunikasi, penguasaan teknologi menjadi syarat mutlak yang harus dimiliki oleh penyedia jasa layanan, (Hidayat, 2019).

Mendasari dan mendukung Variabel Orientasi Layanan pelanggan terdapat juga kegiatan Pengumpulan data dan hasil Survey Kepuasan Masyarakat (SKM) dengan hasil Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada Dinas Pemuda dan Olah Raga (Dispora) Kota Tangerang Selatan, Indonesia pada tahun 2020 dan 2021, yang dilakukan oleh Penulis Widodo Hari Lusinto, sebagai Sekretaris Dinas Pemuda dan Olah raga Kota Tangerang Selatan, dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

Adapun hasil Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) di Dispora Tangsel pada tahun 2020 dan tahun 2021, yaitu hasil pada tahun 2020 pada dengan hasil SKM berupa IKM sebesar 73,86, hal ini termasuk kategori kurang baik, dan pada tahun 2021 hasil SKM berupa IKM sebesar 69,93, termasuk kategori kurang baik, sedangkan sebagai Standar IKM kegiatan SKM dikatakan baik: 76,61 – 88,30 dan Sangat Baik: 88,31 – 100,00, (Dispora Tangsel, 2021).

Dalam implementasi Reformasi Birokrasi Pelayanan Publik pada tahun akhir akhir ini di Indonesia, termasuk di Kota Tangerang Selatan pelaksanaannya sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24 Tahun 2018 tentang Perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik atau Online Single Submission (OSS), bahwa Kota Tangerang Selatan melalui Institusi/ OPD (organisasi perangkat daerah) Dinas (Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu)/ PM PTSP telah melaksanakan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik pada sekitar bulan Juni 2018. (PP No. 24 Tahun 2018).

Sedangkan hasil Nilai Kepatuhan Pemerintah Daerah terhadap Standar Pelayanan Publik,

Kota Tangerang Selatan hasilnya termasuk kategori Sedang, Zona Kuning, untuk diketahui bahwa kondisi seperti ini belum mencerminkan hasil yang baik terhadap Nilai Kepatuhan pelayanan publik.

Dalam rangka pelaksanaan Pelayanan publik pada pemerintah terdapat Pelaksana pelayanan public dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten dilaksanakan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) Pegawai/ Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang diangkat oleh Pemerintah daerah dan bertugas di Organisasi Perangkat daerah (OPD), yaitu pada Dinas Daerah, Badan daerah, Inspektorat daerah, Unit Pelaksana Teknis Dinas, Kecamatan dan Kelurahan di Jajaran Pemerintah Kota Tangerang Selatan, (Perda No. 8 tahun 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penerapan Pelayanan Berorientasi Pelanggan (Customer Service Orientation (CSO)) dan Motivasi Pelayanan Publik (Public Service Motivation (PSM)) terhadap Kinerja PNS (Employee Performance (EP)) Bidang Kesehatan Lingkungan pada Dinas Kesehatan di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi Pelayanan Publik adalah Motivasi yang mencakup kepercayaan, nilai dan sikap yang melampaui kepentingan pribadi dan kepentingan organisasi, mendorong seorang pekerja (pegawai) untuk berbuat baik kepada orang lain dan menyumbangkan darma baktinya kepada kesejahteraan organisasi dan masyarakat.

Orientasi Layanan Pelanggan (Customer Service Orientation (CSO)) adalah Komitmen organisasi untuk memberikan layanan pelanggan berkualitas tinggi, dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Pelayanan Publik adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia. Pemilihan lokasi penelitian di Kota Tangerang Selatan dengan alasan bahwa Kota Tangerang Selatan sebagai salah daerah diantara daerah Kabupaten/Kota di Indonesia yang kondisinya Homogen dan bersama sama melaksanakan Penyelenggaraan pelayanan Publik, juga sebagai kota yang menyelenggarakan reformasi Birokrasi, juga sebagai Kota yang berada di dekat Ibu Kota Negara RI Kota Jakarta yang padat penduduknya dan kompleksitas tinggi dalam pelayanan public sehingga harus menyelenggarakan pelayanan berkualitas (Pelayanan Prima). Disamping itu juga dari data penilaian kepatuhan yang dilakukan oleh Ombudsman Republik Indonesia pada tahun 2017 – 2018 diketahui bahwa hasil penilaian Nilai Kepatuhan penyelenggaraan pelayanan publik masih termasuk Zona Kuning.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Normalitas

1) Convergent Validity

Untuk menguji *Convergent Validity* digunakan nilai *outer loading / loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *Convergent Validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0.70.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa masing-masing variabel penelitian banyak yang memiliki *outer loadings* > 0.70, tetapi terlihat masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *outer loadings* < 0.70. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur.

2) Discriminant Validity (AVE)

Discriminant Validity dapat diketahui melalui metode *Average Variant Extracted* (AVE) untuk masing-masing indikator memiliki kriteria sebesar > 0.5 agar dikatakan valid.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai AVE dari variabel CSO $> 0,50$ atau sebesar 0,764, untuk nilai variabel PSM $> 0,5$ atau sebesar 0,680 dan untuk variabel kinerja $< 0,5$ atau sebesar 0,610. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Discriminant Validity* yang kuat.

3) Composite Reliability

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator variabel. Variabel dapat dikatakan memenuhi *Composite Reliability* apabila nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,7$.

Berdasarkan hasil pengolahan data pada di atas dapat diketahui bahwa nilai *Composite Reliability* dari variabel CSO $> 0,7$ yaitu sebesar 0,907, PSM $> 0,7$ yaitu sebesar 0,894, dan Kinerja $> 0,7$ yaitu sebesar 0,884. dilihat dari nilai *Composite Reliability* pada masing-masing variabel yang besarnya $> 0,7$ menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut reliabel.

4) Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas dengan *Composite Reliability* di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa pada halaman sebelumnya, hasil dari *Cronbach's Alpha* variabel CSO $> 0,7$ yaitu sebesar 0,846, variabel PSM $> 0,7$ yaitu sebesar 0,843 dan variabel Kinerja $> 0,7$ yaitu sebesar 0,843. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *Cronbach's Alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

5) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikoleneritas ini adalah untuk menentukan multikolinearitas antar variabel dengan cara melihat nilai korelasi antar variabel bebas.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa hasil dari *Collinearity Statistic* (VIF) untuk melihat uji multikolinearitas dengan hasil nilai *inner* dari variabel CSO terhadap kinerja sebesar 1,641 dan terhadap PSM sebesar 1,000, kemudian nilai dari variabel PSM terhadap Kinerja sebesar 1,641. Dari masing-masing variabel $VIF < 3-5$ maka tidak melanggar uji asumsi multikolineritas.

B. Hasil Uji Hipotesa

Berdasarkan olah data yang dilakukan hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat *t statistics* dan *P values*. Hipotesis ini dapat dinyatakan diterima apabila *P values* $< 0,05$. Pada penelitian ini ada pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung karena terdapat variabel *independent*, variabel *dependent*, dan variabel mediasi. Pada program *Smart PLS* hasil uji hipotesis dapat dilihat melalui *path Coefficient* Teknik *bootstrapping*.

1. Hasil pengujian hipotesis Pengaruh Langsung

Hasil ringkasan pengujian pengaruh langsung sebagai berikut. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa data dapat diketahui bahwa:

- Nilai *t* statistik dari pengaruh langsung Orientasi Layanan pelanggan (CSO) terhadap Kinerja Pegawai, nilainya lebih kecil dari *t* tabel ($< 1,967$) yaitu sebesar 0,832 artinya besar pengaruh sebesar 0,172, dan pada *P values* > 0.05 sebesar 0.406 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari Orientasi Layanan pelanggan (CSO) terhadap Kinerja pegawai adalah positif dan tidak signifikan, maka H1: CSO berpengaruh positif terhadap Kinerja tidak diterima.

b) Nilai t statistik dari pengaruh Orientasi Layanan pelanggan (CSO) terhadap Motivasi pelayanan public (PSM) lebih besar dari t tabel ($> 1,967$) yaitu sebesar 7,115 artinya dengan besar pengaruh sebesar 0,625 pada P values $< 0,05$ sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari CSO pada PSM adalah positif dan signifikan, maka H_2 : CSO berpengaruh positif pada PSM diterima.

c) Nilai t statistik dari pengaruh PSM terhadap Kinerja pegawai lebih besar dari t tabel ($> 1,967$) yaitu sebesar 3,205 artinya dengan besar pengaruh sebesar 0,471 pada P values $< 0,05$ sebesar 0,001 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari PSM terhadap Kinerja Pegawai adalah positif dan signifikan, maka H_3 : PSM berpengaruh positif pada Kinerja diterima.

2. Hasil pengujian hipotesis Pengaruh Tidak langsung

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa nilai t statistik pengaruh CSO terhadap Kinerja melalui PSM lebih besar dari t tabel ($> 1,967$) yaitu sebesar 3,071 dengan pengaruh 0,294 dan P values $< 0,05$ sebesar 0,075. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh CSO adalah positif dan signifikan. Maka H_1 : CSO berpengaruh tidak langsung terhadap Kinerja melalui PSM sebagai variabel *intervening* diterima.

3. Hasil pengujian Total Hubungan
Pengaruh total hubungan antar variabel digunakan untuk melihat apakah penelitian terjadi hubungan *fully mediation* atau partial mediation. *Fully mediation* adalah hubungan dimana pengaruh signifikan terjadi pada variabel independen terhadap variabel mediasi dan juga dari variabel mediasi terhadap dependen, tetapi pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen tidak signifikan.

Dari hasil analisa data, dapat diketahui bahwa

hubungan yang signifikan terjadi pada variabel Orientasi Layanan Pelanggan (CSO) dengan variabel Kinerja PNS (EP) angka signifikansi 0,832 tidak diterima, pengaruh variabel CSO dengan variabel Motivasi Pelayanan Publik (PSM) dengan angka signifikansi 7.115 dan pengaruh langsung variabel PSM dengan variabel Kinerja dengan angka signifikansi 3.205. Dengan demikian disimpulkan bahwa total hubungan tersebut merupakan hubungan *Fully Mediation*.

Pembahasan

A. Hasil Uji Hipotesis 1 (H_1): Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS, diterima

1. Hasil Uji Hipotesis 1 (H_1)

Pengaruh Orientasi Layanan Pelanggan terhadap Kinerja PNS memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sesuai hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai t statistik dari pengaruh langsung orientasi layanan pelanggan terhadap Kinerja PNS nilainya lebih besar dari t tabel ($> 1,971$) yaitu sebesar 3.202 artinya dengan besar pengaruh sebesar 0.317, dan pada P values < 0.05 sebesar 0.001 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari orientasi layanan pelanggan terhadap Kinerja PNS adalah positif dan signifikan

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis diatas diketahui bahwa Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS diterima.

2. Hasil Penelitian terdahulu

Hal ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa:

Yang pertama, sesuai penelitian terdahulu mengenai Konstruksi Orientasi Layanan Pelanggan (CSO) diadopsi dari Korunka dan Scharitzer et al (Korunka et al., 2007) yang mengembangkan skala untuk mengukur orientasi pelanggan di layanan publik. Konstruksi CSO terdiri dari tiga dimensi: berbasis informasi, berbasis budaya dan

filosofi, dan interpretasi berbasis layanan dan orientasi pelanggan. Dimensi pertama melihat pengumpulan, analisis, dan penyebaran kebutuhan pelanggan. Dimensi ini merupakan aspek penting dari orientasi layanan pelanggan dan titik fokus dari skala MARKOR (Orientasi Pasar), skala yang banyak digunakan dalam industri swasta (Kohli et al., 1993, Korunka et al., 2007).

Yang kedua, sesuai dari Hasil Penelitian mengenai Pengaruh Orientasi layanan pelanggan terhadap Kinerja Pegawai yang dilakukan oleh Paarlberg (2007) mengeksplorasi dampak orientasi layanan pelanggan pada kinerja pegawai pemerintah, dan motivasi normatif dan afektif. Temuannya menunjukkan bahwa memang ada hubungan positif antara orientasi pelanggan dan kinerja dan motivasi.

Yang ketiga, dari Hasil pengumpulan data sekunder dapat diketahui bahwa berkaitan dengan Orientasi Layanan pelanggan, yaitu mengenai kajian terhadap Pelanggan yang dikaitkan dengan adanya Hasil Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) ditemukan bahwa Hasil capaian kinerja pelayanan public sesuai hasil Pelaksanaan Survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) tahun 2018, 2019 dan 2020 di Kota Tangerang Selatan Survei IKM telah dilaksanakan dan hasilnya Baik, (Setda, 2020).

Yang Keempat, mengenai teori Kinerja PNS/ Pegawai Menurut Muljono (2003: h 3-4), terdapat tiga jenis motivasi pekerja/ pegawai, yaitu:

(a). Motivasi berdasarkan ketakutan yang dikenali sebagai *fear motivation*.; (b). Motivasi kerana ingin mencapai sesuatu yang dikenali sebagai *achievement motivation*. Apabila motivasi berupa gaji dan bonus dipandang dan tidak layak untuk dikejar, maka pekerja tersebut akan menurunkan prestasinya; (c). Motivasi yang didorong oleh kekuatan dari dalam yang dikenali sebagai *inner motivation*.

Yang kelima, sesuai dengan teori mengenai pentingnya Strategi budaya dalam Penerapan Orientasi Layanan Pelanggan, dimana salah satu indicator dalam orientasi layanan pelanggan adalah berbasis Budaya, seperti Menurut David Orborne dan Peter Plastrik, (1997), dalam buku Memangkas Birokrasi, terdapat item teori Strategi Budaya, yaitu: Perubahan paradigma dalam strategi Budaya.

3. Pembahasan

Sesuai hasil penelitian diatas yang menyatakan bahwa Orientasi Layanan Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa menurut penelitian yang dilakukan oleh Paarlberg (2007) dengan Temuannya menunjukkan bahwa memang ada hubungan positif antara orientasi pelanggan, kinerja dan motivasi, Hal lain mengenai Layanan orientasi pelanggan menyatakan bahwa tingkat pelayanan yang membuat konsumen merasa puas adalah pelayanan yang berpihak kepada konsumen, (Hidayat, 2019); Setda (2020): mengenai Pelanggan yang dikaitkan dengan adanya Hasil IKM ditemukan dan diketahui bahwa Hasil capaian kinerja pelayanan public sesuai dengan standard pelayanan dan hasil IKM baik; selanjutnya mengenai Kinerja PNS/ Pegawai Menurut Muljono (2003: h 3-4), terdapat tiga jenis motivasi pekerja/ pegawai, iaitu: Motivasi berdasarkan ketakutan, Motivasi kerana ingin mencapai sesuatu, Motivasi yang didorong oleh kekuatan dari dalam; dan yang terakhir sesuai.

B. Hasil Uji Hipotesis 2 (H2): Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Pelayanan Publik, diterima

1. Hasil Hipotesa 2 (H2)

Pengaruh Orientasi Layanan Pelanggan (CSO) terhadap Motivasi pelayanan Publik (PSM) memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sesuai hasil uji hipotesis yang menunjukan Nilai t statistik dari pengaruh CSO terhadap PSM lebih besar dari t tabel ($> 1,967$) yaitu

sebesar 9.583 artinya dengan besar pengaruh sebesar 0,537 pada P values < 0,05 sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari CSO terhadap PSM adalah positif dan signifikan,

2. Hasil Penelitian terdahulu

Hal ini telah sesuai dan didukung dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa: Yang pertama, dari hasil Penelitian mengenai Motivasi layanan public, dapat diketahui bahwa Motivasi pelayanan publik adalah salah satu bentuk atau bagian yang khas dari motivasi yang dapat didefinisikan sebagai motivasi yang mencakup kepercayaan, nilai, dan sikap yang melampaui kepentingan pribadi dan kepentingan organisasi, mendorong seorang pegawai untuk berbuat baik kepada orang lain dan menyumbangkan darma baktinya kepada kesejahteraan organisasi dan masyarakat (Perry, James L., and Porter, Lyman W. 1998).

Yang kedua, sesuai hasil Penelitian mengenai Motivasi pelayanan public di Indonesia, oleh Farisnah, dkk (2018), dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motivasi Pelayanan Publik dalam Pelayanan Penerbitan Sertifikat Hak Atas Tanah dalam menerapkan nilai-nilai organisasi terhadap pegawai, yakni Kurang Maksimal dikarenakan adanya pengaduan masyarakat baik itu dari lembaga-lembaga pemerintah seperti Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Makassar, Pengadilan Negeri Makassar dan adanya pelayanan yang kurang maksimal terkait masalah sertifikat tanah.

Yang Ketiga, sesuai dengan teori mengenai pentingnya Strategi budaya dalam Penerapan Orientasi Layanan Pelanggan, dimana salah satu indicator dalam CSO adalah berbasis Budaya, seperti Menurut David Osborne dan Peter Plastrik, (1997), dalam buku Memangkas Birokrasi, terdapat item teori Strategi Budaya, yaitu tahapan penerapan strategi Budaya (h. 236-266), meliputi: 1). Penentuan Visi dan Misi Pemerintah Kota, 2). Menumbuhkan budaya baru, 3). Sukses dan Stress, 4).

Beradaptasi kembali, 5). Strategi budaya itu sendiri: Budaya birokrasi pemerintah, Mengubah budaya pemerintah, Faktor pembentuk sebuah budaya, mengubah paradigm dan tiga pendekatan transisi budaya.

3. Pembahasan

Sesuai hasil penelitian diatas yang menyatakan bahwa Orientasi Layanan Pelanggan (CSO) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Pelayanan Publik, hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa menurut Perry, James L., and Porter, Lyman W. (1998). Bahwa PSM adalah salah satu bentuk atau bagian yang khas dari motivasi yang dapat didefinisikan sebagai motivasi yang mencakup kepercayaan, nilai, dan sikap yang melampaui kepentingan pribadi dan kepentingan organisasi, mendorong seorang pekerja (pegawai) untuk berbuat baik kepada orang lain dan menyumbangkan darma baktinya kepada kesejahteraan organisasi dan masyarakat; selanjutnya sesuai dengan Hasil Penelitian mengenai PSM yang dilakukan oleh Perry dan Wise (1990) mengidentifikasi tiga dasar untuk motivasi pelayanan publik, yaitu: rasional, berbasis normatif dan afektif, kemudian Perry (1996) menambahkan dimensi keempat, yaitu: pengorbanan diri; selanjutnya menurut Farisnah, dkk (2018), dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Motivasi Pelayanan Publik dalam menerapkan nilai-nilai organisasi terhadap pegawai, adanya pengaduan masyarakat dan adanya pelayanan yang kurang maksimal terkait masalah sertifikat tanah;

C. Hasil Uji Hipotesis 3 (H3): Motivasi Pelayanan Publik berpengaruh positif dan signifikan pada Kinerja PNS, diterima

1. Hasil Uji Hipotesa 3 (H3)

Pengaruh Motivasi pelayanan public terhadap Kinerja PNS memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sesuai hasil uji hipotesis yang menunjukan Nilai t statistik dari pengaruh PSM terhadap Kinerja PNS lebih besar dari t tabel (> 1,967) yaitu sebesar 4.418 artinya dengan besar

pengaruh sebesar 0,405 pada $P \text{ values} < 0,05$ sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan pengaruh dari PSM terhadap Kinerja PNS adalah positif dan signifikan.

2. Hasil Penelitian Terdahulu

Hal ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa:

Yang pertama, sesuai hasil penelitian mengenai PSM yang dilakukan oleh Perry dan Wise (1990) kemudian mengidentifikasi tiga dasar untuk motivasi pelayanan publik (PSM), yaitu: rasional, berbasis normatif dan afektif, kemudian Perry (1996) menambahkan dimensi keempat, yaitu: pengorbanan diri,

Yang kedua, sesuai dan didukung dengan penelitian terdahulu, yaitu dari Hasil penelitian di Indonesia mengenai Motivasi Pelayanan Publik terhadap kinerja pegawai, yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Putri, S.N., (2017), diketahui Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari motivasi pelayanan publik terhadap kinerja pegawai Dinas Penanaman Modal Pelayanan Perijinan Terpadu (DPMPPT) Kabupaten Sleman.

Yang ketiga, bahwa Variabel Kinerja PNS dipengaruhi dimensi/ indikator yang ke 4 yaitu kebutuhan akan pengawasan, maka Kinerja PNS dalam pelaksanaan kegiatan pelayanan public diperlukan pengawasan oleh Instansi Pengawasan, dan dari hasil kegiatan pengawasan diketahui bahwa terdapat Lembaga yang melakukan pengawasan dalam pelayanan public yaitu Lembaga Ombudsman Republik Indonesia (ORI), Institusi ini yang tugasnya melakukan Pengawasan terhadap Pelayanan Publik di Indonesia, ORI adalah Institusi Lembaga Negara Non Kementerian yang tugas dan fungsinya sesuai dengan UU RI No. 37 tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia. Hasil pengawasan oleh ORI dapat diketahui, yaitu terdapat hasil penilaian kepatuhan pelayanan public pada Pemerintah Kota Tangerang Selatan dengan hasil sebagai berikut: Nilai kepatuhan yang didapatkan untuk

tahun 2019 sebesar 93,24 (Kategori Nilai Tinggi), termasuk Zona Kepatuhan Hijau. Kondisi untuk hasil tahun 2019 hasilnya lebih baik yaitu sudah masuk Zona Hijau, sudah masuk kategori memenuhi syarat.

Yang keempat, sesuai hasil Penelitian yang dilakukan oleh Imala, M.L., (2017), dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat motivasi pelayanan publik di Rumah Sakit BSA adalah tinggi, dapat diurutkan dari yang tertinggi sampai terendah sebagai berikut: ketertarikan terhadap partisipasi publik, komitmen terhadap nilai-nilai publik, rasa iba, dan kesediaan untuk membantu orang lain.

Yang kelima, dari hasil Penelitian mengenai PSM, dapat diketahui bahwa Motivasi pelayanan publik atau PSM adalah salah satu bentuk atau bagian yang khas dari motivasi yang dapat didefinisikan sebagai motivasi yang mencakup kepercayaan, nilai, dan sikap yang melampaui kepentingan pribadi dan kepentingan organisasi, mendorong seorang pekerja (pegawai) untuk berbuat baik kepada orang lain dan menyumbangkan darma baktinya kepada kesejahteraan organisasi dan masyarakat (Perry, James L., and Porter, Lyman W. 1998).

3. Pembahasan

Sesuai hasil penelitian diatas yang menyatakan bahwa Motivasi Pelayanan Publik (PSM) Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS (EP), hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Hasil Penelitian mengenai PSM yang dilakukan oleh Perry dan Wise (1990) kemudian mengidentifikasi tiga dasar untuk motivasi pelayanan publik (PSM), yaitu: rasional, berbasis normatif dan afektif, kemudian Perry (1996) menambahkan dimensi keempat, yaitu: pengorbanan diri; selanjutnya menurut Penelitian yang dilakukan oleh Putri, S.N., (2017), diketahui Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari motivasi pelayanan publik terhadap kinerja pegawai Dinas Penanaman

Modal Pelayanan Perijinan Terpadu (DPMPT) Kabupaten Sleman; Hasil pengawasan oleh ORI dapat diketahui, yaitu terdapat hasil penilaian kepatuhan pelayanan public pada Pemerintah Kota Tangerang Selatan dengan hasil sebagai berikut: Nilai kepatuhan yang didapatkan Kota tangerang selatan tahun 2019 sebesar 93,24 (Kategori Nilai Tinggi), termasuk Zona Kepatuhan Hijau, hasil ini termasuk baik; sedangkan menurut Imala,M.L,(2017), dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat motivasi pelayanan publik di RSBSA adalah tinggi; dan yang terakhir menurut Perry, James L., and Porter, Lyman W. (1998). Bahwa PSM adalah salah satu bentuk atau bagian yang khas dari motivasi yang dapat didefinisikan sebagai motivasi yang mencakup kepercayaan, nilai, dan sikap yang melampaui kepentingan pribadi dan kepentingan organisasi, mendorong seorang pekerja (pegawai) untuk berbuat baik kepada orang lain dan menyumbangkan darma baktinya kepada kesejahteraan organisasi dan masyarakat.

D. Uji Hipotesis pada Pengujian Pengaruh Tidak Langsung: Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh tidak langsung terhadap Kinerja PNS melalui Motivasi Pelayanan Publik sebagai variabel *intervening* diterima

1. Hasil Uji Hipotesi Pengaruh Tidak langsung

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui nilai t statistik pengaruh Orientasi layanan pelanggan terhadap Kinerja PNS melalui Motivasi layanan public lebih besar dari t tabel ($> 1,971$) yaitu sebesar 3,811 dengan besar pengaruh 0,218 dan P values $< 0,05$ sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh CSO adalah positif dan signifikan.

Berdasarkan Hasil Uji Hipotesis diatas bahwa Orientasi layanan pelanggan berpengaruh tidak langsung, positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS melalui Motivasi layanan public

sebagai variabel Mediasi diterima.

2. Hasil Penelitian Terdahulu

Hal ini telah sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa:

Yang pertama, dengan didukung dari hasil penelitian terdahulu, yaitu sesuai hasil Penelitian lain mengenai PSM yang dilakukan oleh Perry dan Wise (1990) kemudian mengidentifikasi tiga dasar untuk motivasi pelayanan publik (PSM), yaitu: rasional, berbasis normatif dan afektif, kemudian Perry (1996) menambahkan dimensi keempat, yaitu: pengorbanan diri, karena sering dikaitkan dengan layanan publik.

Yang kedua, sesuai dari Hasil Penelitian mengenai Pengaruh CSO terhadap Kinerja Pegawai yang dilakukan oleh Paarlberg (2007) mengeksplorasi dampak orientasi layanan pelanggan pada kinerja pegawai pemerintah, dan motivasi normatif dan afektif. Temuannya menunjukkan bahwa memang ada hubungan positif antara orientasi pelanggan dan kinerja dan motivasi.

Yang ketiga, sesuai teori mengenai Kinerja PNS yang digunakan untuk mengukur kinerja pegawai/ PNS ialah terdapat 5 (Lima) Dimensi/ indikator menurut Bernardin dan Russel (2010) yang terdiri atas: a). Kualitas pekerjaan, b). Kuantitas pekerjaan, c). Ketetapan waktu, d). Kebutuhan akan pengawasan, e). Hubungan antar pribadi.

Yang keempat, yaitu dari Hasil Penelitian lain mengenai Pelayanan public berorientasi pelanggan atau Orientasi Layanan pelanggan (Customer Service Orientation/ CSO), dapat dijelaskan Menurut Semil.N, 2018, pada: Pelayanan Prima Instansi Pemerintah, h.4-5, bahwa menurut Zaitamhal, Parasuraman, dan Berry (1990:45-46) sebagai salah satu Teoritis yang sangat terkenal dengan teori serviquial (Service Quality) menggambarkan kualitas pelayanan dari dua sisi, yaitu jalinan hubungan dan keseimbangan antara *Provider* dan *Customer*-nya.

Yang kelima, sesuai hasil Penelitian model motivasi pelayanan publik terhadap kinerja telah dilakukan di Indonesia oleh Khasanah (2015), dimana hasilnya motivasi pelayanan publik mempengaruhi kinerja pegawai negeri sipil di pelayanan sector publik.

Yang keenam, sesuai peraturan dan teori yang mendukung yaitu sesuai peraturan perundang-undangan, yaitu menurut UU RI No. 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, bahwa di Kota tangerang selatan sudah menerapkan hal-hal yang sesuai UU RI mengenai Pelayanan public, yang mencakup 1). Pengertian, 2). Penyelenggaraan pelayanan publik, 3). Standar Pelayanan Publik, 4). Maklumat Pelayanan Publik, 5). Ruang Lingkup Pelayanan Publik, sedangkan perlu dipahami yang penting mengenai Komponen Standar Pelayanan sekurang-kurangnya, ada 14 item (Pasal 21, ayat 1, UU RI No. 25 tahun 2009) tentang Pelayanan Publik.

Yang ketujuh, sesuai dengan teori mengenai pentingnya Strategi budaya dalam Penerapan Orientasi Layanan Pelanggan, dimana salah satu indicator dalam orientasi layanan pelanggan adalah berbasis Budaya, seperti Menurut David Orborne dan Peter Plastrik, (1997).

3. Pembahasan

Sesuai hasil penelitian diatas yang menyatakan bahwa Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh tidak langsung terhadap Kinerja PNS melalui Motivasi Pelayanan Publik sebagai variabel *intervening*, hal ini sesuai dan didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa menurut Semil.N, 2018 dari hasil penelitiannya mengenai Pelayanan public berorientasi pelanggan atau Orientasi Layanan pelanggan, dapat dijelaskan pada: Pelayanan Prima Instansi Pemerintah, h.4-5, bahwa menurut Zaitamhal, Parasuraman, dan Berry (1990:45-46) sebagai salah satu Teoritis yang sangat terkenal dengan teori serviquial (Service Quality) menggambarkan kualitas pelayanan; selanjutnya menurut Bernardin dan Russel

(2010), yang digunakan untuk mengukur kinerja pegawai/ PNS ialah terdapat 5 (Lima) Dimensi/ indikator yang terdiri atas: a). Kualitas pekerjaan, b). Kuantitas pekerjaan, c). Ketetapan waktu, d). Kebutuhan akan pengawasan, e). Hubungan antar pribadi; selanjutnya Hasil penelitian mengenai orientasi layanan pelanggan, motivasi layanan public dan Kinerja PNS yang dilakukan oleh Paarlberg (2007) dengan Temuannya menunjukkan bahwa memang ada hubungan positif antara orientasi pelanggan dan kinerja dan motivasi; selanjutnya sesuai hasil Penelitian mengenai motivasi pelayanan publik terhadap kinerja telah dilakukan di Indonesia oleh Khasanah (2015), dimana hasilnya motivasi pelayanan publik mempengaruhi kinerja pegawai negeri sipil di pelayanan sector publik; sedangkan sesuai peraturan dan teori yang mendukung yaitu peraturan perundang-undangan, yaitu menurut UU RI No. 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, bahwa di Kota tangerang selatan sudah menerapkan hal-hal yang sesuai UU RI mengenai Pelayanan public, yang mencakup 1). Pengertian, 2). Penyelenggaraan pelayanan publik, 3). Standar Pelayanan Publik, 4). Maklumat Pelayanan Publik, 5). Ruang Lingkup Pelayanan Publik; dan yang terakhir Menurut David Orborne dan Peter Plastrik, (1997), dalam bukunya Memangkas Birokrasi, bahwa dalam orientasi layanan pelanggan salah indikatornya adalah berbasis budaya, oleh karena itu untuk mendukungnya terdapat item teori Strategi Budaya, yaitu Faktor pembentuk Budaya Organisasi.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja PNS. Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Pelayanan Publik. Motivasi Pelayanan Publik berpengaruh positif dan signifikan pada Kinerja PNS. Orientasi Layanan Pelanggan berpengaruh tidak

langsung terhadap Kinerja PNS melalui Motivasi Pelayanan Publik sebagai variabel intervening.

DAFTAR PUSTAKA

- Alford, J. 2002. Defining the client in the public sector: A social-exchange perspective. *Public Administration Review*, 62, 337-346.
- Alford, J. & Hughes, O. 2008. Public value pragmatism as the next phase of public management. *The American Review of Public Administration*, 38, 130-148.
- Anaza, N. A. & Rutherford, B. 2012. How organizational and employee-customer identification, and customer orientation affect job engagement. *Journal of Service Management*, 23, 616-639.
- Anderfuhren-Bigest, S., Varone, F., Giaque, D. & Ritz, A. 2010. Motivating employees of the public sector: Does public service motivation matter? *International Public Management Journal*, 13, 213-246.
- Andersen, L. B. & Serritzlew, S. 2012. Does Public Service Motivation Affect the Behavior of Professionals? *International Journal of Public Administration*, 35, 19-29.
- Armbruster, T. 2005. Bureaucracy and the controversy between liberal interventionism and non-interventionism. In: DU GAY, P. (ed.) *The Values of Bureaucracy*. New York: Oxford University Press.
- Bappeda Tangsel. 2018. *Kajian Tahunan Badan Pembangunan Daerah Kota Tangerang Selatan*. Tangerang Selatan
- Bolin, M. & Haerenstam, A. 2008. An empirical study of bureaucratic and post-bureaucratic characteristics in 90 workplaces. *Economic and Industrial Democracy*, 29, 541-564.
- Brewer, G. A., Coleman, S. & Facer, R. L. 2000a. Individual conceptions of public service motivation. *Public Administration Review*, 60, 254-264.
- Brewer, G. A. & Selden, S. C. & Facer, R. L. 2000b. Individual Conceptions of Public Service Motivation. *Public Administration Review*, 60, 254-264.
- Bright, L. 2009. Why do public employees desire intrinsic nonmonetary opportunities? *Public Personnel Management*, 38, 15-37.
- Camilleri, E. 2006. Towards Developing an Organisational Commitment - Public Service Motivation Model for the Maltese Public Service Employees. *Public Policy and Administration*, 21, 63-83.
- Camilleri, E. 2007. Antecedents affecting public service motivation. *Personnel Review*, 36, 356-377.
- Camilleri, E. & van der Heijden, B. 2007. Organizational commitment, public service motivation, and performance within the public sector. *Public Performance and Management Review*, 31, 241-274.
- Caron, D. J. & Giaque, D. 2006. Civil servant identity at the crossroads: new challenges for public administrations. *international Journal of Public Sector Management*, 19, 443-555.
- Carr, J. C. & Lopez, T. B. 2007. Examining market orientation as both culture and conduct: Modeling the relationships between market orientation and employee responses. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15, 113-125.
- FIELD, A. 2009. *Discovering statistics using SPSS*, London, SAGE Publication Ltd.
- Dwiyanto, A. 2012. *Manajemen Pelayanan Publik: Peduli, Inklusif, dan Kolaboratif*. Edisi Kedua, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press
- Fountain, J. E. 2001. Paradoxes of public sector customer service. *Governance: An international journal of policy and administration*, 14, 55-73.

- Sumantri,A.,2010. Kesehatan Lingkungan dan Perspektif Islam, Jakarta, Kencana Prenada media Grup.
- Triayudhi, A., & Fitri, I. (2018). Comparison of Parameter-Free Agglomerative Hierarchical Clustering Methods. *ICIC Express Letters*, 12(10), 973-980.
- Bass, B. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York: The Free Press
- B., Avolio, B., Jung, D., & Berson, Y. (2012). Predicting unit performance by assessing transformation and transactional leadership. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 207-218.
- Iqbal, N., Anwar, S., & Haider, N. (2015). Effect of leadership style on employee performance. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(5).
- Oakland, J. (2004). *Oakland on Quality Management*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Antony, J., Knowles, G., & Gosh, S. (2002). Critical success factors of TQM implementation in Hongkong industries. *International Journal of Quality and Reability Management*, 19 (5), 551-556.
- Koc, T. (2011). The relationship between TQM and performance in small manufacturing enterprises: the mediation effect of failure. *International Journal of Industrial Engineering*, 18 (4), 203-218.
- Yazdani, A., Soukhakian, M., & Mozaffari, M. (2013). Evaluation of critical success factors in Total Quality Management Implementation and Prioritization with AHP - case study: Pars Oil and Gas Company. *European Online Journal of Natural and Social Science*, ISSN 1805-3602 www.european-science.com 1624, 2 (3), 1624- 1633.
- Prajogo, D., & Sohal, A. (2004). The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance-the mediating role of TQM. *European Journal of Operational Research*, 35-50.
- Brewster, C. (2007). Comparative HRM: European views and perspectives. *The International Journal of Human Resource Management*, 18 (5), 769-787.
- Zhu, Y., Warner, M., & Rowley, C. (2007). Human Resource Management with Asian characteristic: a hybrid people-management system in East Asia. *The International Journal of Human Resource Management*, 18 (5), 745-768.
- Pradeep, D., & Prabhu, N. (2011). The relationship between effective leadership and employee performance. *International Conference on Advancements in Information Technology with Workshop Of ICBMG IPCSIT* (pp. 198-207). Singapore: vol.20 IACSIT Press.
- Avolio, B., & Bass, B. (2004). *Multifactor leadership questionnaire: third edition. Manual and sampler set*. Palo Alta, CA: Mind Garden Inc.
- Durga, D., & Prabhu, N. (2011). The relationship between effective leadership and employee performance. *International Conference on Advancements in Information Technology*, 20, 198-207.
- Ng, P., Yeow, J., Chin, T., K.S., J., & Chan, P. (2013). Leadership styles and their impact on TQM practices in Malaysian manufacturing firms. *Park Royal Penang*, 15-16 Mei 2013: *International Conference on Economic and Business Research (ICEBR 2013)*.
- Arbuckle, J. (2015). *IBM SPSS and AMOS 22 User Guide*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.

ANALISIS SISTEM MANAJEMEN KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA DI RUMAH SAKIT: SEBUAH TINJUAN LITERATUR

Fauzul Hayat¹

fauzulhayat@yahoo.co.id

Universitas Faletahan

Nia Kurniatillah²

niakurniatillah@unbaja.ac.id

Universitas Banten Jaya

ABSTRACT

This study aims to analyze the Hospital Occupational Health and Safety Management System in Hospital. This study uses a descriptive with qualitative method. The results of the study indicate that the implementation of SMK3 in hospitals has not gone well based on the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia Number 66 of 2016. The obstacles faced by hospitals include a policy commitment by top management, organizational formation (P2K3) constrained by competent human resources. The preparation of K3RS planning is not in accordance with risk management. Implementation, monitoring and evaluation have not run effectively, weak supervision, enforcement of regulations, and inadequate budgetary support, infrastructure and facilities, including weak of safety culture. A joint commitment effort is needed, supported by effective resources for the implementation of a sustainable SMK3 in hospitals.

Keywords: SMK3, P2K3, Hospital

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja di Rumah Sakit. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SMK3 di Rumah Sakit belum berjalan dengan baik berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2016. Kendala yang dihadapi Rumah Sakit diantaranya adalah Komitmen kebijakan oleh top manajemen, Penyusunan perencanaan K3RS belum sesuai dengan manajemen risiko, pembentukan P2K3 yang tidak di dukung SDM yang kompeten. Pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi belum berjalan dengan baik, lemahnya pengawasan dan penegakan aturan, ketersediaan anggaran, prasarana dan sarana yang belum memadai, termasuk lemahnya budaya K3. Dipelukan upaya komitmen bersama, didukung oleh sumber daya yang efektif guna terlaksananya SMK3 di Rumah Sakit berkelanjutan.

Kata Kunci: SMK3, P2K3, Rumah Sakit.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 44 tahun 2009 Pasal 1, menyebutkan bahwa Rumah Sakit merupakan institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna yang menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Rumah sakit merupakan tempat kerja yang memiliki risiko tinggi terhadap keselamatan dan kesehatan pekerja maupun lingkungan rumah sakit, salah satunya adalah risiko keselamatan dan kesehatan petugas kesehatan. Kompleksnya permasalahan lingkungan di Rumah Sakit. Berdasarkan Data BPS tahun 2021, jumlah rumah sakit umum dan khusus di Indonesia sebanyak 3.112 rumah sakit, diperkirakan menghasilkan limbah medis sebanyak 138 ton per hari. (Ombudsman, 2021) Ditambah kasus risiko tinggi kecelakaan kerja pada petugas kesehatan. Diperkirakan secara global kasus kecelakaan kerja pada petugas kesehatan akibat tertusuk jarum suntik di rumah sakit sebesar 32,4-44,5% tiap tahunnya dan penyakit akibat jarum suntik terkontaminasi cairan dan darah diantaranya adalah Hepatitis B, Hepatitis C, dan HIV/AIDS. (Abalkhail *et al*, 2022) Di Indonesia, sejak terjadinya wabah virus Covid-19 tahun 2019, telah merenggut nyawa petugas kesehatan dalam menangani pasien Covid-19 di Rumah Sakit sebanyak 2.066 kasus. (Jayani, 2022) Tingginya angka morbiditas dan mortalitas pada tenaga kesehatan maupun karyawan di lingkungan rumah sakit, maka dalam menjalankan praktiknya berhak memperoleh perlindungan atas keselamatan dan Kesehatan Kerja.

Berdasarkan UU No 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan pasal 165 menyatakan bahwa pengelolaan tempat kerja wajib melakukan

segala bentuk upaya kesehatan melalui upaya pencegahan, peningkatan, pengobatan, dan pemulihan bagi tenaga kerja. Pentingnya pengelolaan dan pengendalian risiko yang berkaitan dengan keselamatan dan kesehatan kerja di rumah sakit agar terciptanya kondisi lingkungan yang sehat, aman, selamat, dan nyaman.

Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit (SMK3) merupakan bagian dari manajemen Rumah Sakit secara keseluruhan dalam rangka pengendalian risiko yang berkaitan dengan aktifitas proses kerja di Rumah Sakit guna terciptanya lingkungan kerja yang sehat, selamat, aman dan nyaman bagi sumber daya manusia Rumah Sakit, pasien, pendamping pasien, pengunjung, maupun lingkungan Rumah Sakit. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2016 Pasal 4 menyatakan bahwa SMK3 Rumah Sakit meliputi penetapan kebijakan K3RS, perencanaan K3RS, pelaksanaan rencana K3RS, Pemantauan dan evaluasi K3RS, Peninjauan dan peningkatan K3RS. Penelitian tentang dampak program K3 di rumah sakit telah menunjukkan manfaat penghematan biaya yang dikeluarkan rumah sakit dan mengurangi ketidakhadiran pekerja. Berdasarkan alasan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja berdasarkan tinjauan literatur.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian SMK3 Rumah Sakit

Pengertian SMK3 menurut *International Labour Organization* (2016), merupakan sistem jaringan elemen yang saling terkait. Unsur-unsur tersebut meliputi tanggung jawab, otoritas, *relationships*, pekerjaan, aktivitas, proses, praktik, prosedur, dan sumber daya. Sistem

manajemen menggunakan elemen-elemen ini untuk menetapkan kebijakan, rencana, program, dan tujuan, dan mengembangkan cara untuk mengimplementasikan kebijakan, rencana dan program, dan mencapai tujuan tersebut.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2012, bahwa Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) adalah bagian dari sistem manajemen perusahaan secara keseluruhan dalam rangka pengendalian risiko yang berkaitan dengan kegiatan kerja guna terciptanya tempat kerja yang aman, efisien dan produktif. Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit (SMK3) merupakan bagian dari manajemen Rumah Sakit secara keseluruhan dalam rangka pengendalian risiko yang berkaitan dengan aktifitas proses kerja di Rumah Sakit guna terciptanya lingkungan kerja yang sehat, selamat, aman dan nyaman. (Permenkes, 2016) Keuntungan penerapan SMK3 dalam pelayanan kesehatan diantaranya adalah penggunaan sumberdaya yang efektif, peningkatan kinerja keuangan, peningkatan kinerja manajemen risiko, serta peningkatan kemampuan untuk memberikan hasil yang lebih baik dalam pelayanan kesehatan. (Marhavilas *et al*, 2018) Keselamatan dan kesehatan kerja di Rumah Sakit merupakan suatu sistem yang berhubungan dengan pencegahan cedera dan penyakit akibat kerja, serta perlindungan dan peningkatan kesehatan pekerja. Hal ini bertujuan untuk memperbaiki kondisi kerja dan lingkungan kerja rumah sakit. Kesehatan kerja termasuk mempromosikan dan mempertahankan derajat tertinggi kesehatan fisik dan mental dan kesejahteraan sosial pekerja di semua profesi. (ILO, 2001) Prinsip dasar dari proses penilaian dan pengelolaan bahaya kerja didasarkan pada ekspektasi, pengakuan, evaluasi, dan pengendalian bahaya risiko di tempat kerja

guna meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan pekerja. Dalam konteks ini, SMK3 rumah sakit meliputi, penetapan kebijakan, perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, evaluasi dan peninjauan dan peningkatan kinerja K3RS.

Penetapan kebijakan K3RS

Kebijakan merupakan rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak, sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai tujuan. (Rusli, 2013) Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2016 Tentang Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit, pada Pasal 3, ayat 2, menyebutkan bahwa Rumah Sakit membentuk dan mengembangkan SMK3 dan menerapkan standar K3RS. Dalam konteks penetapan kebijakan K3RS, yaitu meliputi; (a). penetapan kebijakan dan tujuan dari program K3RS; (b) penetapan organisasi K3RS; (c) penetapan dukungan pendanaan, sarana, dan prasarana.

Rumah Sakit harus mematuhi hukum, peraturan, dan ketentuan yang berlaku. Pimpinan Rumah Sakit termasuk pihak manajemen bertanggung jawab menetapkan kebijakan K3RS, secara tertulis dengan Keputusan Kepala atau Direktur Rumah Sakit berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan disosialisasikan ke seluruh SDM Rumah Sakit. Langkah awal penetapan kebijakan K3RS adalah komitmen pimpinan Rumah Sakit, artinya bahwa direktur rumah sakit secara serius mendukung (ketersediaan SDM, dana, sarana dan prasarana) dan terlibat dalam program-program K3 yang akan dijalankan.

Perencanaan K3RS

Perencanaan merupakan suatu proses mempersiapkan, merumuskan rencana kegiatan secara sistematis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Rumah Sakit harus membuat perencanaan yang efektif agar tercapai keberhasilan penyelenggaraan K3RS dengan sasaran yang jelas dan dapat diukur. (Taufiqurokhman, 2008) Rencana K3RS paling sedikit memuat tentang tujuan dan sasaran, skala prioritas, upaya pengendalian bahaya, penetapan sumber daya, jangka waktu pelaksanaan, indikator pencapaian, dan sistem pertanggungjawaban. Dalam menyusun rencana K3RS berdasarkan manajemen risiko. Manajemen Risiko Rumah Sakit merupakan proses yang sistematis dan proaktif meliputi identifikasi bahaya potensi, analisis risiko, evaluasi risiko, pengendalian risiko, informasi komunikasi, pemantauan, dan pelaporan Risiko, termasuk berbagai strategi yang dijalankan untuk mengelola Risiko dan potensinya dengan melibatkan ahli K3, Panitia pembina K3, wakil pekerja, dan pihak lain yang terkait dengan Rumah Sakit. (Permenkes, 2016)

Pelaksanaan rencana K3RS

Pelaksanaan merupakan suatu aktifitas yang dilaksanakan dalam rangka merealisasikan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan. (Rusli, 2013) Penetapan program K3RS yang dilaksanakan merupakan bagian pengendalian risiko keselamatan dan Kesehatan Kerja, diantaranya: (1) Manajemen risiko K3RS; (2) Keselamatan dan keamanan di Rumah Sakit; (3) Pelayanan Kesehatan Kerja; (4) Pengelolaan Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) dari Aspek keselamatan dan Kesehatan Kerja; (4) Pencegahan dan pengendalian

kebakaran; (5) Pengelolaan prasarana Rumah Sakit dari Aspek keselamatan dan Kesehatan Kerja; (6) Pengelolaan peralatan medis dari Aspek keselamatan dan Kesehatan Kerja; (7) Kesiapsiagaan menghadapi kondisi darurat atau bencana. (Permenkes, 2016) Disamping itu, pentingnya ketersediaan panduan, standar prosedur kerja, SOP disertai sosialisasi dalam pelaksanaan kegiatan K3RS. (Kepmenkes, 2007)

Pemantauan dan evaluasi kinerja K3RS

Pemantauan dan evaluasi merupakan suatu komponen utama manajemen untuk memantau, mengendalikan, menilai dan melaporkan seluruh pelaksanaan program serta kegiatan yang telah direncanakan agar lebih efektif dan efisien. (Rusli, 2013) Prinsip pelaksanaan pemantauan dilakukan secara terus menerus, menjadi umpan balik perbaikan program, berguna bagi organisasi, bersifat objektif, berorientasi pada peraturan yang berlaku serta berorientasi kepada tujuan program. (PP.50 2012) Pemantauan dan evaluasi dilakukan melalui pemeriksaan, pengujian, pengukuran, dan audit internal SMK3 dilakukan oleh sumber daya manusia yang kompeten. (Permenkes, 2016)

Peninjauan dan peningkatan kinerja K3RS.

Peninjauan dan peningkatan kinerja dilakukan untuk menjamin kesesuaian penerapan SMK3 Rumah Sakit diantaranya kesesuaian penetapan kebijakan, perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi, dituangkan dalam indikator kinerja tahunan digunakan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja K3RS. (Permenkes, 2016)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan berdasarkan fenomena global keselamatan dan kesehatan kerja rumah sakit di masa pandemi Covid-19, yaitu situasi pada saat tingginya kasus kesakitan dan kematian petugas kesehatan di Rumah Sakit. Melalui kajian ini akan difokuskan pembahasan perihal Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Rumah Sakit di masa pandemi Covid-19 sesuai dengan standar kesehatan dunia yang mengedepankan perhatian khusus terhadap lingkungan kerja rumah sakit. Kajian ini dilakukan pada bulan April-Juni 2022.

Kajian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. (Sugiyono, 2011) Adapun sumber yang digunakan diperoleh dari 10 jurnal ilmiah utama yang dijadikan sebagai tinjauan literatur utama penelitian, 2 dokumen peraturan perundangan, 5 jurnal ilmiah taraf internasional, 2 buku kajian, serta informasi tambahan dari *website* resmi lainnya (*Google Scholar*) dan Satgas Covid-19. Melalui bahan dan sumber tersebut dilanjutkan dengan analisis mendalam yang disesuaikan sebagaimana sumber ditemukan untuk kemudian ditemukan kesimpulan serta saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penetapan Kebijakan K3RS

Sebagai gambaran umum, Kebijakan K3RS diperlukan komitmen manajemen dan kepemimpinan rumah sakit. Penelitian Rahmadhani (2021), menggambarkan bahwa dari hasil penilaian elemen Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit di pengaruhi oleh faktor komitmen manajemen dan kepemimpinan sebesar 44%. Pimpinan Rumah Sakit terlebih dahulu merumuskan tentang komitmen dan kebijakan K3RS, sehingga program yang di buat mendorong terwujudnya K3RS dan

dapat dilaksanakan dengan baik. (Jeli dkk, 2021) Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Afnina (2021), menyebutkan bahwa terdapat pengaruh komitmen manajemen dan pekerja dalam pelaksanaan SMK3RS. Hasil studi yang sama dilakukan oleh Ghahramani (2016) menemukan bahwa komitmen manajemen senior di perusahaan (44%) memiliki peran penting dalam keberhasilan penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja. Penilaian dapat dilakukan dengan melihat partisipasi manajemen dalam kegiatan K3, dukungan manajemen melalui penyediaan dana untuk program K3, perumusan kebijakan K3, kebijakan dan tujuan K3, integrasi K3 ke dalam proses bisnis, mempromosikan budaya K3, dan komitmen untuk perbaikan berkelanjutan. McGonagle *et all* (2016), menambahkan bahwa untuk meningkatkan keselamatan dan kesehatan pekerja rumah sakit, pemimpin organisasi dan manajer unit harus bekerja untuk memelihara lingkungan melalui kerja sama tim yang baik.

Kurangnya sosialisasi kebijakan K3RS pada seluruh karyawan di lingkungan rumah sakit. Penelitian Ajubra dkk, (2020), menyebutkan bahwa terdapat kebijakan pimpinan namun tidak tersosialisasi dengan baik pada seluruh elemen di lingkungan Rumah Sakit. Hal yang sama dikemukakan oleh penelitian Purba dkk (2019), menyimpulkan bahwa belum optimalnya sosialisasi kebijakan K3 pada seluruh jajaran manajemen, karyawan dan pengunjung perusahaan. Penelitian Afnina (2021), menyebutkan pentingnya informasi K3 di Rumah Sakit. Kebijakan yang telah dihasilkan perlu diketahui dan dipahami oleh seluruh komponen sumber daya manusia di lingkungan rumah sakit sehingga kebijakan tersebut selain dapat terlaksana juga mendapatkan dukungan untuk terlibat dalam melaksanakan

kebijakan. Pentingnya sosialisasi kebijakan diperlukan upaya optimalisasi Komunikasi, Informasi dan Edukasi (KIE) dilakukan oleh pihak manajemen di Lingkungan Rumah Sakit.

Perencanaan K3RS

Secara umum, perencanaan K3RS dapat digambarkan melalui penelitian yang dilakukan oleh Risanova dkk (2021) bahwa dalam melakukan perencanaan K3RS di rumah sakit pekan baru belum dilakukan manajemen risiko. Penelitian lain dilakukan oleh Purnomo dkk (2018) juga menggambarkan bahwa Sistem Manajemen K3 di RSUD Kertosono belum terbentuk Panitia K3 karena belum memiliki ahli umum K3. Pekerja di lingkungan Rumah Sakit berisiko terpapar bahaya fisik, kimia, bahan berbahaya, agen biologis, radiasi, bahaya ergonomi, kelelahan, banyak di antaranya mungkin mengancam jiwa. Berdasarkan kajian penelitian menunjukkan bahwa kegagalan identifikasi risiko dan penilaian resiko menyumbang sebesar 39% dari penerapan SMK3 rumah sakit. Manajemen risiko K3RS bertujuan untuk meminimalkan risiko keselamatan dan kesehatan di Rumah Sakit untuk mencegah timbulnya efek buruk terhadap keselamatan dan kesehatan SDM Rumah Sakit, pasien, pendamping pasien, dan pengunjung. Dengan demikian, pentingnya perencanaan K3RS dengan dimulai dengan penyusunan rencana manajemen risiko di Rumah Sakit yang efektif dan efisien.

Pelaksanaan rencana K3RS

Sumber daya menjadi faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif. Pelaksanaan rencana K3RS harus memiliki sumber daya manusia di bidang K3RS, sarana dan prasarana, dan anggaran yang memadai. Hasil penelitian Setiawan dkk (2021), menggambarkan bahwa belum optimalnya implementasi kebijakan K3 di

Rumah Sakit, terdapat kendala diantaranya sumber dana yang tidak mencukupi, kurangnya sumber daya manusia, keterbatasan sarana APD, dan kurangnya perilaku keselamatan. Penelitian yang sama terkait pelaksanaan SMK3 di RSI Siti Rahmah Kota Padang, belum maksimal karena terbatasnya jumlah SDM pada Komite K3 sehingga karyawan melaksanakan rangkap jabatan dan tidak fokus hanya menerapkan program K3. (Hanum dkk, 2021) Implementasi K3RS dipengaruhi oleh partisipasi pekerja. Penelitian yang dilakukan oleh Njogu *et al* (2019) di Rumah Sakit Kenya, menunjukkan bahwa Implementasi peraturan K3 di pelayanan kesehatan terhambat oleh kurangnya partisipasi pekerja. Kinerja rata-rata adalah 48,4%. Pekerja tidak terlibat dalam pengambilan keputusan tentang keselamatan dan kesehatan mereka dan tidak terdapat komite kesehatan atau penanggung jawab di fasilitas pelayanan kesehatan. Pentingnya budaya K3 dalam pelaksanaan K3RS. Penelitian Almost *et al* (2018) di pelayanan kesehatan Canada, menyimpulkan bahwa indikator kunci keberhasilan implementasi K3 di Rumah Sakit dipengaruhi oleh budaya K3 di tempat kerja. Pembudayaan perilaku K3 yang baik dapat mencegah terjadinya cedera dan penyakit akibat kerja di Rumah Sakit.

Pelatihan K3 bagi pekerja merupakan faktor penting berpengaruh terhadap efektivitas kerja sistem manajemen kesehatan dan keselamatan. Pelatihan keselamatan membantu karyawan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan aman. Sebuah studi oleh Gimeno *et al*. (2005) menemukan bahwa rumah sakit umum di Kosta Rika, yang tidak melakukan keselamatan pelatihan untuk karyawan, dilaporkan 41% lebih banyak cedera jika

dibandingkan dengan mereka yang melakukan pelatihan.

Penerapan program K3RS menjadi tanggung jawab seluruh komponen rumah sakit. Komite K3 bertanggung jawab mengawasi, mengevaluasi dan memberikan masukan terhadap program K3. Pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, disamping penerapan penegakan aturan dalam pelaksanaan K3RS. Penelitian Aeni (2022), menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara pelaksanaan *law enforcement* dengan pelaksanaan SMK3. Pelaksanaan rencana K3RS harus didukung oleh sumber daya manusia di bidang K3RS, sarana dan prasarana, dan anggaran yang memadai, termasuk fungsi pengawasan dan penegakan aturan yang efektif.

Pemantauan dan Evaluasi Kinerja K3RS

Pentingnya pemantauan dan evaluasi kinerja K3RS dengan tujuan tindak lanjut perbaikan dimasa yang akan datang. Hasil penelitian Fatma dkk (2022), menggambarkan bahwa pelaksanaan SMK3 belum termonitoring dan terevaluasi dengan baik di RS King Fahad Madinah Al-Munawwaroh. Hal yang sama penelitian yang dilakukan oleh Setiawan, dkk (2020), monitoring dan evaluasi serta review dilakukan di Rumah Sakit Robert Wolter Mongisidi. Hal ini disebabkan oleh ketidaktersediaanya sumber daya manusia K3RS yang kompeten. Sebagai gambaran hasil temuan pemantauan dan evaluasi kinerja K3RS sebagai bahan perbaikan dimasa yang akan datang diantaranya adalah kendala dalam pengembangan kebijakan dan program K3, strategi pengendalian risiko, komunikasi K3 di dalam organisasi, *teamwork*, budaya K3, komitmen dan partisipasi pekerja,

ketersediaan alokasi sumber keuangan (biaya tinggi) dalam mengimplementasikan program K3RS, termasuk lemahnya kinerja pengukuran dan pemantauan proses K3. (Prajogo *et all* 2021).

Peninjauan dan peningkatan kinerja K3RS

Pimpinan Rumah Sakit harus melakukan evaluasi dan kaji ulang terhadap kinerja K3RS untuk menjamin kesesuaian dan efektivitas penerapan SMK3 Rumah Sakit. Penelitian yang dilakukan oleh Risanova dkk (2021), menunjukkan bahwa peninjauan ulang penerapan SMK3 di rumah sakit Pekan Baru sudah dilakukan tetapi tindak lanjut dari hasil pemantauan dan evaluasi program K3 tersebut belum ada. Hasil peninjauan dan kaji ulang ditindaklanjuti dengan perbaikan berkelanjutan sehingga tercapai tujuan yang diharapkan sesuai indikator kinerja yang akan dicapai dalam rangka menurunkan angka kecelakaan dan penyakit akibat kerja serta meningkatnya produktivitas kerja Rumah Sakit.

PENUTUP

Berdasarkan apa yang sudah di analisis dan dibahas di atas dengan mengacu pada beberapa jurnal serta fakta lapangan yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan SMK3 di Rumah Sakit belum berjalan dengan baik berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2016. Kendala yang dihadapi Rumah Sakit diantaranya adalah Komitmen kebijakan oleh top manajemen, Penyusunan perencanaan K3RS belum sesuai dengan manajemen risiko, pembentukan P2K3 yang tidak di dukung SDM yang kompeten. Pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi belum berjalan dengan baik, lemahnya pengawasan dan penegakan aturan, ketersediaan anggaran, prasarana dan sarana yang belum memadai

termasuk budaya K3. Dipelukan upaya komitmen bersama, didukung oleh sumber daya yang efektif guna terlaksananya SMK3 di Rumah Sakit berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni FH. 2022. *Hubungan Antara Faktor Penghambat SMK3 Dengan Implementasi Pelaksanaan SMK3*. JURNAL KESEHATAN Volume 13 Nomor 1 Tahun 2022.
- Afnina, & Ramadhani. 2021. *Hubungan Faktor Penghambat Dengan Pelaksanaan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (SMK3) Di Ruang Rawat Inap RSUD dr. Zubir Mahmud Aceh Timur*. Jurnal Edukes, Vol.4, No.1, Maret 2021.
- Abalkhail, A. et all. 2022. *Needle-Stick and Sharp Injuries among Hospital Healthcare Workers in Saudi Arabia: A Cross-Sectional Survey*. *Int J Environ Res Public Health*. 2022 May; 19(10): 6342.
- Ajubra, Sakka, Harun. 2020. *Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (SMK3) Rumah Sakit Di Rumah Sakit Umum Daerah Bahteramas Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2019*. Jurnal Administrasi Kebijakan Kesehatan (Vol.1, No.1, 2020) hal 47-51.
- Almost, Elizabeth et all. 2018. *A study of leading indicators for occupational health and safety management systems in healthcare*. BMC Health Services Research (2018) 18:296.
- BPS. 2021. *Jumlah Rumah Sakit Umum, Rumah Sakit Khusus, Puskesmas, Klinik Pratama, dan Posyandu Menurut Provinsi*, (online), <https://www.bps.go.id>. Diakses 21 Maret 2022.
- Fatma, Hasibuan, Gusdini. 2022. *Pengaruh Pelaksanaan Sistem Manajemen Kesehatan Dan Keselamatan Kerja (SMK3) Terhadap Kinerja Perawat Di Ruang Operasi Rumah Sakit King Fahad Madinah Al-Munawwaroh*. Jurnal Keperawatan Muhammadiyah 7 (2) 2022
- Ghahramani, Abolfazl. 2016. *Factors That Influence The Maintenance And Improvement Of OHSAS 18001 In Adopting Companies: A Qualitative Study*. Journal of Cleaner Production 137 (283-290).
- Gimeno D, Felknor S, Burau KD, Delclos GL. 2005. *Organisational and occupational risk factors associated with work related injuries among public hospital employees in Costa Rica*. Occup Environ Med. 2005;62:337-43.
- Hanum, Yusman, Rahmadiani. 2021. *Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) di Rumah Sakit Islam Siti Rahmah Kota Padang*. Jurnal Riset Hesti Medan Akper Kesdam I/BB Medan. Vol. 6, No. 1, Juni 2021, pp. 69-73
- ILO. 2016. *Occupational Safety and Health Management System*. (online), <https://www.ilo.org>. Diakses 25 Maret 2022.
- ILO. 2001. *Guidelines on occupational safety and health management systems*. (online), <https://www.ilo.org>. Diakses 25 Maret 2022.
- Jayani, H.D. 2022. *Laporan Covid-19: Sebanyak 2.066 Nakes Meninggal*

- Akibat Covid-19. (online),
<https://databoks.katadata.co.id>.
Diakses 25 Maret 2022.
- Jeli, Makomulamin, Susmaneli. 2021.
*Analisis Komitmen Dan Kebijakan
Dalam Penerapan SMK3 Di Rumah
Sakit Jiwa Tampan Provinsi Riau
Tahun 2020*. Media Kesmas (*Public
Health Media*). Volume 1, Nomor 3
Tahun 2021.
- Keputusan Menteri Kesehatan Republik
Indonesia Nomor 432 tahun 2007
tentang Manajemen Keselamatan dan
Kesehatan Kerja Rumah Sakit.
- Marhavilas, Koulouriotis, Nikolaou,
Tsotoulidou. 2018. *International
Occupational Health and Safety
Management-Systems Standards as a
Frame for the Sustainability : Mapping
the Territory*. MDPI:Sustainability
2018, 10, 3663.
- Njogu, Mburu, Karanja. 2019. *Effects of
Management Commitment and
Workers' Participation on
Occupational Safety and Health
Performance in Public Health
Facilities*. Journal of Health and
Environmental Research. 2019; 5(2):
54-62
- Ombudsman, RI. 2021. *Krisis Pengelolaan
Limbah Medis*. (online),
<https://ombudsman.go.id>. Diakses 24
Maret 2022.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2012
tentang Sistem Manajemen
Keselamatan dan Kesehatan Kerja.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik
Indonesia Nomor 66 Tahun 2016
Tentang Keselamatan Dan Kesehatan
Kerja Rumah Sakit
- Purba, Girsang, Siadari. 2019. *Dampak
Sosialisasi Kebijakan Keselamatan
Dan Kesehatan Kerja Terhadap
Pelaksanaan Keselamatan Dan
Kesehatan Kerja*. Jurnal Mutiara
Kesehatan Masyarakat. 2019; 4 (1): 54-
67.
- Prajogo D., Sohal A. dkk (2021),
'Occupational Health and Safety
(OHS): Protecting the Indonesian
Healthcare Workforce during the
COVID-19 Pandemic', The Australia-
Indonesia Centre.
- Rahmadani M, Modjo R. 2021. *Systematic
Literature Review: Analysis of
Assessment Elements of OHSMS in
Indonesia Hospital*. J. Phys.: Conf. Ser.
1933 012022.
- Rusli B. 2013. *Kebijakan Publik
Membangun Pelayanan Publik Yang
Responsif*. (online),
<https://pustaka.unpad.ac.id>. Diakses 25
Maret 2022.
- Risanova, Rahayu, Asril. 2020. *Analisis
Penerapan Sistem Manajemen
Keselamatan Dan Kesehatan Kerja
(SMK3) DI RS X Pekanbaru Tahun
2020*. Jurnal Kesehatan Masyarakat
Andalas. Vol. 15, No. 1, Hal. 3-12.
- Setiawan, Doda, Kristanto. 2021. *Evaluasi
Implementasi Sistem Manajemen
Kesehatan dan Keselamatan Kerja di
Rumah Sakit*. Indonesian Journal of
Public Health and Community
Medicine Vol. 2, No. 2, April 2021.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian
kuantitatif kualitatif*. Bandung:
Alfabeta.

Taufiqurokhman. 2008. *Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan*. (online), <http://fisip.moestopo.ac.id>. Diakses 25 Maret 2022.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2009 tentang Rumah Sakit.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 tahun 2009 tentang Kesehatan.

**PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN INSENTIF
TERHADAP SEMANGAT KERJA KARYAWAN DI PT FEDERAL
INTERNATIONAL FINANCE (FIF GROUP) CABANG SERANG**

Fidziah¹

fidziah213@gmail.com

Universitas Bina Bangsa

Sucihati²

hatisuci804@gmail.com

Universitas Banten

Eka Febrianata³

ekafebrianata010271@gmail.com

Universitas Banten

ABSTACT

This study was conducted to determine the effect of transformational leadership on employee morale, to determine the effect of incentives on employee morale and to determine the effect of transformational leadership and incentives on employee morale at PT FIF Group Serang Branch. This type of research is quantitative, with data collection techniques through primary data including questionnaires for employees of PT FIF Group Serang Branch. The population in this study were 58 employees, while the sampling technique was saturated sampling, which took all members of the population so that the sample used in this study was 58 employees of PT FIF Group Serang Branch. The data analysis technique used multiple regression with the SPSS 21 program.

The results obtained in Hypothesis 1 that there is an influence of transformational leadership on employee morale at PT FIF Group Serang Branch with the results $t_{count} > t_{table}$ ($2,965 > 2,003$) with a significance level of 0.00 ($0.00 < 0.05$). Hypothesis 2 obtained that there is an effect of incentives on employee morale at PT FIF Group Serang Branch with the results $t_{count} > t_{table}$ ($5.501 > 2,003$) with a significance level of 0.00 ($0.00 < 0.05$). Hypothesis 3 there is an influence between transformational leadership and incentives on employee morale at PT FIF Group Serang Branch with the results $F_{count} > F_{table}$ ($19,926 > 3,165$) with a significance level of 0.00 ($0.00 < 0.05$)

Keywords: Transformational Leadership, Incentives and Morale

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap semangat kerja karyawan, untuk mengetahui terdapat pengaruh insentif terhadap semangat kerja karyawan dan Untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional dan insentif terhadap semangat kerja karyawan di PT FIF Group Cabang Serang. Tipe penelitiannya itu bersifat kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui data primer meliputi kuesioner pada karyawan PT FIF Group Cabang Serang. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 58 karyawan sedangkan pengambilan sampel dengan teknik sampling jenuh yaitu mengambil semua anggota populasi sehingga sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 58 karyawan PT FIF Group Cabang Serang. Teknik analisis data menggunakan regresi berganda dengan program SPSS 21.

Hasil penelitian diperoleh pada Hipotesis 1 terdapat pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap semangat kerja karyawan PT FIF Group Cabang Serang dengan hasil thitung > ttabel ($2,965 > 2,003$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Hipotesis 2 diperoleh terdapat pengaruh insentif terhadap semangat kerja karyawan pada PT FIF Group Cabang Serang dengan hasil thitung > ttabel ($5,501 > 2,003$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Hipotesis 3 terdapat pengaruh antara kepemimpinan transformasional dan insentif terhadap semangat kerja karyawan pada PT FIF Group Cabang Serang dengan hasil Fhitung > Ftabel ($19,926 > 3,165$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$)

Kata kunci : Kepemimpinan Transformasional, Insentif dan Semangat Kerja

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semangat kerja karyawan merupakan hal yang penting untuk pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan meningkatkan keuntungan di persaingan industri yang semakin menantang. Persaingan industri yang semakin ketat belakangan ini, mengakibatkan banyak perusahaan perlu menyusun ulang strategi untuk meningkatkan eksistensinya. Karyawan di dalam suatu perusahaan tidak hanya menjadi bagian dalam melaksanakan fungsi perusahaan, akan tetapi menjadi aset berharga dalam keberhasilan perusahaan tersebut. Guna mewujudkan keberhasilan perusahaan, maka aset berharga perusahaan yakni para karyawan perlu memiliki semangat penuh terhadap perusahaan. Salah satu cara bagi perusahaan agar tetap survive dalam era globalisasi adalah memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan bersemangat kerja tinggi dalam mengerjakan semua tugas dan kewajibannya terhadap perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Karyawan yang efektif dibutuhkan dalam menghadapi kompetisi pasar global yang semakin ketat. Semangat kerja karyawan terkadang dianggap sepele oleh pemimpin perusahaan, akan tetapi semangat kerja karyawan sangatlah penting dalam diri setiap karyawan, karena kalau setiap karyawan mempunyai semangat kerja yang tinggi setiap karyawan akan mengeluarkan semua kemampuannya untuk menyelesaikan tugas yang diberikan kepadanya sehingga kinerja karyawan juga akan menjadi lebih baik serta dapat menyelesaikan tugas dengan cepat, baik dan hasilnya memuaskan untuk perusahaan.

Semangat kerja adalah keinginan, kesungguhan seseorang mengerjakan

pekerjaannya dengan baik, berdisiplin untuk mencapai prestasi kerja yang maksimal, kemauan, dan kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan. (Hasibuan, 2014:60) Seorang pemimpin pada hakekatnya harus mampu memahami kebutuhan, keinginan dan harapan para pengikutnya. Pemimpin juga harus mampu mempengaruhi para pengikutnya untuk melakukan tujuan perusahaan. Kepemimpinan transformasional sangatlah tepat untuk dilaksanakan dalam perusahaan guna mendorong dan menciptakan keterikatan karyawan serta mampu meningkatkan kinerja karyawan.

Menurut Robbins dan Coulter (2010:472) kepemimpinan transformasional sebagai pemimpin yang menginspirasi para pengikut untuk melampaui kepentingan pribadi mereka yang mampu membawa dampak mendalam dan luar biasa pada para pengikut. Agar perusahaan mampu menciptakan semangat karyawan yang tinggi untuk tetap berkembang, perusahaan perlu memperhatikan salah satu faktor yang mempengaruhi semangat karyawan yaitu insentif. Insentif adalah salah satu imbalan yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai bentuk penghargaan atas prestasinya. Insentif dapat membuat karyawan bekerja lebih baik dalam perusahaan, dimana karyawan mendapat berbagai hadiah, komisi atau sertifikat, sementara perusahaan tidak perlu meningkatkan gaji tetap untuk menghargai kinerja karyawannya. Program insentif yang dirancang dengan baik akan sangat berguna karena akan menambah motivasi untuk meningkatkan kinerja dan mengenali faktor utama dalam motivasi. (Moeheriono, 2012 : 259) Pada prinsipnya pemberian insentif dapat menguntungkan kedua belah pihak. Perusahaan mengharapkan adanya kekuatan atau semangat yang timbul dalam diri penerima insentif yang mendorong mereka

untuk bekerja dengan lebih baik dalam arti lebih produktif agar tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terpenuhi sedangkan bagi pegawai sebagai salah satu alat pemuas kebutuhannya. Jadi, pemberian insentif merupakan sarana motivasi yang dapat mendorong pegawai agar dalam diri mereka timbul semangat yang lebih besar untuk berprestasi bagi peningkatan kinerja.

PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Serang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pembiayaan dan penjualan sepeda motor merek Honda. Keberhasilan FIF Group tidak terlepas dari peran sumber daya manusia yaitu karyawan yang efektif dan efisien. Kerja keras yang dilakukan karyawan menimbulkan efek positif bagi perusahaan, namun bagi karyawan belum tentu demikian. Masalah yang terjadi pada PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Serang yaitu kurangnya semangat karyawan yang diukur dari faktor kepemimpinan transformasional dan insentif. Baik tidaknya karyawan yang dilibatkan dalam pekerjaan ditandai dengan perilaku karyawan dapat dilihat dari beberapa aspek seperti turnover (keluar dan masuk) karyawan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Turnover Karyawan tahun 2021

No	Departemen	Jml Karyawan Saat Ini	Jml Kary.	Sebelum Keluar	Tgl Keluar	Kary. Keluar	Jml. Kary. Keluar	%
1	Bagian Keuangan	10	13	31-7-2021	3	3.80	1	

					13-9-2021			
	1							31-12-2021
	1							
	2 Marketing	16	18					31-10-
2021	2	2	2.53					
	3 Mekanik	8	9					31-10-
2021	1	1	1.27					
	4 Penjualan	11	15					31-10-
2021	1	4	5.06					
								31-12- 2021
	3							
	5 Sales Supervisor	4	6					
	31-10- 2021	1	2					2.53
								31-12-2021
	1							
	6 Gudang	5	7					01-12-
2021	1	2	2.53					
								31-12- 2021
	1							
	7 Security	4	5					31-12-
2021	1	1	1.27					
	Jml	58	73					
	15	18,99						
	Sumber : PT FIF Group Cabang Serang, tahun 2022							

Berdasarkan tabel 1 masih tingginya tingkat karyawan yang keluar pada periode Tahun 2021 pada bagian keuangan jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 13 orang yang keluar sebanyak 3 orang atau 3,80% marketing jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 18 yang keluar sebanyak 2 orang atau 2,53% Mekanik jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 9 yang keluar sebanyak 1 orang atau 1,27% Penjualan jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 15 yang keluar sebanyak 4 orang atau 5,06% Sales Supervisor jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 6 yang keluar sebanyak 2 orang atau 2,53% Gudang jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 7 yang keluar sebanyak 2 orang atau 2,53% dan bagian security jumlah karyawan sebelum keluar sebanyak 5 yang

keluar sebanyak 1 orang atau 1,27%. Prosentase tertinggi karyawan yang keluar yaitu pada bagian penjualan yaitu 5,06% terendah pada bagian mekanik dan security sebesar 1,27%.

Semangat karyawan sangat diperhatikan oleh perusahaan, karena ditinjau dari berbagai sisi perusahaan akan mengalami kerugian, terlebih jika semangat kerja karyawan yang berkaitan dengan turnover tersebut terjadi dalam manajemen lini menengah yang bertanggungjawab atas pelaksanaan rencana yang sudah ditentukan oleh pimpinan, kerugian yang ditanggung oleh perusahaan akan semakin tinggi, sehubungan dengan uraian tersebut maka penulis menentukan obyek penelitian tentang semangat kerja karyawan pada perusahaan adalah masih banyaknya karyawan yang keluar dan perusahaan melakukan penarikan kembali karyawan yang baru. Permasalahan kepemimpinan transformasional pada PT FIF Group Cabang Serang dimana karyawan kurang puas atas pengarahan dan cara-cara perbaikan hasil kerja karyawan, karyawan kurang puas atas penilaian hasil kerja dan kurangnya dorongan pimpinan terhadap karyawan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Karyawan kurang dilibatkan pimpinan dalam mengambil keputusan, pimpinan kurang melakukan pengawasan terhadap pekerjaan karyawan, karyawan kurang peduli terhadap keputusan pimpinan.

Pemberian insentif sangat penting bagi karyawan, karena besar kecilnya insentif merupakan ukuran terhadap prestasi kerja karyawan, maka apabila sistem insentif yang diberikan perusahaan cukup adil untuk karyawan, akan mendorong karyawan untuk lebih baik dalam melakukan pekerjaannya dan lebih bertanggung jawab atas masing-masing tugas yang diberikan perusahaan.

Sesuai dengan tujuan pemberian insentif yang dilakukan perusahaan antara lain untuk menghargai prestasi karyawan, menjamin keadilan di antara karyawan, mempertahankan pegawai, memperoleh karyawan yang lebih bermutu dan sistem kompensasi haruslah dapat memotivasi para karyawan. Oleh karena itu, insentif merupakan faktor yang penting untuk dapat bekerja lebih produktif dan berkualitas. Permasalahan yang terjadi selama ini pada karyawan yang melebihi jam kerja atau disebut lembur kerja, perusahaan dalam hal ini tidak memperhatikan pembayaran lembur karyawan walaupun telah melebihi jam kerja yang telah ditentukan, terutama pada bagian keuangan, karyawan harus mengaudit laporan keuangan hingga larut malam dikarenakan penyelesaian pekerjaan yang dilaporkan ke kantor pusat. Sebagai karyawan tentunya memahami peranan insentif finansial ialah penting dalam rangka menciptakan tujuan mereka yaitu terpenuhinya kebutuhan mereka, sehingga mereka mempunyai motivasi kerja untuk mencapai tujuan mereka. Sementara itu bagi perusahaan dalam rangka mencapai tujuan efisiensi dan maksimalisasi keuntungan perlu menyeimbangan dengan kepentingan karyawan yaitu pengakuan terhadap prestasi kerja mereka dengan memberikan insentif finansial yang sesuai.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat referensi literatur dari buku/riset sebelumnya yang terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:14) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk

meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Hipotesis dalam penelitian ini penulis menggunakan deskriptif asosiatif. Hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara terhadap masalah deskriptif, yaitu yang berkenaan dengan variabel mandiri, sedangkan hipotesis asosiatif adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu menanyakan hubungan dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian yang berjudul pengaruh kepemimpinan transformasional dan insentif terhadap semangat kerja karyawan di PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Serang, terdapat tiga variabel yaitu:

1. Kepemimpinan Transformasional (X1) adalah variabel bebas (independent variable)
2. Insentif (X2) adalah variabel bebas (independent variable)
3. Semangat Kerja Karyawan (Y), adalah variabel terikat (dependent variable)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis berkenaan dengan jawaban pertanyaan penelitian dapat menggunakan tabel, grafik atau bagan yang disertai pembahasan secara deskriptif, kausan/komparatif dari temuan-temuan dan interpretasi atas hasil temuan.

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis mengambil kesimpulan adalah :

1. Hasil uji pada Hipotesis 1 diperoleh terdapat pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan transformasional terhadap semangat kerja karyawan PT FIF Group

Cabang Serang dengan hasil thitung > ttabel ($2,965 > 2,003$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$).

2. Hasil uji pada hipotesis 2 diperoleh pengaruh positif dan signifikan insentif terhadap semangat kerja karyawan pada PT FIF Group Cabang Serang dengan hasil thitung > ttabel ($5,501 > 2,003$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$)

3. Hasil uji pada hipotesis 3 diperoleh terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional dan insentif terhadap semangat kerja karyawan pada PT FIF Group Cabang Serang dengan hasil Fhitung > Ftabel ($19,926 > 3,165$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$) sedangkan koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,648 dan mempunyai tingkat kontribusi hubungan yang kuat, artinya nilai kepemimpinan transformasional dan insentif meningkat maka semangat kerja karyawan akan semakin meningkat pula. Untuk koefisien determinasi sebesar 0,420 diartikan bahwa variabel kepemimpinan transformasional dan insentif mempengaruhi sebesar 42,0% terhadap semangat kerja karyawan sedangkan sisanya sebesar 58,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Busro, Muhammad. 2018. Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenadameidia Group.
- Danim, Sudarwan. 2010. Motivasi Kepemimpinan & Efektivitas Kelompok . PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Darmawan, Didit. 2013. Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi. PT. Temprina Media Grafika. Surabaya.
- Edison, Emron; Anwar, Yohny dan Komariyah, Imas. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta.

- Fahmi, Irham. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Undip
- Hasibuan, Malayu SP. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara.
- _____. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Remaja Rosida Karya
- Kusuma, Yordy Wisnu dan Mashariono. 2016. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Insentif Terhadap Semangat Kerja Karyawan Cv. F.A Management. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 2
- Mangkunegara, Prabu Anwar. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan.. Bandung: PT. Remaja rosdakarya.
- Masaong, Abdul K. dan Tilomi, A.. 2011. Kepemimpinan Berbasis Multiple Intelligence. Bandung : Alfabet.
- Moeheriono. 2012. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Murtisaputra, Eko dan Ratnasari, Sri Langgeng. 2018. Pengaruh Lingkungan Kerja, Insentif, Komunikasi Dan Senioritas Terhadap Semangat Kerja Karyawan. Jurnal Dimensi, Vol. 7, NO. 3 : 434-453
- Putra, Pande Wayan Gede Suandana dan Suwandana, I Gusti Made. 2019. Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional, Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Semangat Kerja Pegawai. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 5.

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONEJAYA77 BUSANA

Evi Meidasari¹

Evi@umitra.ac.id

Agung Rachmadi²

agung@umitra.ac.id

SennaENZOVANNI³

Senna@umitra.ac.id

Hero Desyantama⁴

herodesyantama@umitra.ac.id

Universitas Mitra Indonesia¹⁻⁴

ABSTRACT

Society needs to dress up and dress is very advanced and follows the world fashion trends, so that big people's desire to follow the development and style of dress according to the fashion new trends. This study was to determine how much influence arising from each variable that is promotion, quality, and price is in the independent variable.

Based on partial analysis, it turns studies show that all the independent variables were examined in this study have a positive effect on the dependent variable, the variable is evident in the promotion, quality and price have a positive influence on the dependent variable is purchase decisions on ONeJaya77 Clothing Stores Bandar Lampung , Simultaneous testing, it turns out the results of the study prove that all the independent variables (Promotion, Quality, and Price) simultaneously have significant influence on the dependent variable, namely the purchase of the store purchasing decisions ONeJaya77 clothing Bandar Lampung.

Keywords: Promotion, Quality, Price, Decisions Purchase.

ABSTRAK

Kebutuhan masyarakat terhadap berpakaian dan berbusana sudah sangat maju dan mengikuti trend busana dunia, sehingga begitu besar keinginan masyarakat untuk mengikuti perkembangan dan gaya berpakaian sesuai dengan trend busana terbaru. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari masing – masing variable yaitu promosi, kualitas, dan harga yang berada di dalam variable independen.

Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen, ini terbukti pada variabel promosi, kualitas dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Toko ONeJaya77 Busana Bandar Lampung. Pengujian secara simultan, hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (Promosi, Kualitas, dan Harga) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pembelian pada Toko ONeJaya77 Busana Bandar Lampung.

Kata kunci: Promosi, Kualitas, Harga, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat terhadap berpakaian dan berbusana sudah sangat maju dan mengikuti trend busana dunia, sehingga begitu besar keinginan masyarakat untuk mengikuti perkembangan dan gaya berpakaian sesuai dengan trend busana terbaru. Sehingga begitu banyak permintaan akan model pakaian yang diinginkan oleh masyarakat, dengan demikian menciptakan peluang bisnis untuk toko-toko pakaian menjual berbagai produk ungula mereka sesuai dengan keinginan konsumen. Salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengenalkan suatu produk kepada konsumen adalah melalui iklan.

Iklan merupakan salah satu alat bauran promosi yang digunakan sebagai alat pengantar pesan untuk membentuk sikap konsumen. Agar penyampaian pesan iklan dapat diterima oleh konsumen dengan baik maka dibutuhkan media yang tepat. Iklan menjadi fungsi strategis bagi perusahaan dalam menembus pasar yang semakin kompetitif. Iklan juga sebagai alat bagi perusahaan untuk mengenalkan produk baru kepada masyarakat umum sebagai konsumen potensial. Sebuah iklan cenderung menciptakan sikap yang baik terhadap suatu produk dengan menjelaskan ciri ciri positif sehingga dapat mempengaruhi perasaan dan emosi konsumen agar bersedia melakukan pembelian atas produk tersebut. Iklan dapat mempengaruhi pola pikir konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan maupun dalam hal mengantisipasi adanya persaingan dari usaha lain yang sejenis. Dengan memiliki cara promosi yang

tepat, diperlukan juga produk yang berkualitas agar promosi yang telah dilakukan tidak sia-sia dan konsumen menjadi percaya dengan produk yang kita tawarkan memiliki kualitas yang terbaik dan sesuai dengan yang dipromosikan. Karena banyak konsumen yang mementingkan kualitas dari suatu produk yang telah dia beli, karena dengan mendapatkan kualitas barang yang terbaik konsumen menjadi senang dengan membeli produk yang kita tawarkan, karena kualitas merupakan suatu hal yang paling bisa menjadi nilai positif dari suatu produk karena kualitas tidak dapat dengan mudah dicontoh oleh persaingan dari usaha lain yang sejenis. Kemudian hal lain yang menjadi dasar dari pengambilan keputusan pembelian adalah pertimbangan atas harga. Kenyataan menunjukkan bahwa saat ini harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Harga jual pada hakekatnya merupakan tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut maka produk tersebut akan laku, sebaliknya bila konsumen menolaknya maka diperlukan peninjauan kembali harga jualnya.

Dengan promosi lewat media sosial, kualitas produk dan harga yang diberikan apakah dapat mempengaruhi system penjualan agar dapat mencapai laba yang diinginkan, dengan pertumbuhan didunia bisnis yang semakin banyak saingan terutama di dalam dunia busana. Sehingga promosi, kualitas, dan harga menjadi suatu pembeda dari toko yang lain.

KAJIAN PUSTAKA

• Teori Promosi

Pengertian mengenai promosi oleh pakar di bidangnya (Danang Sunyoto, 2014) sebagai berikut:

a. Menurut A. Hamdani

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

b. Menurut William J. Stanton

Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (*Promotions is the element an organization's marketing mix that sever to inform, persuade, and remind the market of the organization and its products*).

Bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan. (*The promotion mix is the combination of personal selling, advertising, sales promotion, publicity, and public relations that helps and organization achieve its marketing objective*).

c. Menurut Indriyo Gitosudarmo

Promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk

mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, personal selling yang disebut bauran promosi.

• Definisi Kualitas

Pengertian Kualitas menurut (Siswanto, 2013) adalah sebagai berikut: “merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sedangkan Menurut (Kotler & Keller, 2009) menyatakan bahwa persepsi kualitas adalah sebagai berikut: “Suatu proses dinamis kualitas yang didasarkan pada pendapat bahwa persepsi dan harapan pelanggan tentang kualitas dapat berubah sepanjang waktu, tetapi pada satu titik, persepsi dan harapan itu merupakan fungsi harapan yang sebelumnya tentang apa yang akan dan seharusnya terjadi sepanjang proses dan juga layanan aktual yang dihantarkan sepanjang kontak terakhir.”

• Harga

Dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah *item* yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.

Menurut Indriyo Gitosudarmo, harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu. Sedangkan pengertian harga menurut (Danang Sunyoto, 2014), yaitu sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi barang dan jasa.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini data yang digunakan :

Data Primer

Pengumpulan data dengan menggunakan teknik kuesioner yang dimana dilakukan dengan cara wawancara secara terstruktur dengan menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada para responden. Tujuannya dimaksudkan untuk mendapatkan suatu data penelitian tentang bagaimana pengaruh yang diberikan oleh promosi, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh para konsumen.

Data Sekunder

Penulis mendapatkan data ini melalui catatan – catatan, data – data, serta dokumen – dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencapainya tujuan dari penelitian yang diinginkan maka penulis menggunakan pengumpulan data informasi sebagai berikut :

- **Kuesioner (Angket)**

Dalam melakukan penelitian ini, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Pada penelitian yang dilakukan memberikan pertanyaan kepada responden agar responden memberikan jawaban yang sesuai dengan pertanyaan.

Definisi Operasional Variabel

Menurut Soewadji, 2012 Definisi oprasional adalah suatu konsep dan variabel yang bersifat abstrak sehingga masih sulit untuk dapat diadakan penelitian. Agar konsep-konsep atau variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian dapat diukur maka harus diubah menjadi kongkrit.

ANALISIS DATA

Kuantitatif

Menurut Soeyono, Soewadji, 2012 Analisis Kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang didasarkan atas perhitungan persentase, rata-rata, Ci kuadrat dan perhitungan statistik lainnya, dengan kata lain analisi kuantitatif melibatkan diri pada perhitungan atau angka.

Kualitatif

Analisis kualitatif ini memecahkan suatu permasalahan melalui pendekatan teoritis dan berdasarkan konsep - konsep pemasaran. Khususnya teori-teori yang terdapat dalam penelitian ini seperti daya tahan, kehandalan dan kemasan terhadap suatu keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh nyata masing-masing variabel independen yang diamati yaitu Promosi, Kualitas, Harga terhadap variabel dependen, Keputusan pembelian. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan besarnya nilai probabilitas (p-value) masing-masing koefisien regresi variabel independen dibandingkan dengan tingkat signifikansi (α) yang dalam penelitian ini sebesar 10% atau 0,10.

Pengujian parsial dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda dengan tingkat kepercayaan 90%. Dengan dasar keputusan berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika (p-value) > 0,10 maka H_a ditolak.
- b. Jika (p-value) < 0,10 maka H_a diterima.

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

Tabel 3.
Hasil Pengujian Validitas

N o.	Indikator	r Hit ung	r Ta bel	Keter angan
1	Promosi			
	– Indi kat or 1	0.3	0.1	Valid Valid Valid Valid Valid Valid
	– Indi kat or 2	25	940	
	– Indi kat or 3	0.4	0.1	
	– Indi kat or 4	88	940	
	– Indi kat or 5	0.1	0.1	
	– Indi kat or 6	57	940	
	– Indi kat or 7	0.4	0.1	
2	Kualitas			
	– Indi kat or 1	0.4	0.1	Valid Valid Valid Valid Valid
	– Indi kat or 2	59	940	
	– Indi kat or 3	0.4	0.1	
	– Indi kat or 4	71	940	
	– Indi kat or 5	0.5	0.1	
	– Indi kat or 6	06	940	
	– Indi kat or 7	0.5	0.1	
	– Indi kat or 8	34	940	
3	Harga			

tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*. *r* hitung diperoleh dari hasil output, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai *r* tabel (0,1940) dari buku statistik.

	– Indi kat or 1	0.3	0.1	Valid Valid Valid Valid Valid
	– Indi kat or 2	97	940	
	– Indi kat or 3	0.5	0.1	
	– Indi kat or 4	12	940	
	– Indi kat or 5	0.5	0.1	
	– Indi kat or 6	13	940	
	– Indi kat or 7	0.5	0.1	
	– Indi kat or 8	18	940	
4	Keputusan pembelian			Valid Valid Valid Valid Valid
	– Indi kat or 1	0.5	0.1	
	– Indi kat or 2	03	940	
	– Indi kat or 3	0.7	0.1	
	– Indi kat or 4	27	940	
	– Indi kat or 5	0.7	0.1	
	– Indi kat or 6	46	940	
	– Indi kat or 7	0.6	0.1	
	– Indi kat or 8	33	940	Valid Valid Valid
	– Indi kat or 9	0.7	0.1	

Tabel yang ada diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar

dari r_{table} , yang mana nilai r_{tabel} nya yaitu sebesar **0,1940**. Jadi, dari hasil yang disajikan pada Tabel 7 yang mana dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini sudah di anggap valid, karena nilai r_{hitung} sudah melebihi dari nilai r_{tabel} , sehingga hasil dari kuesioner dalam penelitian ini bisa dilanjutkan.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel 8 berikut ini:

Tabel 4.
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Tingkat Reliabilitas
Promosi	0.586	Sedang / Cukup
Kualitas	0.791	Tinggi
Harga	0.762	Tinggi
Keputusan pembelian	0.892	Sangat Tinggi

Dari tabel yang sudah ditampilkan diatas, Dapat dilihat hasil analisis reliabilitas dari masing – masing variabel yang dibahas dalam penelitian ini, yang mana hasil r Alpha yang diperoleh masing – masing variable adalah sebesar 0.586 untuk promosi (X1), 0.791 kualitas (X2), 0.762 harga (X3), dan 0.892 keputusan pembelian (Y).

Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan dan dijelaskan bahwa

setiap variable memiliki tingkat reliabilitas sebagai berikut : (X1) sedang, (X2) tinggi, (X3) tinggi, (Y) sangat tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Berikut ini adalah pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi.

Pengujian Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hasil pengujian multikolinieritas dengan nilai VIF adalah sebagai berikut:

Tabel 5.
Hasil Pengujian Multikolinieritas

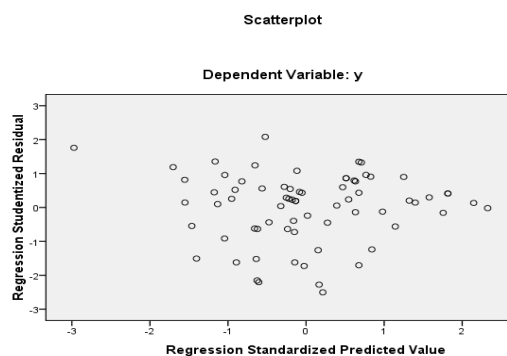
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Promosi	0.595	1.682	Bebas Multikolinier
Kualitas	0.669	1.495	Bebas Multikolinier
harga	0.641	1.559	Bebas Multikolinier

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti bahwa

variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan ScatterPlot. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian juga dijelaskan pada gambar berikut ini:



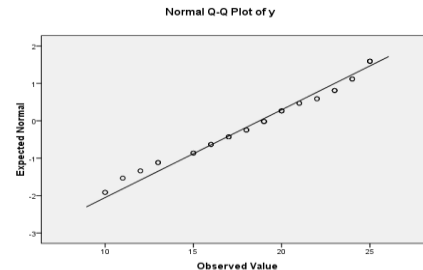
Gambar 2, Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal. Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan

adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.



Gambar 3, Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen (Promosi, Kualitas, dan Harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut akan disajikan dan dijelaskan pengujian dari masing-masing variabel secara parsial.

Uji F Uji Koefisien Regresi Secara Simultan)

Ujistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian citra merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, loyalitas merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Dimana:

H₀ : Promosi, Kualitas dan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha : Promosi, Kualitas dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil pengujian secara Simultan pengaruh Promosi, Kualitas dan Harga terhadap keputusan pembelian maka di dapatkan nilai F_{hitung} sebesar 15.279 dan nilai Sig 0.000.

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 / Sig > Alfa H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 / Sig < Alfa H_0 diterima.

Pengambilan keputusan, 15.275 (F_{hitung}) > 2.16 (F_{tabel}) / 0.000 < 0.10, maka H_0 diterima.

Dari hasil pengujian diatas maka H_0 diterima. Dengan kata lain Promosi, Kualitas, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

Model Summary

- Nilai R sebesar 0,673 menunjukkan bahwa korelasi antara variable dependen (Keputusan Pembelian) dengan variable independen yaitu, cukup kuat.
- Adjusted R Square* sebesar 0,406 berarti 40,6% variable dependen (Keputusan Pembelian) dapat dipengaruhi oleh Promosi, Kualitas, dan Harga.

ANOVA

Nilai F hitung yang diperoleh adalah 15,279 dengan tingkat *signifikansi* 0,000. Dengan probabilitas 0,000 atau lebih kecil dari 0,10 ($p < 0,10$) maka model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen (Promosi, Kualitas, dan Harga) terhadap variabel dependen

(Keputusan Pembelian).

Coefficient

Persamaan regresi Linier berganda yang diperoleh dari hasil perhitungan

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	515.673	3	171.891	15.279	.000 ^a
Residual	753.764	67	11.250		
Total	1269.437	70			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Ket :

Y = Keputusan Pembelian

a = - 4,410

$b_1 X_1$ = 0,368 X_1

$b_2 X_2$ = 0,487 X_2

$b_3 X_3$ = 0,324 X_3

$$Y = - 4,410 + 0,368X_1 - 0,487 X_2 + 0,324X_3$$

- Kostanta -4,410= Apabila tidak ada Promosi, Kualitas dan Harga, maka Keputusan Pembelian akan mengalami penurunan sebesar 4,410 satuan.
- Koefisien 0,368 X_1 = Apabila Promosi naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,368 satuan.
- Koefisien 0,487 X_2 = Apabila Kualitas naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,487 satuan.

- d) Koefisien $0,324X_3$ = Apabila Harga naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,324 satuan.

Signifikansi

Pada uji t masing-masing variabel, diketahui seluruh variabel adalah signifikan secara *statistic*. Probabilitas masing-masing variabel lebih kecil daripada 0,10 ($p < 0,10$).

PEMBAHASAN

Pengujian dilakukan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh nyata masing-masing variabel independen yang diamati yaitu Promosi, Kualitas, Harga terhadap variabel dependen, Keputusan Pembelian.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan besarnya nilai probabilitas (*p-value*) masing-masing koefisien regresi variabel independen dibandingkan dengan tingkat signifikansi (α) yang dalam penelitian ini sebesar 10% atau 0,10.

Pengujian parsial dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda dengan tingkat kepercayaan 90%. Dengan dasar keputusan berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut :

- Jika (*p-value*) $> 0,10$ maka H_a ditolak.
- Jika (*p-value*) $< 0,10$ maka H_a diterima.

Pengujian pertama

H_{a1} = Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil *output* SPSS, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi variabel struktur aktiva

terhadap variabel dependen sebesar 0,071 yang lebih kecil dari pada 0,10. Hal ini berarti bahwa H_{a1} diterima dan Promosi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dikatakan bahwa Promosi memiliki koefisien regresi positif terhadap Keputusan Pembelian, yaitu sebesar nilai *Unstandardized Coefficients Beta* = 0,368. Nilai ini berarti apabila Promosi naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,368 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, maka dapat dikatakan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Pengujian kedua

H_{a2} = Kualitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil *output* SPSS, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi variabel Ukuran Perusahaan terhadap variabel dependen sebesar 0,004, yang lebih kecil daripada 0,10. Hal ini berarti bahwa H_{a2} diterima dan Kualitas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dikatakan bahwa Kualitas memiliki koefisien regresi positif terhadap Keputusan Pembelian, yaitu sebesar nilai *Unstandardized Coefficients Beta* = - 0,487. Nilai ini berarti apabila Kualitas naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,487 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap

konstan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Pengujian ketiga

H_{a3} = Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil *output* SPSS, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi variabel Harga terhadap variabel dependen sebesar 0,098, yang lebih kecil daripada 0,10. Hal ini berarti bahwa H_{a3} diterima dan Harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dikatakan bahwa Harga memiliki koefisien regresi positif terhadap Keputusan Pembelian, yaitu sebesar nilai *Unstandardized Coefficients Beta* = 0,324. Nilai ini berarti apabila Harga naik sebanyak 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,324 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan *Unstandardized Coefficients Beta* = 0,324 menunjukkan hubungan positif antara Harga dengan Keputusan Pembelian dan hasil ini tidak mendukung Keputusan pembelian. Karena jika perusahaan tersebut menaikkan harga itu akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel yang mana dalam penelitian ini variabel yang diteliti ialah Promosi, Kualitas, dan Harga terhadap keputusan pembelian pada

Toko ONeJaya77 Busana di Bandar Lampung.

Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen, ini terbukti pada variabel promosi, kualitas dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Toko ONeJaya77 Busana Bandar Lampung.

Tetapi ada satu variabel yang menurut konsumen, dari ke tiga variabel independen tersebut konsumen menganggap bahwa harga lah yang menjadikan dasar yang paling kuat dalam pengambilan keputusan pembelian pada Toko ONeJaya77 Busana Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Asri, Marwan. 1991. *Marketing*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN.
- Fahmi, Irham. 2011. *Manajemen Pengambilan Keputusan: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13 (Tiga Belas), Jilid 1 (Satu). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- M. Mursid, 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rambat Lupiyoadi dan A.Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*.

Jakarta: Salemba Empat.

Siswanto. 2013. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Soewadji. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Mitra Wacana Media.

Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar - Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS

(Center Of Academic Publishing Servis).

Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisa.

Yevis, Marty Oesman. 2010. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency: Kasus Pada Pemasaran Shopping Center*. Bandung: Alfabeta.

HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PD. RABINDO TAMA SERANG BANTEN

Ende¹

ende.binabangsa@ac.id

Nurul Hidayat²

hidayat@gmail.com

Universitas Bina Bangsa¹⁻²

ABSTACT

The development of the times is certainly influenced by the increase in the human population so that the need for clothing, food and shelter increases. The need for boards is especially important because it is in line with the increasing demand for building materials or materials. This study aims to examine the effect of price and service quality with purchasing decisions on PD. Rabindo Tama Serang Banten. By using a descriptive analytical approach which is a quantitative research. Total population of all who have become consumers of PD. Rabindo Tama and took 66 research samples. The main problems and objectives formulated in the Purchasing Decision (Y) research through Price (X1) and Service Quality (X2) at PD. Rabindo Tama Serang Banten, then the method of this research is descriptive analytical method that is looking at the causal relationship. Based on the research analysis, the coefficient of determination (R^2) = 72.4%. The results of the partial test are X1 variables of 6.755 and X2 of 4.266, which is greater than ttable of 1.99773 and the value of sig. < 0.05. The results of the study simultaneously obtained the results of $F_{count} = 82.435 > F_{table} = 3.14$. Based on the results of the study, it can be concluded that the effect of the variable price and service quality partially and simultaneously on purchasing decisions has a significant and positive effect.

Keywords: Price, Service Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Perkembangan zaman tentunya dipengaruhi dengan bertambahnya populasi manusia sehingga kebutuhan akan sandang pangan dan papanpun meningkat. Kebutuhan papan terutama menjadi hal yang sangat penting oleh karena itu sejalan dengan kebutuhan bahan bangunan atau material yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh antara Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif analistik yang merupakan penelitian kuantitatif. Jumlah populasi semua yang telah menjadi konsumen PD. Rabindo Tama dan mengambil sampel penelitian berjumlah 66 orang. Pokok masalah dan tujuan yang dirumuskan dalam penelitian Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten, maka metode penelitian ini adalah metode deskriptif analistik yaitu melihat hubungan sebab akibat. Berdasarkan analisis penelitian didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2)=72,4%. Hasil uji parsial yaitu variabel X_1 sebesar 6,755 dan X_2 sebesar 4,266 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,99773 dan nilai sig. < 0,05. Hasil penelitian secara simultan mendapatkan hasil $F_{hitung} = 82,435 > F_{tabel} = 3,14$. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang signifikan dan positif.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

PD. Rabindo Tama adalah perusahaan yang terletak di Kecamatan Lebakwangi Kabupaten Serang Banten, Toko bangunan ini berdiri pada tahun 2018. Sejak berdirinya PD. Rabindo Tama ini membantu masyarakat yang sibuk bekerja untuk memudahkan dalam mendapatkan bahan barang material. Adapun bahan dan alat bangunan yang dijual antara lain: semen, pasir, besi, batu, perlengkapan cat, perlengkapan aksesoris rumah, dan lain-lain.

Berdasarkan data perusahaan, pada bulan Maret, April dan Mei tahun 2021 pendapatan hasil penjualan hanya sampai setengah dari target yang ditetapkan perusahaan, penurunan penjualan terjadi sangat signifikan, hal ini tidak terlepas dari kondisi dan situasi yang tidak memungkinkan terkait adanya wabah pandemi Covid-19 dan kurangnya pelayanan serta tidak adanya harga yang di promosikan. Dari hasil observasi peneliti bahwa kualitas pelayanan PB. Rabindo Tama kurang diperhatikan terlihat dari konsumen yang datang dan sedang kebingungan, karyawan tidak cepat tanggap atau menanyakan apakah perlu bantuan mengenai tujuan konsumen dan memberi perhatian yang responsif ketika konsumen datang. Kualitas pelayanan suatu perusahaan dagang yang cepat dan tanggap akan kebutuhan konsumen atau calon konsumen menjadi suatu keharusan yang dilakukan untuk dapat mempengaruhi dalam tingkat penjualan suatu produk dagang. Dengan melakukan pelayanan yang baik dan optimal kepada konsumen dapat menciptakan kenyamanan dalam proses pembelian atau transaksi yang sedang berlangsung, juga dapat mempengaruhi secara tidak langsung terhadap psikologi konsumen untuk dapat melakukan keputusan pembelian produk pada perusahaan tersebut. Sehingga yang diharapkan perusahaan adalah tingkat penjualan produk dan konsumen pun meningkat.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang harga dan kualitas pelayanan yang di miliki

oleh suatu usaha bahan material dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PD. Rabindo Tama Serang Banten”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan proses. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli (Alma, 2017).

Tinjauan pustaka memuat referensi literatur dari buku/riset sebelumnya yang terkait dengan penelitian dan pengembangan hipotesis.

Beberapa indikator mengenai keputusan pembelian diantaranya:

1. Kebutuhan yang dirasakan

Ketika konsumen datang untuk memutuskan pembelian suatu barang dipengaruhi oleh jenis kebutuhan yang diperlukan untuk mempunyai manfaat yang dirasakan.

2. Kegiatan sebelum membeli

Adapun kegiatan sebelum melakukan pembelian menjadi salah satu indikator kebutuhan apa saja yang akan diperlukan. Contoh membangun rumah maka bahan yang dibutuhkan sebelum membangun diantaranya seperti semen, pasir, batu, besi dan lain-lain.

3. Perilaku waktu memakai

Konsumen setelah membeli merasa cocok terhadap penggunaan barang tersebut.

4. Perilaku pasca pembelian

Ketika konsumen cocok dan nyaman menggunakan barang yang sudah membeli maka akan cenderung datang kembali untuk membeli barang yang sama.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, disamping itu harga merupakan unsur yang paling fleksibel yang artinya dapat diubah dengan cepat.

Menurut Tjiptono dan Chandra, harga adalah jumlah uang (satuan *moneter*) dan/atau aspek lain (*nonmoneter*) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk (Tjiptono & Chandra, 2016). Adapun indikator dalam penetapan harga sebagai berikut (Susanto, 2018):

1. **Personal**
Pribadi seseorang memandang suatu barang atas kemampuan membeli suatu barang tersebut.
2. **Produk**
Unsur yang dapat mempengaruhi suatu tingkatan harga. Apabila produk berkualitas dan susah didapat biasanya harganya yang ditawarkan pun tinggi.
3. **Lingkungan**
Unsur ini mempengaruhi suatu kondisi geografis tempat dimana barang itu dijual. Berpengaruh juga pada harga yang ditawarkan.

Dengan mengingat dan menelaah ketiga faktor tersebut akan memudahkan penggalan indikator yang akan dipakai pada setiap kasus yang akan dihadapi.

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya. Pelayanan yang perusahaan berikan harus memperhatikan kualitas standar yang diberikan kepada pelanggan bahkan harus melebihi ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat diperoleh dengan mudah oleh perusahaan, karena itu dapat membuat para pelanggan bertahan menggunakan jasa perusahaan (Rohaeni & Marwa, 2018). Evaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan lima dimensi adalah sebagai berikut (Lestari, 2018):

1. **Tangibles** (bukti langsung), yaitu besarnya kemampuan satu pihak dalam memberikan *service* kepada pihak eksternal.

Performance dan daya kekuatan dalam memberikan berbagai fasilitas dan bentuk nyata dari perusahaan serta kehidupan disekitarnya adalah bukti nyata dari *service* yang diberikan.

2. **Reliability** (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. **Responsiveness** (daya tangkap), yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. **Assurance** (jaminan), adalah pengetahuan yang harus dimiliki pegawai untuk menumbuhkan ketergantungan para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang mencoba melakukan pengukuran yang akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini, atau sikap. Selain itu, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka maka dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data (Ende & Affandi, 2019).

Populasi pada dasarnya bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dari Barbara G. Tabachnick dan Linda S. Fidell menghitung sampel berdasarkan jumlah variabel independen (variabel bebas), yakni dengan dua alternatif rumus sesuai dengan tujuan atau hipotesis penelitian.

Apabila jumlah independen variabel lebih dari satu buah, rumus perhitungan sampel simultan adalah

$$N \geq 50 + 8m$$

N = jumlah sampel

50 = angka konstanta dari rumus tersebut

m = jumlah variabel independen

maka, $N = 50 + (8 \times 2) = 66$ responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) nilai t_{hitung} sebesar 6,755 dan t_{tabel} sebesar 1,99773 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis pertama diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,46 atau 46%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1) memberikan kontribusi sebesar 46% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten.

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) nilai t_{hitung} sebesar 4,266 dan t_{tabel} sebesar 1,99773 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis kedua diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi pengaruh X_2 terhadap Y adalah 0,264 atau 26,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan kontribusi sebesar 26,4% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten.

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) nilai F_{hitung} sebesar 82,435 dan F_{tabel} sebesar 3,14 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh

signifikan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Selanjutnya berdasarkan nilai koefisien determinasi dilihat dari *R Square* sebesar 0,724 atau $0,724 \times 100\%$ adalah 72,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) memberikan kontribusi sebesar 72,4% terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PD. Rabindo Tama Serang Banten, sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden tanpa syarat dan imbalan apapun, dengan demikian kemampuan responden untuk mengungkapkan keadaan pribadi dan proses yang sebenarnya tidak ada jaminan akan kebenaran dan kejujuran jawaban.
2. Penelitian ini hanya pada variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Keterbatasan pengetahuan, penulisan, dan data-data pendukung lainnya sehingga tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan atau kesalahan baik dalam materi, bahasa, penulisan maupun hasil analisis.
4. Data yang didapatkan pada waktu penelitian digunakan dalam melakukan penelitian ada kemungkinan perubahan-perubahan di kemudian hari baik jumlah responden ataupun keadaan geografik perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada PD. Rabindo Tama Serang Banten. Oleh karena itu, berdasarkan pada kesimpulan, maka saran dari peneliti sebagai berikut:

Aspek harga dimana masih diperlukannya survey lebih lanjut mengenai harga produk dari distributor, pimpinan atau atasan PD. Rabindo Serang Banten perlu memperhatikan Kualitas Pelayanan pegawainya, dengan cara melakukan perhatian lebih terhadap kesejahteraan pegawainya. Selalu memberikan informasi yang bermanfaat bagi pegawai terkait produk.

Bagi para peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk lebih memperdalam lagi penelitiannya dengan cara mempertajam pemahaman melalui literature literatur yang lebih lengkap. Selain itu, seperti yang terlihat dari hasil yang ada, maka bila ada penulisan berikut yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis, dapat melihat faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arfah, Yenni. (2022) *Keputusan Pembelian (Monograf)*. Tebing Tinggi: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Ende, dan Naufal Affandi. (2019) *Metodologi Penelitian (Konsep dan Penerapan Aplikasi Statistik)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Fauji, Ade. (2020). *Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif (Konsep & Model dengan aplikasi SPSS 26)*. Serang : CV. AA. Rizky.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran, (Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan)*. Jakarta.
- Kotler, Phillip and Gary A. (2015). *Dasar Dasar Pemasaran Edisi kesembilan, Jilid 2, (alih bahasa, Alexander Sindoro)* Jakarta: PT. Indeks.
- Enny, 2020, Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang pada Penjualan Produk Gamis Afifathin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, September 2020, 1.
- Fibria Anggraini Puji Lestari, Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio _ekons*, Jakarta, 2018, 181.
- Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2,Bandung, 2018, 312.
- Heri, 2018, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Jl. Glagahsari No.62 Yogyakarta), *Jurnal Ekobis Dewantara*, April 2018 Vol. 1 No 4, 73.
- Jackson R.S. Weenas, 2018, Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta, *Jurnal EMBA*, Maret 2022, Vol.1 Nomer.4, 607.
- Jaka Atmaja, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1, Jakarta, 50.
- Kanisius Waro Wanda, 2015. Pengaruh Harga Dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda, *eJournal Ilmu administrasi Bisnis*, Vol. No.3, 760.
- Swastha, 2010, Analisa dan Perilaku Konsumen, *Manajemen Pemasaran*, BFFE UGM, Yogyakarta, Juli 2010.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3* ,Yogyakarta: Andi.

**PENGARUH INTENSITAS ASET TETAP, TINGKAT HUTANG,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL DAN PROFITABILITAS TERHADAP TARIF
PAJAK EFEKTIF**

Afrida¹

afrida.rida27@gmail.com

Mohamad Husni²

mohamadhusni06@gmail.com

Muhammad Angga Anggriawan³

muhammadanggaanggriawan@gmail.com

Universitas Bina Bangsa¹⁻³

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of fixed asset intensity, debt level, managerial ownership and profitability on the effective tax rate. This population is food and beverage sub- sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. Sample selection using purposive sampling method. The results of the final sample of 12 companies from a population of 33 companies. The analytical tool used in this study is multiple regression analysis using IBM SPSS Statistic Version 25. The results of this study indicate that the intensity of fixed assets has a significant negative effect on the effective tax rate, the level of debt has a significant positive effect on the effective tax rate, managerial ownership has a significant negative effect on the effective tax rate. Effective tax rates and profitability have a significant negative effect on effective tax rates and profitability.

Keywords— *Fixed asset intensity, debt level, managerial ownership, profitability and effective tax rate*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas aset tetap, tingkat hutang, kepemilikan manajerial dan profitabilitas terhadap tarif pajak efektif. Populasi ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2021. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil sampel akhir sebanyak 12 perusahaan dari populasi sebanyak 33 perusahaan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda menggunakan IBM SPSS *Statistic Version 25*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif, tingkat hutang berpengaruh positif signifikan terhadap tarif pajak efektif, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif.

Kata Kunci— *Intensitas aset tetap, Tingkat hutang, Kepemilikan manajerial, Profitabilitas dan Tarif pajak efektif*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan mengatakan, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara. Tarif pajak efektif membantu pembayar pajak mengetahui bagian mana dari pendapatan mereka yang sebenarnya mereka bayar untuk pajak mereka. Fenomena yang terjadi meskipun pemerintah telah mengurangi insentif pajak bagi dunia usaha, menunjukkan bahwa masih ada perusahaan di Indonesia yang berusaha menghindari.

Data terkini menunjukkan bahwa penerimaan pajak selama tahun 2017- 2020 tidak mencapai target. Penerimaan tersebut tercatat pada tahun 2020 sebesar 89,4% dari target Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN). Ini menunjukkan bahwa penerimaan pendapatan dari sektor pajak tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Tarif pajak efektif (*Effective Tax Rate*) adalah Jumlah pajak dihitung dari dasar pengenaan pajak dikalikan dengan tarif pajak saat ini. Tarif pajak yang berlaku adalah tarif pajak yang tidak ditetapkan oleh pemerintah dalam peraturan perpajakan dan penerapan efektif perusahaan dalam mengelola beban pajak dengan membandingkan beban pajak dengan total laba bersih. Semakin rendah persentase ETR, semakin baik perusahaan melakukan manajemen pajak yang efektif (Putri & Lautanta, 2017). Menurut Indradi & Setyahadi (2019) menjelaskan bahwa tarif pajak efektif adalah perbandingan antara pembayaran beban pajak dan laba sebelum pajak perusahaan. Tarif pajak efektif dapat mewakili efisiensi pembayaran pajak perusahaan. Pembuat kebijakan dan

pihak-pihak yang berkepentingan juga menggunakan tarif pajak efektif sebagai tolak ukur dalam merumuskan kebijakan terkait administrasi perpajakan perusahaan. Upaya pemerintah dalam mengupayakan optimalnya penerimaan pajak masih saja menemui kendala. Namun kendala yang paling besar berasal dari internal perusahaan, seperti beberapa diantaranya intensitas aset tetap, tingkat hutang, kepemilikan manajerial dan profitabilitas.

Menurut Prakoso (2018) Intensitas aset tetap adalah bagian dimana aktiva tetap mempunyai rekening bagi perusahaan untuk menambah biaya, khususnya beban penyusutan aktiva tetap yang dikeluarkan sebagai pengurang pendapatan, semakin besar aktiva tetap maka semakin kecil laba yang dihasilkan, jatuh tempo. Biaya penyusutan aset tetap dapat mengurangi pendapatan. Pemilihan investasi dalam aset tetap yang berhubungan dengan pajak dilakukan dalam hal penyusutan. Perusahaan yang memutuskan untuk berinvestasi dalam aset tetap dapat merealisasikan biaya penyusutan yang dapat dikurangkan dari pendapatan atau dikurangkan dari pengeluaran. Alokasi biaya yang dapat dikurangkan dapat mengurangi laba kena pajak dari bisnis, yang akan mengurangi biaya pajak penghasilan badan yang terutang.

Faktor lain yang mempengaruhi tarif pajak efektif adalah tingkat hutang Utang dalam perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rasio *leverage* atau tingkat utang dalam perusahaan. Menurut (Kasmir, 2014) *Leverage* adalah cara mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang, yaitu jumlah hutang yang dikeluarkan perusahaan relatif terhadap asetnya. Jika perusahaan memiliki hutang yang cukup besar, maka kewajiban pajak juga akan berkurang. Artinya peningkatan kewajiban perusahaan akan mempengaruhi besarnya laba yang

dihasilkan. Manajemen perusahaan harus mampu mengelola utang-utang perusahaan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan menghindari kerugian akibat utang.

Faktor lain yang mempengaruhi tarif pajak efektif adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan manajerial adalah pemegang saham manajemen yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan di perusahaan, seperti direktur dan komisaris. Dalam hal ini, manajemen sebagai pemilik usaha berperan serta secara aktif dalam pengambilan keputusan dalam suatu usaha (Manurung, 2015).

Faktor terakhir di penelitian ini yang dapat mempengaruhi tarif pajak efektif adalah profitabilitas, profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan keberhasilan Perusahaan dalam menggunakan asetnya. Rasio ini menggunakan neraca dan data laba rugi (Sunyoto, 2016).

METODE PENELITIAN.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan variabel intensitas aset tetap, tingkat hutang, kepemilikan manajerial dan profitabilitas (www.idx.co.id) periode 2017-2021 yang terdiri dari 33 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dan diperoleh 12 perusahaan sehingga unit analisis yang digunakan sebanyak 60 unit analisis.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi. Data berupa *annual report* perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Effective Tax Rate dapat di hitung dari total beban pajak penghasilan (beban pajak kini

ditambah dengan beban pajak tangguhan) dibagi dengan laba sebelum pajak. (Rodriguez & Arias, 2012) dan (Ardyansyah, 2014)

menjelaskan seberapa besar perusahaan melakukan investasi pada aset (Fachrina, 2018). *Capital intensity ratio* dirumuskan

$$CIR = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar maupun utang tidak lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang (Kasmir, 2015).

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

kepemilikan manajerial adalah tingkat kepemilikan oleh manajemen untuk berpartisipasi aktif dalam pengambilan keputusan. Ukuran ini diperoleh dari persentase besar saham yang dimiliki oleh manajemen pada akhir tahun yang disajikan sebagai persentase. Kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan pemegang saham dengan kepentingan manajer, karena manajer secara langsung merasakan manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer menanggung risiko jika terjadi kerugian karena keputusan yang salah (Bernandhi, 2013)

Jumlah Saham yang dimiliki manajemen

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham yang dimiliki manajemen}}{\text{Jumlah Saham yang beredar}} \times 100\%$$

Jumlah saham yang beredar

Menurut Kasmir (2015) *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

ETR = $\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$
Laba Setelah Pajak
ROA = $\frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$

Capital intensity atau intensitas modal menggambarkan seberapa besar kekayaan perusahaan yang diinvestasikan dalam bentuk aset tetap. *Capital intensity*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari statistik deskriptif variabel intensitas aset tetap, tingkat

Tabel 2. Hasil Regresi Linear Berganda

Konstanta sebesar +42.126 hutang, kepemilikan manajerial dan profitabilitas.

Tabel 1. Hasil Pengujian Descriptive Statistics

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	42.12	5.144
	CIR	-.379	.083
	DER	.188	.079
	KM	-.112	.031
	ROA	-.395	.160

Dari 60 data tersebut variabel Tarif Pajak Efektif yang menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 27.493 dengan standar

menunjukkan bahwa variabel independen dianggap konstan maka tarif pajak efektif mengalami peningkatan sebesar 42.126.

B1 sebesar -0.379 menunjukkan bahwa setiap kenaikan intensitas aset tetap maka diikuti oleh penurunan tarif pajak sebesar 0.379 deviasi 8.939. Nilai minimum tarif pajak efektif sebesar 3.20 dan nilai maksimum sebesar 48.46.

Variabel Intensitas Aset Tetap yang menggunakan *Capital Intensity Ratio* (CIR) menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 34.920 dengan standar deviasi 12.652. Nilai minimum intensitas aset tetap sebesar 12.01 dan nilai maksimum sebesar 63.407.

Variabel Tingkat Hutang yang menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR) menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 37.711 dengan standar deviasi 13.287. Nilai minimum Tingkat Hutang sebesar 14.06 dan nilai maksimum sebesar 63.85.

Variabel Kepemilikan Manajerial (KM) menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 30.460 dengan standar deviasi 35.179. Nilai minimum kepemilikan manajerial sebesar 0.02 dan nilai maksimum sebesar 91.52.

Variabel Profitabilitas yang menggunakan *Return On Assets* (ROA) menunjukkan nilai *mean* (rata-rata) sebesar 12.902 dengan standar deviasi 6.573. Nilai minimum profitabilitas sebesar 1.27 dan nilai maksimum sebesar 26.68.

B2 sebesar 0.188 menunjukkan bahwa setiap kenaikan tingkat hutang maka diikuti oleh peningkatan tarif pajak sebesar 0.188

B3 sebesar -0.112 menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepemilikan manajerial maka diikuti oleh penurunan tarif pajak sebesar 0.112

B4 sebesar -0.395 menunjukkan bahwa setiap kenaikan profitabilitas maka diikuti oleh penurunan tarif pajak sebesar 0.395

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R
1	.41 ^a	.173	.112	

Berdasarkan tabel 3 di atas diketahui nilai R square adalah 0,173. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Intensitas Aset Tetap (X1), Tingkat Hutang (X2), Kepemilikan Manajerial (X3) dan Profitabilitas (X4) terhadap tarif pajak efektif (Y) secara simultan sebesar 17,3% sedangkan sisanya sebesar 82,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar regresi ini atau variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	8.189	.000
	CIR	-4.537	.000
	DER	2.376	.021
	KM	-3.635	.001
	ROA	-2.471	.017

Intesitas aset tetap berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Intensitas Aset tetap (CIR) memilki nilai $t_{hitung} -4.537 < t_{tabel} -2.004$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi Intensitas Aset Tetap berpengaruh negatif terhadap Tarif Pajak Efektif pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aset tetap berpengaruh terhadap tarif pajak efektif. Artinya semakin tinggi aset tetap

yang dimiliki oleh perusahaan, maka kemungkinan semakin tinggi pula perusahaan melakukan manajemen pajak. Perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar, akan membayar pajak yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang memiliki aset tetap yang kecil, hal ini dikarenakan kepemilikan aset tetap yang besar akan menimbulkan biaya penyusutan yang besar pula. Sesuai dengan Pasal 11 Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) yang memperbolehkan biaya penyusutan sebagai pengurang biaya fiskal yang akan mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan perusahaan. Hal ini lah yang mendorong manajemen untuk melakukan manajemen pajak melalui peningkatan intensitas aset tetap.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saragih, dkk (2022) menyatakan aset tetap terdapat pos bagi perusahaan untuk menambahkan beban yaitu beban penyusutan yang ditimbulkan oleh aset tetap sebagai pengurang penghasilan dengan demikian semakin tingginya intensitas aset tetap maka semakin berkurang tarif pajak efektif. Maka membuktikan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh negatif terhadap tarif pajak efektif (ETR). Namun hasil ini berbeda dengan Dayanti, dkk (2021) yang menyatakan bahwa intensitas aset tetap tidak berpengaruh terhadap tarif pajak efektif.

Tingkat hutang berpengaruh positif signifikan terhadap tarif pajak efektif

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Tingkat Hutang (DAR) memilki nilai $t_{hitung} 2.376 > t_{tabel} 2.004$ dan nilai signifikansi $0.021 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi Tingkat Hutang berpengaruh positif terhadap Tarif Pajak Efektif pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2021.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan utang yang diperolehnya untuk keperluan investasi, sehingga pendapatannya adalah pendapatan diluar usaha. Jadi, semakin tinggi utang yang dimiliki perusahaan, maka semakin rendah pula beban pajak yang diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erawati, dkk (2019) menyatakan dengan adanya utang, akan menimbulkan biaya bunga yang akan menjadi pengurang penghasilan bagi perusahaan sehingga pajak yang dikenakan juga akan rendah. Maka membuktikan bahwa tingkat hutang berpengaruh positif terhadap tarif pajak efektif (ETR). Namun hasil ini berbeda dengan Dayanti, dkk (2021) yang menyatakan bahwa tingkat hutang tidak berpengaruh terhadap tarif pajak efektif.

Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Kepemilikan Manajerial (KM) memiliki nilai $t_{hitung} -3.635 < t_{tabel} -2.004$ dan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Tarif Pajak Efektif pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2021.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika dalam struktur kepemilikan perusahaan dimiliki oleh kepemilikan manajerial, maka manajer akan berupaya untuk mengambil langkah-langkah untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan selama beberapa tahun ketika kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan tinggi maka manajer cenderung akan mengurangi usahanya untuk memaksimalkan nilai

perusahaan dan mendorong untuk memanipulasi laba termasuk meningkatkan laba dan menurunkan beban pajak. Semakin tinggi kepemilikan manajerial yang dimiliki perusahaan maka Tarif Pajak Efektif rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Musyarrofah, dkk (2017) menyatakan semakin tinggi kepemilikan manajerial maka akan semakin kecil *effective tax rate* diterima. Maka membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap tarif pajak efektif (ETR). Namun hasil ini berbeda dengan Syamsuddin & Suryarini (2021) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap tarif pajak efektif.

Profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Profitabilitas (ROA) memiliki nilai $t_{hitung} -2.471 < t_{tabel} -2.004$ dan nilai signifikansi $0.017 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi Profitabilitas berpengaruh negative terhadap Tarif Pajak Efektif pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017- 2021.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan performa keuangan tersebut bagus. Selain untuk mendapatkan laba bersih tersebut dapat memikat para investor untuk berinvestasi pada perusahaan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan keuntungan dari adanya insentif pajak dan pengurang pajak yang lain yang dapat menyebabkan tarif pajak efektif perusahaan menjadi lebih rendah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dayanti, dkk (2021) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi justru memiliki

beban pajak yang rendah. Maka membuktikan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap tarif pajak efektif (ETR). Namun hasil ini berbeda dengan Susilawaty (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tarif pajak efektif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas aset tetap berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif semakin tinggi aset tetap yang dimiliki oleh perusahaan, maka kemungkinan semakin tinggi pula perusahaan melakukan manajemen pajak. Perusahaan yang memiliki aset tetap yang besar, akan membayar pajak yang lebih rendah dibandingkan perusahaan yang memiliki aset tetap yang kecil, hal ini dikarenakan kepemilikan aset tetap yang besar akan menimbulkan biaya penyusutan yang besar pula, tingkat hutang berpengaruh positif signifikan terhadap tarif pajak efektif perusahaan menggunakan utang yang diperolehnya untuk keperluan investasi, sehingga pendapatannya adalah pendapatan diluar usaha. Jadi, semakin tinggi utang yang dimiliki perusahaan, maka semakin rendah pula beban pajak yang diterima., kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif jika dalam struktur kepemilikan perusahaan dimiliki oleh kepemilikan manajerial, maka manajer akan berupaya untuk mengambil langkah-langkah untuk mengurangi kewajiban pajak perusahaan selama beberapa tahun ketika kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan tinggi maka manajer cenderung akan mengurangi usahanya untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan mendorong untuk memanipulasi laba termasuk meningkatkan laba dan menurunkan beban pajak dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap tarif pajak efektif perusahaan yang memiliki

laba tinggi menunjukkan performa keuangan tersebut bagus. Selain untuk mendapatkan laba bersih tersebut dapat memikat para investor untuk berinvestasi pada perusahaan sehingga perusahaan dapat memanfaatkan keuntungan dari adanya insentif pajak dan pengurang pajak yang lain yang dapat menyebabkan tarif pajak efektif perusahaan menjadi lebih rendah..

SARAN

Bagi Peneliti Selanjutnya.

1. Untuk peneliti yang akan dilakukan selanjutnya diharapkan untuk mengkaji atau meneliti kembali seluruh aspek seperti Intensitas Aset Tetap, Tingkat hutang, Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas serta menambahkan variabel independen lainnya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah sampel perusahaan baik menambahkan subsektor maupun menambahkan tahun periode agar memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat terkait Tarif Pajak Efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sartono. 2018, *Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi, Edisi Empat*, BPFE (Yogyakarta: BPFE)
- Akashainternasional, 'Akashainternasional' Atawaman & Rita J.D, 2011, *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Praktik Perataan Laba Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Manufaktur Pada Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Jurnal Ilmu Ekonomi.
- Christian & Wacana. 2018, *Bab 3 Metode Penelitian Pengertian ETR Menurut Frank*.
- Dayanti, dkk. 2021, *Pengaruh Intensitas Aset Tetap, Tingkat Hutang, Dan Profitabilitas Terhadap Tarif Pajak Efektif*, Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Vol.2. No.2,

- h 302– 14.
- Efendi, 2009, *The Power Of Good Corporate Governance (Teori Implementasi)*, (jakarta: Salemba Em).
- Eva & Lailatu. 2017, *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Dan Size Terhadap Cash Effective Tax Rate*, Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, Vol.6. No.9, h 1–16.
- Fakhrudin & Hendy. 2008, *Istilah Pasar Modal*, (jakarta: Gramedia).
- Gozali, Imam. 2018, *Aplikasi Analisis Multivriate dengan Program IBM SPSS 25*, Edisi 9. (Semarang: Universitas Diponegoro).
- Hanafi, M.M & A. Halim, 2012 *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: STIM YKPN).
- Hariyanto & Juniarti. 2014, *Pengaruh Family Control, Firm Risk. Firm Size, Dan Firm Age Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Keuangan*, Business Accounting Review, h 141–50.
- Hatami, dkk. 2017, *PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP TAX AVOIDANCE*, Neuropsychology, Vol.3.No.8. h 85–102
- Hernowo, Sulistio. 2013, *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, Dan Tingkat Utang Terhadap Penghindaran Pajak*
- Indradi. 2019, *PENGARUH TRANSAKSI HUBUNGAN ISTIMEWA TERHADAP TARIF PAJAK EFEKTIF DENGAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL MODERATING*, Vol.2.No.3.
- Irfan, Fahmi. 2017, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung : Alfabeta).
- landolf. 2006, *Tax and Corporate Responsibility*, Internasional Tax Review, Vol.7.No.8.
- Lisna, Christiani & Vinola, Herawaly. 2019, *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), h 2352.
- Mayangsari. 2018, *Analisis Penerapan PSAK No.16 Dalam Perlakuan Akuntansi Aset Tetap Perusahaan Studi Kasus Pada CV.Bangun Perkasa Furniture*, Jurnal Ilmiah AkuntansiKesatuan, Vol.6.No.16, h 10
- Maynabila. 2021, *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TARIF PAJAK EFEKTIF*, in Skripsi.
- Money, duck. 2022 *Pengertian Debt to Asset Ratio (DAR) Dan Cara Menghitungnya*, Web, <<https://moneyduck.com/id/articles/1326-pengertian-debt-to-asset-ratio-dar-dan-cara-menghitungnya/>>
- Muhammad. 2017, *Pengaruh Leverage, Size, Profitabilitas, Intensitas Aset Tetap, Dan Intensitas Persediaan Terhadap Tarif Pajak Efektif Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016*, Skripsi, h 31–48
- Otto, Budihardjo. 2021, *Masih Tetap, Tarif Pajak Penghasilan Badan 22% Tahun Pajak 2022*, <<https://www.konsultanpajak-surabaya.com/masih-tetap-tarif-pajak-penghasilan-badan-22-untuk-tahun-2022.>>
- Putri & Lestari. 2016, *PENGARUH CAPITAL INTENSITY RATIO, INVENTORY INTENSITY RATIO, OWNERSHIP STRUCUTRE DAN PROFITABILITY TERHADAP EFFECTIVE TAX RATE (ETR)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), Vol.1.No.1, h

- 1 Putri, K., R. Surya, and R. Hanif. 2017, *Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Rasio Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Tarif Pajak Efektif (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankanyang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013- 2015)*, Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau, Vol.4.No.1, h 1501–15
- Richard. 2013, *Woman Directors and Corporat Social Responsibility*, (EJBO, 2013).
- S. Mulyani. 2014, *Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Koneksi Politik Dan Reformasi Perpajakan Terhadap Penghindaran Pajak*, Jurnal Mahasiswa Perpajakan Universitas Brawijaya, Vol.1.No.2, h. 1-9.
- Serli. 2021, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tingkat Hutang, Profitabilitas Perusahaan, Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019*.
- Subekti, Wibowo. 2022, *Tarif Pajak PPh Pasal 25/29 Untuk Waji Pajak Badan*,
<https://www.wibowopajak.com/2012/02/tarif-pajak-pph-pasal-2529-untuk-wajib_08.html?m=1>
- Sugiono. 2014, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. (Bandung : Cv. alfabeta: Cetakan Ketujuh).
- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta).
- Syamsuddin, dkk. 2020, *Analisis Pengaruh Intensitas Modal, Intensitas Persediaan, Komisaris Independen Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap ETR*, Jurnal Penelitan Ekonomi Dan Bisnis, Vol.5.No.1, h 52–65
- <<https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.2707>>
- Teguh, dkk. 2019, *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Tingkat Hutang, ROA, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Tarif Pajak Efektif Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Dalam BEI*, Ilmiah Akuntansi Dan Humanika, Vol. 9 No.3 (2019), 247–55
- Waluno. 2014, *No Title Waluno, 2014, UU No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 1. Perpajakan Indonesia*, Buku IE Edisi 9, Jakarta : Salemba 4, h. 17
- Yuliana, dkk. 2018, *Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*, Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan, Vol.7.No.2, h 105–20
- Zakia, dkk. 2019, *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating*, E-Journal Riset Akuntansi, Vol.08. No.04, h 26–39.
- www.idx.co.id

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. FAJAR AGUNG PHARINDO
PROVINSI BANTEN**

Raga Aquino¹
Regasetya77@gmail.com
Universitas Banten
Asih Kurnianingsih²
Asihryanda9@gmail.com
Universitas Banten Jaya
Aepullah³
Aepullah1992@gmail.com
Universitas Banten

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction PT. Fajar Agung Pharindo, Banten Province. This type of research is explanatory, with the technique of collecting data through a questionnaire. The sampling technique used saturated sampling technique, the sample amounted to 80 people who are employees of PT. Fajar Agung Pharindo. The analytical method used in this research is quantitative data analysis.

From the results of hypothesis testing shows that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this research is product quality and service quality have a positive and significant impact on customer satisfaction at PT. Fajar Agung Pharindo either partially or simultaneously.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Fajar Agung Pharindo, Provinsi Banten. Jenis penelitian ini adalah explanatory, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh, sampel berjumlah 80 orang yang merupakan karyawan PT. Fajar Agung Pharindo. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif.

Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Fajar Agung Pharindo baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang kesehatan maka semakin tinggi juga kesadaran masyarakat dalam meningkatkan kesehatan. Obat merupakan komoditi utama yang digunakan manusia untuk menunjang kesehatannya. Begitu pentingnya obat dalam hidup manusia sehingga dalam pembuatannya pun obat harus memenuhi kriteria *efficacy*, *safety*, dan *quality*. Kriteria tersebut harus terpenuhi mulai dari pembuatan, pendistribusian hingga penyerahan obat ke tangan konsumen haruslah diperhatikan agar kualitas obat tersebut tetap terjaga sampai pada akhirnya obat tersebut dikonsumsi oleh pasien.

Perusahaan diharapkan menggunakan suatu strategi tertentu dimana itu dapat mengatasi pasar persaingan. Perusahaan bisa dikatakan sukses apabila berhasil memenangkan pasar persaingan dan mendapatkan konsumen dan mempertahankan konsumen. Syarat yang wajib dimiliki suatu perusahaan yaitu harus mampu memahami perilaku konsumennya apabila ingin mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Perusahaan yang mampu memasarkan produknya dengan baik dan mengerti akan permintaan konsumennya, maka perusahaan tersebut memiliki peluang yang cukup besar untuk memenangkan persaingan dunia usaha. Perusahaan dapat melakukan berbagai strategi salah satunya adalah meningkatkan Kualitas produk.

Kualitas produk adalah salah satu strategi dan upaya perusahaan untuk membuat

konsumen merasa puas dengan produk yang sudah dibeli, dengan meningkatkan kualitas produk yang membuat konsumen tetap setia membeli produk yang sama atau produk berbeda di perusahaan yang sama karena sudah merasa percaya dengan kualitas produk dari perusahaan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. kualitas pelayanan adalah suatu hasil yang dapat diciptakan dengan melakukan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan tidak bisa disimpan akan tetapi dapat dirasakan manfaatnya dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah tujuan utama bagi setiap perusahaan agar konsumen melakukan pembelian kembali, menciptakan loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3). Kepuasan konsumen adalah

tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Perusahaan yang menggunakan strategi yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam proses untuk kepuasan pelanggan adalah PT. Fajar Agung Pharindo. Produk yang di distribusikan oleh perusahaan PT. Fajar Agung Pharindo adalah Obat-obatan yang berasal dari beberapa *Principle* sebagai supplier yang tugasnya memenuhi estimasi dan kebutuhan para pelanggan PT. Fajar Agung Pharindo.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena bisnis pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas Produk di PT. Fajar Agung Pharindo?
2. Bagaimana kualitas pelayanan PT. Fajar Agung Pharindo?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo?
1. Berapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?
3. Berapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo?

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas Produk di PT. Fajar Agung Pharindo.
2. Untuk mengetahui kualitas Pelayanan di PT. Fajar Agung Pharindo.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Fajar Agung Pharindo.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas Produk adalah sebagai berikut, *“Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs”*.

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Kotler dan Armstrong (2015:253) mendefinisikan kualitas produk sebagai berikut, “*Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs*”.

Indikator Kualitas Produk

Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (kinerja)
2. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan)
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
4. *Durability* (daya tahan)
5. *Serviceability* (Kemudahan Melayani)

2. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut Menurut Wyock (dalam lovelock,1988) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014:268) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Indikator Kualitas Layanan

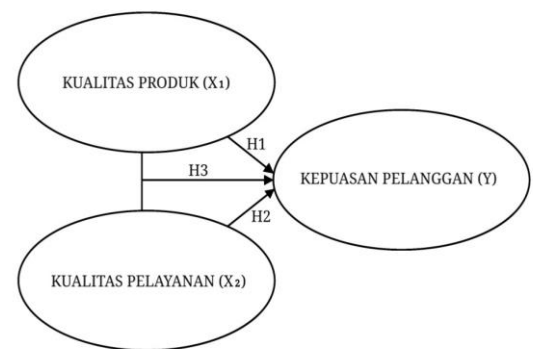
Fandy Tjiptono (2016:204) menjelaskan bahwa ada lima indikator kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan seperti berikut ini:

1. *Tangible* (Bukti Langsung)
2. *Reliability* (Keandalan)
3. *Responsiveness* (Kesiapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Emphaty* (Empati)

KERANGKA PENELITIAN

Adapun kerangka pemikiran yang berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan analisis terhadap bukti-bukti empiris dari penelitian terdahulu maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini disajikan dalam gambar berikut:

Gambar Model Penelitian



HIPOTESIS

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H2: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
H3: Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *kuantitatif research* yaitu peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas, yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Populasi menurut Sugiyono (2011), adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2010). Populasi yang menjadi analisa dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen dari bulan januari sampai juni yaitu sebanyak 410 konsumen. nasabah khusus yang berada di Provinsi Banten. Sedangkan sampel menggunakan rumus *slovin* hasilnya yaitu 80. Penelitian ini digunakan teknik analisis data dengan menggunakan SPSS 20 *for windows*.

ANALISIS DATA

Adapun hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini telah memenuhi uji persyaratan analisis linear berganda, dan sudah memenuhi persyaratan dengan telah di uji validitas dan reabilitasnya.

Hasil pengujian regresi berganda adalah sebagai berikut:

No	Variabel	Koefisien	t hitung	Sig
1	Kualitas produk(X1).	0,489	5,542	0.000
2.	Kualitas pelayanan (X2).	0,368	4,094	0,000

Hasil pengujian korelasi dan dterminasi adalah sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,749 ^a	,561	,549	1,756

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

sementara itu hasil Uji-T sebagai berikut antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Uji Parsial				
t _{hitung}	5,542	dan	Sig.	0,000
Keputusan : signifikan pada taraf kesalahan 5%				
Kesimpulan : X ₁ berpengaruh positif terhadap Y				

Sementara itu hasil Uji-T sebagai berikut antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Uji Parsial				
t _{hitung}	4,094	Dan	Sig.	0,000
Keputusan : signifikan pada taraf kesalahan 5%				
Kesimpulan : X ₁ berpengaruh positif terhadap Y				

Dan hasil Uji-F sebagai berikut

F	Sig.
49,152	,000 ^b

diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 49,152$ lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,72 ($49,152 > 2,72$) dan alpha hitung (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$). maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yaitu H1 yang menyatakan berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X_1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dapat diterima. H1 dibuktikan melalui analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen yang memiliki koefisien sebesar 0,489 menunjukkan pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan bisa meningkatkan kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo Provinsi Banten.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil temuan yaitu H2 yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dapat diterima. H2 dibuktikan melalui analisis jalur pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen Koefisien jalur sebesar 0,409 menunjukkan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen positif dan signifikan. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pada konsumen, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan bisa meningkatkan kepuasan konsumen PT. Fajar Agung Pharindo Provinsi Banten.

3. Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Hasil temuan yaitu H3 yang menyatakan pengaruh simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai koefisien positif dan signifikan yang berarti diterima. diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 49,152$ lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,72 ($49,152 > 2,72$) dan alpha hitung (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ($0,000 < 0,05$). maka H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk berpengaruh positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Anggraeni dan Sunarati (2016); Setyo (2017) dan Utami et al., (2016) menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Istantin (2015); Sigit dan Oktafani (2014); Krisdianti dan Sunartin (2019) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan “Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan” dapat diterima. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Yanto (2017); Sembiring et al., (2014) dan Bahar an Sjahrudin (2017) menyatakan bahwa yang

Secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kualitas produk yaitu mengenai tahun kadaluarsa yang lama. Hasil menunjukkan bahwa pelanggan merasa masa tahun kadaluarsa harus di diperhatikan jangan sampai tahun kadaluarsanya sudah dekat dijual pada pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kualitas pelayanan yaitu penampilan karyawan dan peralatan kerja lengkap. Di harapkan kualitas pelayanan di PT. Fajar Agung Pharindo memberikan kelengkapan pakaian yang seragam dan lain-lain.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa rata-rata item terendah pada variabel kepuasan pelanggan yaitu bersedia membayar lebih atas produk PT. Fajar Agung Pharindo, hal bahwa produk masih dirasakan mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2016): Manajemen Pemasaran. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Armstrong, Kotler, (2015): *"Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition"*, England: Person Education, Inc.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England: Pearson Education, Inc
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Athira Tjahya Utami, (2016): Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Bandung)". e-Proceeding of Management: Vol.3, No.1.
- Afriani bahar, (2015): Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. Jurnal Organisasi Dan Manajemen. Volume3(September,2015).
- Dita Putri Anggraeni, (2016): Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 37 No. 1.
- Dika Lambang Krisdianti, (2019): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 70 No. 1.
- Eswika Nilasari, (2015): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01.
- Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Inka Janita Sembiring, (2014): Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong, (2016): Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13.Jilid 1.Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition .New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Managemen, 15th Edition,Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga. SalembaEmpat: Jakarta.
- Mardalis, (2014): Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: BumiAksara.
- Purnomo Edwin Setyo, (2017): Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks". Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis

Volume 1, Nomor 6: 755 – 764.

- Reza Dimas Sigit ,(2014): Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Ifi Futsal Bandung). Universitas Telkom.
- Sugiyono, (2017): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta, CV.
- Sugiyono, (2016): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), Cetakan ke-8, Alfabeta Bandung
- Sugiyono, (2015): Metode Penelitian dan Pengembang (Research and Development/ R&D), Cetakan ke-1, AlfabetaBandung.
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran. IN MEDIA: Bogor.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2015. Pelanggan Puas ? Tak Cukup !. Andi. Yogyakarta.
- Tri Yanto, (2017): Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Swalayan Macro Mart Mojoroto Kota Kediri). Simki-Economic Vol. 01 No. 02.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta

IMPLEMENTASI METODE JUST IN TIME DALAM PENGENDALIAN BAHAN BAKU PT. ALLIANCE CONSUMER PRODUCTS INDONESIA

Ilham Priono¹

ilhampriono@gmail.com

Uli Wildan Nuryanto²

uli.wildan11@gmail.com

Basrowi³

basrowi@binabangsa.ac.id

Universitas Bina Bangsa¹⁻³

ABSTRACT

Soap noodle is the main raw material in PT. Alliance Consumer Products Indonesia where the raw material control applied uses traditional methods were affected to the inefficiency of process and production cost. The purpose of this inventory control research is specifically to reduce the cost of raw material inventory. Lack of or too much inventory of raw materials has a bad impact on a sustainable production process on the other hand affects the cost of storing and maintaining raw material inventory. Research on controlling soap noodle raw materials at PT. Alliance Consumer Products Indonesia uses just in time calculations. just in time method as an alternative in controlling raw material inventory is chosen based on the relevance of the company in order to improve the efficiency of raw material inventory control and minimize inventory costs.

The results of the calculation of the need for raw material for soap noodles using the just-in-time method are 107.760 tons per year with an optimal number of orders of 1.959.74 tons. To meet the needs of raw materials with an optimal number of orders 54.99 times (55 times rounding) in one year with a quantity per order of 1,959.74 Tons. The frequency of delivery per order is 4 times with a total of 489.94Ton per shipment. By using the just in time method, it can be concluded that the total cost of finished raw material inventory is Rp. 16,334,753.91 while the company's policy is Rp. 31,920,000. When compared with cost efficiency, the savings are Rp. 15,585,246.09.

Keywords: Inventory Control, Raw Material, Just in Time.

ABSTRAK

Soap noodle merupakan bahan baku utama di PT. Alliance Consumer Products Indonesia dimana pengelolaannya masih menggunakan metode tradisional yang menimbulkan ketidak efisienan terhadap proses dan berdampak terhadap biaya produksi. Tujuan dari penelitian pengendalian persediaan ini khususnya untuk menekan biaya persediaan bahan baku, Kurangnya atau terlalu banyak persediaan bahan baku berdampak buruk bagi proses produksi yang berkelanjutan disisi lain mempengaruhi biaya penyimpanan dan perawatan persediaan bahan baku. Penelitian pengendalian bahan baku *soap noodle* pada perusahaan PT. Alliance Consumer Products Indonesia menggunakan metode pengendalian persediaan dengan perhitungan just in time. metode *just in time* sebagai alternatif dalam mengontrol persediaan bahan baku dipilih berdasarkan relevansi perusahaan dalam rangka meningkatkan efisiensi pengendalian persediaan bahan baku dan meminimalkan biaya persediaan. Hasil perhitungan kebutuhan bahan baku *soap noodle* dengan metode *just in time* adalah sebesar 107,760 Ton per tahun dengan jumlah pemesanan optimal sebesar 1,959.74 ton. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dengan jumlah pemesanan optimal 54.99 kali (55 kali pembulatan) dalam satu tahun dengan kuantitas per pemesanan 1,959.74 Ton. Frekuensi pengiriman per pesanan sebanyak 4 kali dengan jumlah 489.94Ton per pengiriman. Dengan menggunakan metode just in time, diperoleh kesimpulan bahwa total biaya persediaan bahan baku jadi adalah Rp. 16,334,753.91 sedangkan kebijakan perusahaan adalah Rp. 31,920,000. Jika dibandingkan dengan efisiensi biaya, penghematannya sebesar Rp. 15,585,246.09.

Kata kunci : pengendalian perseiaan, just in time, bahan baku

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Optimalisasi persediaan menentukan bahan baku yang tersimpan tidak berlebih (*over stock*) maupun kurang (*stock out*) sehingga berdampak pada tingginya biaya pengendalian persediaan hingga resiko penurunan kualitas bahan baku yang menggagu proses produksi. di sisi lain perusahaan perlu memberikan perhatian khusus terhadap pengendalian persediaan bahan baku supaya proses produksi berkelanjutan dapat dilaksanakan tanpa kendala yang disebabkan oleh kondisi dan jumlah persediaan bahan baku. Taiichi Ohno menerapkan metode Just in Time pada Toyota Motor Company awal tahun 1950 dengan tujuan agar Toyota mampu memproduksi berbagai produk sesuai permintaan pelanggan dengan penundaan seminimal mungkin.

Kegiatan proses produksi PT Alliance Consumer Products Indonesia memiliki kendala pengendalian persediaan dan sumber informasi yang digunakan dalam proses pengendalian persediaan bahan baku, ketersediaan bahan baku di *supplier* (pemasok) juga menjadi satu faktor yang mempengaruhi tersedianya persediaan. fenomena yang terjadi di PT Alliance Consumer Product Indonesia, pada metode peramalan persediaan bahan baku yang dimiliki menyebabkan biaya pengendalian persediaan meningkat dan optimalisasi persediaan yang belum tercapai. Kontrol terhadap persediaan bahan baku suatu perusahaan memiliki peran penting dalam menentukan proses dan jumlah produksi, hingga persediaan produk jadi yang dapat dijual.

PT Alliance Consumer Products Indonesia merupakan perusahaan industri manufaktur personal health care khususnya produk sabun mandi. Terkait kebutuhan bahan baku

dari pasar yang bersifat fluktuatif (berubah - ubah / tidak tetap) mengakibatkan sulitnya kontrol terhadap persediaan bahan baku, kegiatan peramalan (*forecasting*) yang digunakan PT Alliance Consumer Products Indonesia dalam menentukan jadwal produksi berdasarkan kebutuhan di masa yang akan datang belum bisa menerapkan pengendalian persediaan yang optimal.

Peramalan (*forecasting*) yang dilakukan perusahaan berdasarkan *Judgement* (pendapat). Prakiraan didefinisikan sebagai proses peramalan suatu kejadian dimasa mendatang berdasarkan kejadian masa sebelumnya (Harjanto, 2007). Berikut tabel peramalan dengan metode *moving average* 3 bulan.

Tabel 1. Peramalan (*forecasting*) perusahaan dengan metode *moving average*

Bulan	Kebutuhan (Ton)	<i>Forecasting</i> N=3 (Ton)
Agustus 2020	7,500	
September	8,640	
Oktober	9,600	
November	8,250	8,580
Desember	7,500	8,830
Januari 2021	8,640	8,450
Februari	9,600	8,130
Maret	9,300	8,580
April	8,640	9,180
Mei	9,600	9,180
Juni	9,600	9,180
Juli	9,300	9,280
Agustus	8,640	9,500
September	8,250	9,180
Oktober	9,300	8,730
November	8,640	8,730
Desember	8,250	8,730

(Sumber : Diolah 2021)

Dari proses peramalan menghasilkan prakiraan yang digunakan sebagai acuan pembelian bahan baku. Penelitian ini bertujuan mengetahui kondisi persediaan

bahan baku *soap noodle* di PT Alliance Consumer Products Indonesia menggunakan metode *just in time* (tepat waktu). Berikut penyajian tabel persediaan bahan baku tahun 2021.

Tabel 2. Data persediaan bahan baku soap noodle tahun 2021

Bulan	Persediaan awal (Ton)	Aktual pembelian (Ton)	Aktual kebutuhan (Ton)
Januari	9,700	8,900	8,640
Februari	9,960	8,640	9,600
Maret	9,000	9,600	9,300
April	9,300	9,300	8,640
Mei	9,960	8,640	9,600
Juni	9,000	9,600	9,600
Juli	9,000	9,600	9,300
Agustus	9,300	9,300	8,640
September	9,960	8,640	8,250
Oktober	10,350	8,250	9,300
November	9,300	9,300	8,640
Desember	9,960	8,640	8,250
Jumlah	114,790	108,410	107,760

(Sumber : Diolah 2021)

Berdasarkan tabel data persediaan bahan baku soap noodle tahun 2021 dapat dilihat ketidak sesuaian pemesanan hingga total persediaan bahan baku yang berpotensi menyebabkan naiknya beban biaya penyimpanan dan pemeliharaan bahan baku di gudang. Perusahaan melaksanakan pengendalian bahan baku tentunya bertujuan menunjang kegiatan operasional perusahaan Metode *just in time* bertujuan mencari efektifitas dalam menekan biaya penyimpanan bahan baku.

Pull system adalah proses operasi dari langkah pembelian hingga pengiriman kepada pelanggan yang masih dianggap *modern* dan bisa beradaptasi terhadap perubahan pasar. sedangkan *push system* adalah sistem operasi konservatif dan tradisional, dan identik terhadap kegiatan yang tidak memiliki nilai tambah. Untuk

menekan biaya persediaan yang masih ternilai besar perusahaan menentukan, mencari, dan menggunakan metode alternatif yang efektif menekan biaya persediaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Persediaan

Persediaan adalah simpanan barang dalam waktu tertentu guna diolah atau proses kembali menjadi produk akhir dan dijual kembali kepada pelanggan (Rusdiana, 2014). Proses produksi suatu perusahaan tidak akan berjalan tanpa adanya bahan baku yang tersedia, Sedangkan persediaan bahan baku pada proses produksi perusahaan digunakan sebagai barang yang dibutuhkan dan akan diproses menjadi produk akhir yang telah melalui tahapan – tahapan proses produksi (Assauri, 2008).

Sedangkan garis besar dari definisi persediaan merupakan diantara fungsi manajerial dalam operasional perusahaan yang menentukan kebijakan persediaan secara fisik dan berkaitan dengan investasi dalam aktiva lancar disatu sisi dan pelayanan kepada pelanggan disisi lain.

Jenis-Jenis Persediaan

Persediaan dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu (Heizer & Render, 2010):

1. *Raw material stock* (persediaan bahan baku)
Untuk memisahkan pemasok dari proses produksi baik dengan penghapusan perbedaan antar pemasok (gudang) dalam hal kuantitas, kualitas dan waktu pengiriman sehingga menghilangkan jeda.
2. *Work in process* (persediaan produk dalam proses) Merupakan persediaan yang telah melalui beberapa tahapan dan perubahan pada proses produksi tetapi bahan baku belum tiba pada tahapan akhir proses produksi. Adanya waktu

(*cycle time*) dalam proses yang dibutuhkan untuk menyelesaikan produk adalah alasan dimasukkannya kedalam persediaan.

3. Pemeliharaan / perbaikan / operasi (*maintenance, repair, operating*) MRO diselenggarakan karena waktu dan kebutuhan peralatan tidak dapat di ketahui. Walaupun permintaan untuk persediaan MRO ini sering kali merupakan fungsi dari jadwal - jadwal pemeliharaan, permintaan MRO lainnya perlu diperhatikan.
4. *Finish good inventory* (persediaan produk jadi) adalah barang yang telah melalui proses produksi hingga proses pengemasan dan sedang menunggu untuk dikirim. Produk jadi dimasukkan dalam persediaan karena kebutuhan pelanggan yang berfluktuasi di masa depan.

Biaya Persediaan

Perusahaan mengeluarkan biaya persediaan yang hanya memperoleh keuntungan dari apa yang diharapkan untuk pengadaan persediaan. Komponen biaya dibagi menjadi tiga, yaitu (Heizer & Render, 2015):

1. Biaya penyimpanan
Adalah biaya terkait dengan penyimpanan persediaan selama periode waktu tertentu. Biaya penyimpanan termasuk biaya barang usang dan biaya yang terkait dengan penyimpanan seperti asuransi tambahan karyawan dan pembayaran bunga.
2. Biaya pemesanan
Termasuk biaya dari persediaan, formulir, pemrosesan, pesanan, pembelian, dukungan administrasi, dan sebagainya. Ketika pesanan sedang diproduksi, biaya pesanan juga ada, tetapi merupakan bagian dari apa yang disebut biaya pemasangan.
3. Biaya instalasi (biaya setup)
Adalah biaya persiapan mesin atau proses untuk menghasilkan pesanan. Ini

termasuk waktu dan tenaga yang dibutuhkan untuk membersihkan dan mengganti peralatan atau pembatas.

Tujuan Persediaan

Alasan perusahaan memiliki penyimpanan persediaan karena berikut (Jacobs & Chase, 2018):

1. Menjaga independensi operasional.
Bahan yang didistribusikan di pusat kerja memungkinkan fleksibilitas terpusat dalam kegiatan operasional. Misalnya, biaya pembuatan setiap pengaturan produksi baru, persediaan ini memungkinkan manajemen untuk dapat mengurangi jumlah pengaturan.
2. Memungkinkan fleksibilitas jadwal produksi. Persediaan yang tersedia mengurangi tekanan pada sistem produksi dalam memproduksi barang. Aktivitas ini menghasilkan waktu tunggu yang lebih lama, yang memungkinkan perencanaan produksi lebih lancar dan mengurangi biaya operasi melalui produksi ukuran *lot* yang lebih besar. Biaya pemasangan yang begitu tinggi mendukung produksi unit yang lebih besar setelah penyiapan.
3. Mencapai variasi dalam permintaan produk. Ketika permintaan produk diketahui dengan pasti memungkinkan untuk memproduksi produk untuk memenuhi permintaan. Namun, permintaan tidak dapat diketahui dengan pasti, dan stok pengaman atau *buffer stock* harus dipertahankan untuk menampung variasi tersebut.
4. Memberikan perlindungan terhadap variasi waktu pengiriman bahan baku Keterlambatan dapat terjadi ketika bahan baku dipesan melalui vendor karena berbagai alasan, variasi waktu pengiriman dan kekurangan persediaan di vendor berdampak pada antrian pekerjaan yang menumpuk, pesanan yang hilang, kerusakan yang tidak terduga hingga kesalahan pengiriman atau bahan tidak sesuai dengan

spesifikasi yang dibutuhkan.

5. Alasan dominan lain yang spesifik berdasarkan situasi persediaan. Persediaan dalam perjalanan adalah bahan yang berpindah dari pemasok ke pelanggan dan tergantung pada kuantitas pesanan dan waktu tunggu transitnya.
6. Manfaatkan ukuran pesanan yang ekonomis. Ada biaya yang datang saat melakukan pesanan, biaya telepon, biaya mengetik, biaya tenaga kerja, biaya pengiriman, dan banyak lagi. Jadi semakin besar jumlah pesanan, semakin sedikit pesanan yang perlu ditulis. Selain itu, semakin tinggi jumlah pesanan, semakin rendah biaya pengiriman per unit.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode *just in time* pertama kali dikembangkan di Jepang, proses implementasi sejak tahun 1970-an di perusahaan manufaktur di Jepang. Pada awalnya di Toyota Motor oleh Mr. Taiichi Ohno seorang wakil presiden direktur dan rekan rekannya, termasuk Shigeo yang mengadaptasi strategi Henry Ford yang disesuaikan dengan etos kerja pekerja di Jepang melahirkan sebuah filosofi yang dikenal sebagai *just in time*.

Kemudian metode *just in time* diadopsi oleh banyak perusahaan manufaktur di Jepang dan Amerika Serikat seperti IBM, Hewlett Packard, dan Harley Davidson. Metode *just in time* (*tepat waktu*) digunakan sebagai pengendalian persediaan bahan baku. Berikut beberapa definisi metode *just in time* menurut para ahli, yaitu:

1. *Just in time* adalah metode di mana persediaan diminimalkan serendah mungkin untuk mengurangi biaya persediaan (Sjahrial, 2017).
2. *Just in time* adalah filosofi yang berfokus pada pengurangan biaya melalui penghapusan persediaan, bahan mentah dan komponen harus tiba di lokasi saat dibutuhkan atau tepat waktu (Carter, 2009).

3. *Just in time* adalah filosofi manufaktur yang mulai diterapkan di Jepang pada tahun tujuh puluhan dan telah diterapkan oleh perusahaan – perusahaan Amerika dua puluh tahun kemudian (Mulyadi, 2010).
4. *Just in time* merupakan konsep yang memandang waktu proses produksi dapat dipersingkat dengan menggeser sistem manufaktur dari sistem dorong (*push system*) ke sistem tarik (*pull system*) (Mursyidi, 2010).

Dapat disimpulkan bahwa metode *just in time* merupakan pengendalian persediaan yang berfokus pada pengurangan kelebihan persediaan sampai pada tingkat yang serendah mungkin dan hanya membawa persediaan sesuai dengan rencana dan kebutuhan produksi. Jika persediaan tinggi akan berdampak pada pemborosan akibat munculnya biaya selama proses penyimpanan bahan baku. Metode *just in time* diharapkan dapat meningkatkan produktivitas operasional melalui penghematan biaya, persaingan harga, peningkatan keuntungan, kinerja pengiriman yang baik, dan peningkatan kualitas.

Fujio Cho dari Toyota mendefinisikan pemborosan sebagai segala sesuatu yang melebihi persyaratan minimum untuk bahan, peralatan, waktu kerja, tempat, komponen dan yang mutlak diperlukan untuk proses nilai tambah suatu produk (Supardiyono, 2009).

Secara bahasa sederhana pengertian pemborosan adalah segala sesuatu yang tidak menambah nilai. Terdapat 7 (tujuh) jenis pemborosan yang disebabkan oleh:

1. Pemrosesan (*Process production*)
2. Waktu menunggu (*Waiting*)
3. Gerak (*Unnecessary Motion*)
4. Tingkat persediaan barang (*Unnecessary Inventory*)
5. Kelebihan produksi (*Over Production*)
6. Transportasi (*Transportation*)

7. Cacat produksi (*Defects*)

Tujuan *just in time* adalah untuk meningkatkan produktivitas produksi atau operasi dengan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai suatu produk. *just in time* berfokus pada perbaikan berkelanjutan untuk menghasilkan *production cost* (biaya produksi) serendah mungkin, kualitas, produktivitas tinggi dan keandalan produk yang lebih baik, meningkatkan waktu pengiriman produk akhir dan meningkatkan hubungan kerja antara pemasok dan pelanggan (Diaz & Retnani, 2015).

Sedangkan Schniederjans (1993) menjelaskan analisis yang digunakan untuk menghitung jumlah pemesanan yang optimal dan total biaya persediaan bahan baku dengan menggunakan metode *just in time*.

Karakteristik Just in Time

Beberapa karakteristik *just in time* menurut Sjahrial, (2017):

1. *Plant layout* (tata letak pabrik). Pada model *just in time*, pola sel manufaktur disusun pada mesin – mesin yang terstruktur atas proses guna menghasilkan sekumpulan produk tertentu.
2. *Organizing and Empowerment*. Pekerja dengan model *just in time* memiliki beberapa keahlian dan tidak terspesialisasi, serta memiliki partisipasi yang tinggi dalam pengelolaan organisasi perusahaan. Dengan kata lain, pekerja merasa terkurasi tenaganya jika permintaan *customer* (pelanggan) meningkat.
3. *Total quality control*. Umumnya diterapkan perusahaan ketika melakukan proses produksi yang berkesinambungan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi, dan proses manufaktur *zero defect* (tanpa cacat), atau upaya untuk mendapatkan desain produk. Artinya tidak ada ditoleransi terhadap kualitas produk yang rendah.
4. Ketulusuran *overhead* pabrik.

Pembebanan *overhead* pabrik yang diproduksi hingga seratus persen atau seluruhnya dengan penelusuran langsung. Jika terdapat penelusuran alokasi dan penggerak yang tidak terlalu signifikan, penghitungan biaya produksi per unit sangat mudah karena semua biaya produksi (bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead*) didasarkan pada penelusuran langsung untuk membebaskan biaya produksi ke pabrik.

Aspek yang dominan dari *just in time* adalah upaya untuk meminimalkan persediaan barang dalam proses dan bahan baku (Carter, 2009). Dengan kata lain, metode *just in time* berfokus pada aspek *zero inventory production*. Penarikan komponen bahan baku dari pemasok hanya dilakukan saat dibutuhkan saja. Tentu ini berbeda dengan sistem tradisional. Dimana pada umumnya penyimpanan persediaan di lokasi kerja dalam jumlah yang sangat besar.

Penerapan Just in Time

Implementasi metode *just in time* dapat diterapkan di bidang fungsional perusahaan seperti pembelian, produksi, distribusi, administrasi, dan sebagainya. Namun fungsional yang banyak diterapkan metode *just in time* adalah pembelian dan produksi, karena sistem pembelian dan produksi merupakan titik awal implementasi metode *just in time* sebelum diterapkan pada area fungsional lainnya (Sekunder, 2011). Metode *just in time* sebagai metode alternatif merupakan sistem penjadwalan produksi yang tepat waktu. Penentuan persediaan yang optimal artinya penentuan jumlah pembelian *soap noodle* agar kebutuhan proses produksi terpenuhi dengan biaya persediaan total yang minimal. Perhitungan metode *just in time* salah satu metode yang bisa menjadi perhitungan awal untuk mencari kuantitas yang optimal yaitu kuantitas pesanan

minimum dan selanjutnya langkah berikutnya menerapkan sistem *just in time* dalam perhitungan biaya persediaan dan membandingkannya dengan metode yang digunakan oleh perusahaan.

Perhitungan awal kuantitas pesanan minimum dapat diformulasikan sebagai berikut (Heizer & Render, 2010):

1. Menghitung Kuantitas Pesanan Minimum

$$Q^* = \sqrt{\frac{2xSxD}{H}}$$

Q^* = Kuantitas pesanan minimum (unit)

D = Total kebutuhan dalam satu tahun

S = Biaya pemesanan setiap kali pesan

H = Biaya penyimpanan setiap unit

2. Menghitung jumlah pengiriman optimal setiap kali pesan, Penerapan metode *just in time* untuk lebih mengoptimalkan biaya persediaan dalam pemesanan dan penyimpanan bahan baku. formulasi yang digunakan untuk menghitung jumlah pemesanan optimal dan total persediaan yaitu:

$$na = \frac{Q}{2xa}$$

na = Jumlah optimal pengiriman dengan tingkat rata – rata persediaan yang ditargetkan

a = Rata-rata target spesifik persediaan

Menghitung kuantitas pesanan untuk setiap kali pesan

$$Qn = \sqrt{na} \times Q^*$$

Qn = Kuantitas pesanan JIT dalam unit

3. Menghitung kuantitas pengiriman optimal untuk setiap pengiriman

$$q = \frac{Qn}{na}$$

Q = Kuantitas pengiriman optimal

5. Menghitung frekuensi pemesanan satu tahun

$$q = \frac{D}{Qn}$$

D = Jumlah pengiriman optimal dalam setahun

6. Menghitung total biaya persediaan dengan system *just in time*

$$TJIT = \frac{1}{\sqrt{n}} (T^*)$$

$TJIT$ = Total biaya tahunan yang minimum untuk system *JIT*

T^* = Total biaya tahunan kebijakan perusahaan

Tujuan Just in Time

Tujuan manajemen menggunakan dan mengembangkan konsep metode *just in time* (tepat waktu) dalam suatu perusahaan dapat diringkas dalam beberapa aspek. Adapun tujuan tersebut antara lain adalah (Indrajid & Pranoto, 2003):

1. Menciptakan fleksibilitas produk yang tinggi. Dalam produksi *pull system* (sistem tarik) membutuhkan fleksibilitas tinggi untuk menanggapi permintaan konsumen yang terus meningkat.
2. Meningkatkan efisiensi proses produksi. Peningkatan efisiensi dapat dilakukan melalui pengurangan persediaan.
3. Meningkatkan daya saing. Tujuan terpenting, yaitu tujuan strategis, karena meningkatkan efisiensi berarti menurunkan biaya.
4. Peningkatan kualitas barang. Relasi antara penjual dan pembeli yang dibina dalam jangka panjang selalu berupaya untuk melakukan perbaikan secara berkesinambungan dari segi kualitas dan harga pokok barang.

Metode *just in time* (tepat waktu) memiliki dua tujuan strategis, yaitu (Hansemm & Mowen, 2013):

1. Meningkatkan keuntungan dan meningkatkan daya saing perusahaan.
2. Tujuan ini dicapai dengan mengendalikan biaya, meningkatkan pekerjaan pengiriman serta kualitas.

Metode *just in time* secara simultan meningkatkan efisiensi biaya dan fleksibel dalam menjawab *customer order* (permintaan konsumen) dengan kualitas yang bervariasi dan lebih baik.

Tujuan implementasi metode *just in time* yakni untuk meningkatkan kualitas produk dan produktivitas dengan mengeliminasi pemborosan. Pemborosan dapat diartikan sebagai peralatan, bahan baku, dan pekerja (Modarress dan Ansari, 1990).

Metode *just in time* bukan hanya teknik atau pendekatan, tetapi juga filosofi dan strategi manajemen. Metode *just in time* menganggap kelebihan persediaan sebagai pemborosan. Namun, mengurangi persediaan bukanlah tujuan utama metode *just in time*. Tujuan metode *just in time* adalah untuk meningkatkan produktivitas dengan mengurangi berbagai aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah pada produk. Metode *just in time* menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan, Tanpa kualitas, penerapan metode *just in time* akan membawa perusahaan ke dalam kekacauan (Sekunder, 2011).

Tujuan utama penerapan metode *just in time* adalah menghasilkan produk hanya pada saat dibutuhkan dan hanya menghasilkan jumlah produk sesuai yang diminta *customer* (Putra & Idayati, 2014)). Tujuan penerapan *just in time* adalah untuk membeli bahan baku tepat waktu untuk digunakan dalam proses produksi, dan untuk memproduksi hingga mengirimkan barang tepat waktu kepada *customer* (pelanggan). Hal ini dapat dicapai dengan mengurangi pemborosan, mengurangi persediaan, membangun hubungan baik dengan *supplier* (pemasok), meningkatkan keterlibatan karyawan, dan membuat program yang berfokus pada pelanggan (Harjanto, 2007).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengendalian persediaan dilakukan perusahaan sebelumnya diawali dengan peramalan (*forecasting*) menggunakan metode *Moving Average* berdasarkan data pemakaian bahan baku dari bulan – bulan sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data pengendalian persediaan melalui wawancara dan dokumentasi secara parsial dalam sehari untuk memastikan data yang digunakan valid dan akurat, Wawancara dilakukan bersama narasumber yaitu Bapak Adi Wingking selaku Kepala Bagian PPIC dan Gudang (*warehouse*). Melalui sesi wawancara serta observasi yang dilakukan untuk memastikan data yang didapat benar – benar valid, sehingga diperoleh bahwa pengendalian yang dilakukan perusahaan belum teratur dan dari data yang diperoleh yakni kebutuhan dan pembelian bahan baku tidak menunjukkan adanya pengendalian yang sesuai kebutuhan produksi. Pada total pembelian bahan baku belum terlihat memenuhi kebutuhan proses produksi, tidak dipungkiri perubahan pangsa pasar sulit diprediksi, namun juga memungkinkan masalah ini berdampak pada pengendalian persediaan dan meningkatkan biaya – biaya persediaan yang merugikan perusahaan.

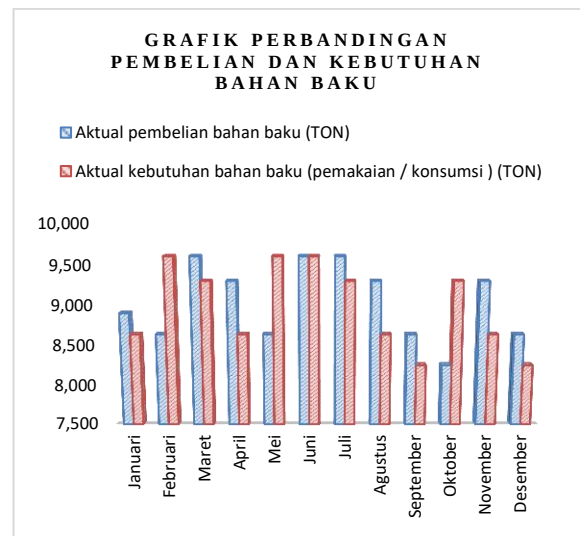
Dari data yang diperoleh, total kebutuhan produksi selama satu tahun adalah 107.760 ton, dan total pembelian bahan baku selama satu tahun adalah 108.410 ton. Dari hasil analisis peneliti mendapatkan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pemesanan dan penyimpanan bahan baku. Dari data tersebut peneliti dapat mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses pemesanan dan penyimpanan bahan. Sebenarnya pengendalian persediaan bahan baku awal perusahaan pada tahun 2021 adalah 50.800 Kg. Persediaan awal adalah persediaan akhir pada akhir Desember 2020. Jumlah pesanan dan tingkat persediaan rata – rata

berdasarkan kondisi aktual pada tahun 2021 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Data persediaan soap noodle

Bulan	Persediaan awal (Ton)	Aktual pembelian (Ton)	Aktual kebutuhan (Ton)	Persediaan akhir (Ton)	Rata-rata (Ton)
Januari	9,700	8,900	8,640	9,960	14,280
Februari	9,960	8,640	9,600	9,000	13,800
Maret	9,000	9,600	9,300	9,300	13,950
April	9,300	9,300	8,640	9,960	14,280
Mei	9,960	8,640	9,600	9,000	13,800
Juni	9,000	9,600	9,600	9,000	13,800
Juli	9,000	9,600	9,300	9,300	13,950
Agustus	9,300	9,300	8,640	9,960	14,280
September	9,960	8,640	8,250	10,350	14,475
Oktober	10,350	8,250	9,300	9,300	13,950
November	9,300	9,300	8,640	9,960	14,280
Desember	9,960	8,640	8,250	10,350	14,475
Jumlah	114,790	108,410	107,760	115,440	169,320
Rata-rata	9,566	9,034	8,980	9,620	14,110

(Sumber : Diolah 2021)



Gambar 1. Grafik Perbandingan Pembelian dan Kebutuhan Bahan Baku (Sumber: Diolah 2021)

1. Biaya pemesanan bahan baku

Biaya pemesanan per tiap kali pesan

a. Biaya administrasi Rp 750,000

b. Biaya telepon Rp 20,000 +

Total biaya pemesanan **Rp 770,000**

Biaya pemesanan setahun (x12) **Rp 9,240,000**

2. Menghitung biaya penyimpanan bahan baku

Biaya penyimpanan adalah biaya rata-rata penyimpanan persediaan bahan baku soap noodle di gudang untuk jangka waktu tertentu berupa biaya listrik, biaya pengawasan dan biaya perawatan yang diuraikan sebagai berikut.

Biaya.penyimpanan.bahan baku

a. Biaya.pengawas. Rp 15,000.

b. Biaya.listrik. Rp 18,000.

c. Biaya.perbaikan / perawatan.gudang. Rp 30,000. +

Total biaya penyimpanan perhari **Rp 60,000.**

Total biaya penyimpanan pertahun **Rp 22,680,000.**

Dari kalkulasi total biaya pemeliharaan / perbaikan gudang dikalikan 360 hari dengan total biaya penyimpanan bahan baku *soap noodle* sebesar Rp. 22,680,000 / tahun. Biaya penyimpanan 1,5% untuk setiap unit barang yang disimpan.

Tabel 4. Persentase biaya penyimpanan bahan baku per unit

HARGA / TON	PERSentase PENYIMPANAN	TOTAL BIAYA PENYIMPANAN / TON
Rp 11,000,000.00	1.50%	Rp 165,000.00

(Sumber : Diolah) 2021

3. Kalkulasi *total inventory cost* (total biaya persediaan)
Rp 9,240,000 .+ Rp 22,680,000 = **Rp 31,920,000**

Implementasi Metode *Just In Time* (Tepat Waktu) Pada PT Alliance Consumer Products Indonesia

1. Menghitung kuantitas pesanan minimum dalam unit

$$= \sqrt{\frac{2 \times 777,000 \times 107,760}{165,000}}$$

$$= \sqrt{\frac{165,950,400,000}{165,000}}$$

$$= \sqrt{1,005,760} = 1,002.88 \text{ Ton}$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan diketahui jumlah pemesanan optimal bahan baku *soap noodle* adalah 1,002.88 ton.

Selanjutnya optimalisasi biaya persediaan dalam pemesanan dan penyimpanan bahan baku dengan penerapan metode *just in time*.

1. Perhitungan pengiriman optimal bahan baku

$$\text{Diketahui} = \frac{107,760}{2 \times 14,110} = 3.82 \text{ Kali}$$

kuantitas pengiriman optimal bahan baku *soap*

noodle 3.82 atau 4 kali per pemesanan.

2. Menghitung jumlah pesanan per pesanan
 $= \sqrt{4} \times 896.27 = 1,959.74 \text{ Ton}$

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui jumlah pesanan setiap per pesanan adalah 1959.74 Ton.

3. Kalkulasi jumlah pengiriman optimal per pengiriman

$$= \frac{1959.74}{3.82} = 513.21 \text{ Ton}$$

Diketahui jumlah optimal per pengiriman sebesar 513.21 Ton.

4. Menghitung frekuensi pemesanan bahan baku

$$= \frac{107,760}{1959.74} = 54.99 \text{ Kali}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh pemesanan optimal bahan baku 54.99 kali untuk memenuhi kebutuhan bahan baku *soap noodle* 107,760 Ton.

5. Penerapan metode *just in time* pada total biaya persediaan

$$= \frac{1}{1.954116} \times \text{Rp } 31,920,000.00$$

$$= \text{Rp } 16,334,753.91$$

Diperoleh total penghematan menggunakan metode *just in time*:

$$= \text{Rp } 31,920,000 - \text{Rp } 16,334,753.91$$

$$= \text{Rp } 15,585,246.09$$

Hasil perhitungan *just in time* dirangkum dan disajikan dalam Tabel Perbandingan perhitungan biaya persediaan dalam sistem *just in time*, kemudian membandingkan metode *just in time* terhadap kebijakan perusahaan. Perbandingan perhitungan biaya persediaan dalam sistem *just in time* menjelaskan kebijakan perusahaan pada tingkat persediaan normal yaitu 107.760 ton.

Perbandingan perhitungan biaya persediaan dalam system *just in time*

Tabel 5. Perbandingan perhitungan biaya persediaan dalam system *just in time*

Item	Metode Saat ini	Metode Just in Time
Total kebutuhan / tahun	107,760 Ton	107,760 Ton
Kuantitas pesanan optimal	8,980 Ton	1,959.74 Ton
Frekuensi pemesanan / tahun	12 kali	54.99 Kali
Frekuensi pengiriman / pesan	1 kali	4 Kali
Total biaya persediaan / tahun	Rp 31, 920,000	Rp 16,334,75 3.91

Berdasarkan Tabel Perbandingan perhitungan biaya persediaan dalam system *just in time* kebutuhan bahan baku *soap noodle* adalah 107,760 Ton dan rata – rata jumlah pemesanan bahan baku berdasarkan kebijakan perusahaan adalah 8.980 Ton, sedangkan jumlah pemesanan optimal berdasarkan metode *just in time* adalah 1,959.74 Ton. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku dengan jumlah pemesanan optimal menggunakan metode *just in time* dapat memesan bahan baku sebanyak 54.99 Kali, sedangkan kebijakan perusahaan adalah 12 kali. Dengan menggunakan metode *just in time*, total biaya persediaan bahan baku jadi adalah Rp 16,334,753.91 sedangkan kebijakan perusahaan sebesar Rp. 31, 920,000. Jika dibandingkan penghematan biaya diperoleh sebesar Rp. 15,585,246.09. Sehingga perusahaan dapat menerapkan metode *just in time* dalam upaya meningkatkan efisiensi biaya persediaan bahan baku dan pembelian dilakukan secara teratur dalam jumlah kecil.

Setelah menggunakan perhitungan metode *just in time* diasumsikan perusahaan dapat melakukan pemesanan sebanyak 54.99 Kali dalam satu tahun dengan kuantitas per pemesanan sebesar 1,959.74 Ton. Kuantitas pengiriman optimal untuk setiap pesanan adalah 4 kali dengan kuantitas pengiriman per setiap kali kirim adalah 489.94 Ton. Untuk memenuhi kebutuhan produksi dengan kebutuhan bahan baku sebesar 107,760 Ton, perusahaan harus melakukan pengiriman / kedatangan bahan baku satu bulan 4 kali kedatangan dengan asumsi satu minggu 1 kali kedatangan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pengendalian persediaan yang telah dibahas pada bab sebelumnya di PT Alliance Consumer Products Indonesia maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan diawali forecasting (peramalan) menggunakan metode *moving average* masih belum optimal dalam memenuhi kebutuhan produksi yang berdampak pada pemesanan dan asumsi pemakaian masih terlihat pemborosan pada biaya persediaan. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan proses pengadaan bahan baku karena pengendalian persediaan yang baik dapat menekan biaya persediaan.
2. Dengan tingkat kebutuhan bahan baku sebesar 107,760 Ton di PT Alliance Consumer Products Indonesia, metode *just in time* efektif menekan biaya persediaan yang dikeluarkan oleh perusahaan sebesar Rp. 15,585,246.09. dalam satu tahun. Perusahaan dapat menggunakan metode *just in time* dalam upaya *cost reduction* (menekan biaya) persediaan bahan baku karena pengiriman dapat dilakukan dalam

secara rutin dan pembelian dalam jumlah kecil sehingga efektif mengurangi biaya penyimpanan.

3. Standarisasi pengendalian persediaan mengacu pada *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan perusahaan dalam upaya menghindari

terjadinya *over stock* material di gudang khususnya dan pada umumnya area produksi untuk memenuhi persyaratan Sistem Manajemen Integrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alliance World. (2022). "Sejarah PT Alliance Consumer Products Indonesia", diakses dari <https://allianceworldindia.com/companies pada 14 Mei 2022>
- Carter, William K. (2009). *Akuntansi Biaya. Terjemahan Krista*. Jakarta: Salemba Empat
- Dermawan Sjahrial. et. (2017). *Akuntansi Manajemen; Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Diaz, A.P dan Retnani, E.D. (2015). *Penerapan Metode JIT Pembelian Bahan Baku dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Bahan Baku. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 4 No. 10
- Eddy Harjanto. (2007). *Manajemen Operasi, Edisi Ketiga*, Jakarta : Graindo
- H.A Rusdiana. (2014). *Manajemen Operasi*, Bandung: CV Pustaka setia
- Hansen, Don R. dan Maryana M. Mowen. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Edisi Delapan. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015). *Managemen Operasi Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, Jakarta: Salemba Empat
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2010). *Operation Management-Manajemen Operasi, Edisi 9 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2018). *Operations And Supply Chain Management, Fifteenth Editioin*". New York : McGraw - Hill Education
- Modarress, B., & Ansari, A. (1990). *Just-In-time purchasing*. New York: The Free Press.
- Mulyadi. (2010). *"Akuntansi Biaya"*, Yogyakarta : UPP-STIM YKPN
- Putra, Christyandhika dan Idayati, Farida. (2014). Penerapan Metode *Just In Time* Untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 3 No.1.
- Schniederjans. (1993). *"Topic In Just In Time Manajemen"*, USA, Boston
- Sekunder W., Herry. (2011). Penerapan *Just In Time* Dalam Sistem Pembelian dan Sistem Produksi. *Binus Business Review* Vol. 2 No. 1 Mei
- Sofjan Assauri. (2008). *Manajemen produksi dan operasi*", Jakarta: lembaga penerbit fakultas ekonomi