



BIMA

JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

Strategi Promosi Dan Rotasi Kerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu
Trisyilvana Azwari, Novi Shintia, Agus Pebrianto

Pengaruh Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Banjarmasin
Rahmatul Jannatin Naimah, Deela Alfina

Pemanfaatan Digital Marketing Oleh Pelaku Umkm Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19
Sari Hepy Maharani, Rohayati, Linda Permanasari

Tinjauan Tentang Prosedur Pembayaran Hutang Oleh Account Payable Galaxy Hotel Banjarmasin Kepada Supplier
Muhammad Yasar, huda Sya'rawi

Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) Dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok Dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin
Aldamitha Fatimah

Pengaruh Reward Dan Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin
Zulvan Marinda Marzuki Siswanto, Fitriani, Rini Amelia

Penguatan Peran Koperasi guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan
Ulya Nada Afa

Desain Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Instagram Pada Lely Cake Banjarbaru
Anisa Nur Fitria, Rinova Firman Cahyani

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi Pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin
Ihya Ulumiddina

Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin
Siti Nur Chaliza

Diterbitkan oleh:

PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
POLITEKNIK NEGERI BANJARMASIN
Jl. Brigjen H.Hasan Basri, Kayutangi Banjarmasin 70123
Telp/Fax. (0511) 3305052
Email: bima@poliban.ac.id
we: <http://ejurnal.poliban.ac.id>





ISSN 2829-5900



9

772829

590000



Volume 1 No. 1 Maret 2022

Jurnal Bisnis dan Manajemen

ISSN 2829-5900 (Print)
ISSN 2829-4629 (Online)

Diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Banjarmasin. Jurnal berkala ilmiah ini fokus dalam kajian bisnis dan manajemen. BIMA terbit dua kali dalam satu tahun.

Pemimpin Redaksi:

Rika Novyanti, S.Sos., M.AB

Dewan Redaksi:

Hairul Anwar, S.Kom., M.M

M. Teguh Nuryadin, S.E., M.M

Halim Dwi Putra, S.Pd., M.AB

Sri Maulida S.E.Sy., M.E.I

Tim Reviewer:

Dr. Agus Pebrianto, SE., MSi - Politeknik Negeri Banjarmasin

Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB - Universitas Diponegoro

Dr. Sari Listyarini, S.Sos., M.AB - Universitas Diponegoro

Rofi'i, S.Sos., M.Si - Politeknik Negeri Banjarmasin

Dr. Anas Firman Adi, S.E., S.Kom., M.KPd – Sekolah Tinggi Teknik Malang

Alamat Redaksi

Kampus Politeknik Negeri Banjarmasin

Jl. Brigjen H. Hasan Basri, Banjarmasin, 70123, Telp. (0511)3305052, 3363245

Daftar Isi

Strategi Promosi Dan Rotasi Kerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu	1
Trisylyana Azwari, Novi Shintia, Agus Pebrianto	
Pengaruh Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Banjarmasin.....	8
Rahmatul Jannatin Naimah, Deela Alfina	
Pemanfaatan Digital Marketing Oleh Pelaku Umkm Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19	15
Sari Hepy Maharani, Rohayati, Linda Permanasari	
Tinjauan Tentang Prosedur Pembayaran Hutang Oleh Account Payable Galaxy Hotel Banjarmasin Kepada Supplier.....	21
Muhammad Yasar, Huda Sya'rawi	
Pengaruh CRM (<i>Customer Relationship Management</i>) Dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok Dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin	26
Aldamitha Fatimah	
Pengaruh Reward Dan Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin	34
Zulvan Marinda Marzuki Siswanto, Fitriani, Rini Amelia	
Penguatan Peran Koperasi guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan.....	41
Ulya Nada Afa	
Desain Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Instagram Pada Lely Cake Banjarbaru.....	49
Anisa Nur Fitria, Rinova Firman Cahyani	
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi Pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.....	54
Ihya Ulumiddina	
Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin	59
Siti Nur Chaliza	

Strategi Promosi Dan Rotasi Kerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu

Trisyilvana Azwari¹, Novi Shintia², Agus Pebrianto³

¹Prodi Administrasi Publik, FISIP Universitas Lambung Mangkurat

^{2,3}Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹trisyilvana.azwari@ulm.ac.id, ²novi221177@poliban.ac.id, ³agoesyoriko@yahoo.com

Abstract

The problem facing the Secretariat of the DPRD Tanah Bumbu Regency is that it is currently a mistake to put employees in a position that is not their expertise. The purpose of this study that the constituents did 1) To find out the strategy of promotion and rotation of work employees related to the promotion and rotation of employee work at the Secretariat of the DPRD tanah Bumbu regency. 2) To find out the right promotion and rotation strategies related to the promotion and rotation of employee work at the Secretariat of the DPRD tanah Bumbu regency.

The method used in conducting this Final Task research is Descriptive, where the constituent will describe and explain the events regarding employee work placement including promotion and rotation of work in the relevant agency. The data sources used are primary data and secondary data. The variables used in this study are free variables i.e. employee work placement and bound variables that are strategies. The data collection techniques that the constituents do are questionnaires and documentation.

From the results of this study it can be concluded that the placement of employees in the Secretariat of the DPRD tanah Bumbu regency can be said to be good in its application. It can be seen in the promotion of employees that employee promotion is good in its activities. Similarly, in the rotation / mutation activities of employees, as well as rotation / mutation indicators in the Secretariat of the Dprd tanah Bumbu regency can be said to be good so as to realize the appropriate placement of employees.

Keywords: Strategy, Promotion, Rotation

Abstrak

Masalah yang dihadapi Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu adalah saat ini adalah Kesalahan menempatkan karyawan dalam suatu jabatan yang bukan keahliannya. Tujuan dari penelitian ini yang peneliti lakukan 1) Untuk mengetahui strategi promosi dan rotasi pegawai kerja yang terkait promosi dan rotasi kerja pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu. 2) Untuk mengetahui strategi promosi dan rotasi pegawai kerja yang tepat terkait promosi dan rotasi kerja pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu.

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah Deskriptif, yang mana peneliti akan mendeskripsikan dan menerangkan peristiwa mengenai penempatan kerja pegawai meliputi promosi dan rotasi kerja dalam instansi yang bersangkutan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu penempatan kerja pegawai dan variabel terikat yaitu strategi. Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah kuesioner dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penempatan pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dapat dikatakan baik dalam penerapannya. Dapat dilihat pada promosi pegawai bahwa promosi pegawai sudah baik dalam kegiatannya. Begitu pula pada kegiatan rotasi/mutasi pegawai, serta indikator rotasi/mutasi pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dapat dikatakan baik sehingga mewujudkan penempatan pegawai yang sesuai.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Rotasi

1. PENDAHULUAN

Persaingan antar perusahaan di era globalisasi semakin tajam, sehingga sumber daya manusia (SDM) dituntut untuk terus menerus mampu mengembangkan diri secara proaktif. Dengan pengaturan manajemen sumber daya manusia secara profesional, diharapkan karyawan bekerja secara produktif. Pengelolaan karyawan secara profesional harus dimulai sedini mungkin, sejak perekrutan karyawan, penyeleksian, pengklasifikasian, penempatan karyawan sesuai dengan kemampuan, keahlian, keterampilan, dan pengembangan kariernya. (Sutrisno, 2017:1).

Penempatan karyawan tidak sekedar menempatkan saja, tetapi juga harus mencocokkan dan membandingkan kualifikasi yang dimiliki karyawan dengan kebutuhan dan persyaratan dari suatu jabatan atau pekerjaan, sehingga *the right man on the right job* tercapai, pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan untuk menempatkan tenaga kerja merupakan keluaran yang didasarkan atas fakta keterangan, dan data yang dianggap representatif. Dalam artian, bahwa pengambilan keputusan di dalam penempatan tenaga kerja merupakan hasil seleksi yang telah dilakukan oleh manajer tenaga kerja, khususnya bagian seleksi tenaga kerja (Elbadiansyah, 2019 : 24)

Menurut Siagian (2015:168-169) banyak orang yang berpendapat bahwa penempatan merupakan akhir dari proses seleksi. Pandangan demikian memang tidak salah sepanjang menyangkut pegawai baru. Hanya saja teori manajemen sumber daya manusia yang mutakhir menekankan bahwa penempatan tidak hanya berlaku bagi para pegawai baru, akan tetapi berlaku pula bagi pegawai lama yang mengalami alih tugas dan mutasi. Berarti konsep penempatan mencakup promosi, transfer dan bahkan demosi sekalipun.

Kesalahan menempatkan karyawan dalam suatu jabatan yang bukan keahliannya sering terjadi pada beberapa organisasi termasuk pada organisasi pemerintahan. Seperti halnya yang terjadi dalam Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu yang menunjukkan adanya permasalahan dalam menempatkan karyawannya. Sebagai contoh yang terjadi di dalam instansi tersebut, ada beberapa karyawan dari Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu yang menempuh pendidikan yang berbeda dengan bidang yang ditempatkan dalam bertugas. Hal ini disebabkan keterbatasan sumber daya yang ada yang bisa saja menyebabkan terhambatnya aktivitas kerja karena tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki pegawainya..

Penulis menyadari bahwa pentingnya penempatan kerja pegawai untuk kelancaran aktivitas kerja dalam organisasi. Menempatkan Pegawai pada posisi yang tepat agar Pegawainya dapat bekerja sesuai harapan karena pekerjaan yang diberikan merupakan keahliannya. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian “Strategi Promosi dan Rotasi Kerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu”.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Peneliti akan mendeskripsikan dan menerangkan peristiwa mengenai penempatan kerja pegawai meliputi promosi dan rotasi kerja dalam instansi yang bersangkutan.

Data-data yang telah peneliti kumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi dianalisa dengan menggunakan tinjauan pustaka yang peneliti peroleh dari berbagai macam literatur pendukung, maka peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan antara teori dengan data yang telah dikumpulkan agar memperoleh kesimpulan sehingga mendapatkan suatu hasil dari analisa tersebut

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 44 responden melalui penyebaran kusioner melalui Google Form, untuk mendapatkan hasil jawaban responden terhadap jawaban akan didasarkan pada rentang pilihan jawaban sebagaimana pada lampiran.

Table 1. Jawaban Pertanyaan Responden

Pertanyaan	Tanggapan Responden				
	SB	S	N	TB	STB
Indikator Promosi					
Komunikatif menjadi salah satu syarat seseorang untuk dipromosikan	7	23	13	-	1
Intelektual menjadi salah satu syarat seseorang untuk dipromosikan	18	16	8	1	1
Memiliki visi yang baik menjadi salah satu syarat seseorang dipromosikan	5	17	17	5	-
Prestasi menjadi salah satu syarat seseorang dipromosikan	30	9	5	-	-
Disiplin menjadi salah satu syarat seseorang dipromosikan	30	14	-	-	-
Sikap bekerjasama menjadi salah satu syarat seseorang dipromosikan	10	19	14	1	-
Kejujuran menjadi salah satu syarat seseorang dipromosikan	16	24	3	1	-
Sikap merasa memiliki/merasa bagian dari perusahaan adalah salah satu syarat seseorang dipromosikan	3	9	26	5	1
Kesetiaan terhadap perusahaan/instansi adalah salah satu syarat seseorang dipromosikan	9	25	8	1	1
Indikator Rotasi					
Kemampuan pegawai salah satu penyebab seseorang dirotasi ke jabatan lain	13	8	-	1	-
Pengetahuan pegawai salah satu penyebab seseorang dirotasi ke jabatan lain	7	13	1	1	-
Kebosanan/ kejenuhan pegawai salah satu penyebab seseorang dirotasi ke jabatan lain	2	6	7	7	-

Sumber : Hasil Olahan Kuesioner, Juni 2021

3.2. Masalah dan Bukti Masalah

Permasalahan yang sedang dihadapi oleh Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu adalah adanya beberapa pegawai dari Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu menempuh pendidikan yang berbeda dengan bidang yang ditempatkan dalam bertugas.

Adapun bukti dari penempatan pegawai yang tidak sesuai dengan pendidikan yang ditempuh pada suatu bidang tertentu dapat dilihat pada tabel data pendidikan dan penempatan pegawai Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu sebagai berikut:

Tabel 2. Penempatan PNS Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu

Pendidikan Pegawai	Penempatan Pegawai
S2 Magister Humaniora	Sekretaris DPRD Kab. Tanah Bumbu
S1 Manajemen Sumber Daya Perairan	Pengawasan dan Penganggaran
S2 Administrasi Pendidikan	Perencanaan dan Keuangan
S1 Teknik Sipil	Informasi dan Pelaporan
S1 Pendidikan Bimbingan Konseling	Hukum & Perundang-undangan
S1 Pendidikan Guru Sekolah Dasar	Dukungan Penganggaran
SMA (IPA)	Pengadministrasian Umum
S1 Teknik Mesin	Pengolah Data

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner, Juni 2021.

3.3. Penyebab Masalah

Adapun penyebab munculnya masalah promosi dan rotasi kerja pegawai pada Sekretariat DPRD Tanah Bumbu adalah karena terbatasnya sumber daya manusia yang ada pada instansi tersebut yang berpengaruh pada promosi dan rotasi pegawai disatu divisi yang membutuhkan tenaga kerja tambahan.

3.4. Akibat Masalah

Akibat dari promosi dan rotasi pegawai yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu sejalur dengan hasil pengisian kuesioner menimbulkan akibat sebagai berikut:

- 1) Pegawai mengalami kendala dalam memahami tugas yang diberikan
- 2) Terhambatnya suatu pekerjaan yang harus diselesaikan karena pegawai harus menyesuaikan diri dengan tugas yang diberikan dan membutuhkan waktu untuk belajar lagi

3.5. Pemecahan Masalah

Strategi Promosi dan Rotasi Kerja Pegawai Selama Ini Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu Promosi

Promosi adalah perpindahan pegawai dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain yang lebih tinggi, baik dalam hal penghasilan yang lebih tinggi, tanggungjawab yang diberikan lebih besar dibanding dengan tanggungjawab dan wewenang serta jabatan yang diduduki sebelumnya.

Dalam Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu yang merupakan kantor pemerintahan, hanya berwenang untuk merekomendasikan pegawainya yang telah dinyatakan memenuhi syarat untuk dipromosikan sedangkan untuk pengambilan keputusan hal tersebut dikembalikan kepada Kantor Pusat.

Untuk mengetahui bagaimana promosi pegawai selama ini dalam Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dilihat dari indikator promosi pegawai maka diukur berdasarkan 3 dimensi dan 3 indikator dari masing-masing dimensi yaitu:

Tabel 3. Kesimpulan Indikator Promosi Kerja Pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu periode 2021

Promosi Pegawai	Tanggapan Responden					F
	5	4	3	2	1	
	SS	S	KS	TS	STS	
Komunikatif	7 (16%)	23 (52%)	13 (30%)	-	1 (2%)	44
Intelektual	18 (41%)	16 (36%)	8 (18%)	1 (2%)	-	44
Memiliki visi yang baik	2 (5%)	5 (11%)	12 (27%)	17 (39%)	8 (18%)	44
Prestasi	30 (68%)	9 (20%)	5 (11%)	-	-	44
Disiplin	-	14 (32%)	-	30 (68%)	-	44
Kerjasama	10 (23%)	19 (43%)	14 (32%)	1 (2%)	-	44
Kejujuran	16 (36%)	24 (55%)	3 (7%)	1 (2%)	-	44
Rasa memiliki	3 (7%)	9 (20%)	26 (60%)	5 (11%)	1 (2%)	44
Kesetiaan	9 (20%)	25 (57%)	8 (18%)	1 (2%)	1 (2%)	44
Jumlah Skor	95 (24%)	144 (36%)	89 (22%)	57 (15%)	11 (3%)	396

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner, Juni 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi indikator promosi tersebut maka diperoleh hasil bahwa lebih banyak responden yang menilai baik terhadap penerapan indikator promosi pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu periode 2021. Namun jika dilihat perindikator ada beberapa indikator yang menunjukkan hasil yang tidak baik. Apabila dikonversi ke dalam

persentase maka jumlah responden yang menyatakan sangat baik adalah 24%, sedangkan yang menyatakan baik 36%, sedangkan yang menyatakan netral adalah 22%, dan yang menyatakan tidak baik adalah 15%, serta yang menyatakan sangat tidak baik adalah 3%.

Rotasi

Rotasi adalah perpindahan pegawai dari satu pekerjaan ke pekerjaan lainnya yang tingkatnya hampir sama dalam hal tanggungjawab, tingkat gaji, maupun tingkat strukturalnya.

Rotasi pegawai dapat terjadi dikarenakan beberapa hal, seperti kebutuhan organisasi karena adanya posisi yang kosong, kejenuhan pegawai atas jabatan yang diemban, ataupun dikarenakan ketidakcocokan pegawai pada jabatan yang sedang diemban. Berbeda dengan promosi kerja pegawai, rotasi dilakukan pada kantor yang bersangkutan, tidak perlu dilakukan pengusulan pada kantor pusat.

Untuk mengetahui bagaimana rotasi pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dilihat dari indikator rotasi kerja pegawai maka diukur berdasarkan 3 indikator, yaitu:

Tabel 4. Tanggapan Responden Tentang Indikator Kebosanan/Kejenuhan Dalam Rotasi Pegawai

Rotasi Pegawai	Tanggapan					Total
	5	4	3	2	1	
	SB	B	N	TB	STB	
Kemampuan Karyawan	13 (59%)	8 (36%)	-	1 (5%)	-	22
Pengetahuan Karyawan	7 (31%)	13 (59%)	1 (5%)	1 (5%)	-	22
Kebosanan/Kejenuhan	2 (10%)	6 (27%)	6 (27%)	8 (36%)	-	22
Jumlah Skor	22 (33%)	276 (41%)	7 (11%)	10 (15%)	-	66

Sumber: Hasil Olahan Kuesioner, Juni 2021

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan 22 reponden tersebut maka diperoleh hasil bahwa lebih banyak responden yang menyatakan baik terhadap penerapan indikator yang dilakukan dalam rotasi pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu periode 2021. Apabila dikonversi ke dalam persentase maka jumlah responden yang menyatakan sangat baik adalah 33%, sedangkan yang menyatakan baik 41%, sedangkan yang menyatakan netral adalah 12%, dan yang menyatakan tidak baik adalah 14%, serta yang menyatakan sangat tidak baik adalah 0%.

Selama ini strategi penempatan pegawai terkait promosi dan rotasi kerja yang tidak tepat adalah pegawai banyak mengalami kesulitan dalam mengerjakan pekerjaan dalam suatu bidang dikarenakan tidak sesuainya dengan latar pendidikan serta skill yang dimiliki oleh pegawai terbatas.

Ada beberapa karyawan dari Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu yang menempuh pendidikan yang berbeda dengan bidang yang ditempatkan dalam bertugas. Hal ini disebabkan keterbatasan sumber daya yang ada yang bisa saja menyebabkan terhambatnya aktivitas kerja karena tidak sesuai dengan kemampuan yang dimiliki pegawainya.

Dengan begitu penempatan kerja pegawai berpengaruh untuk kelancaran aktivitas kerja dalam organisasi serta menempatkan pegawai pada posisi yang tepat agar pegawainya dapat bekerja sesuai harapan karena pekerjaan yang diberikan merupakan keahliannya dalam bidang tersebut.

Strategi Promosi dan Rotasi Kerja Yang Tepat Pegawai Selama ini Pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu

Strategi dapat diartikan sebagai perencanaan yang dilakukan instansi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Oleh karena itu, setiap instansi ataupun perusahaan harus memiliki strategi yang baik. Termasuk dalam hal penempatan pegawai, instansi juga memerlukan strategi agar aktivitas di instansi tersebut dapat berjalan dengan baik. Berdasarkan pada hasil kuesioner

yang penulis ajukan kepada 44 responden pada Pegawai Negeri Sipil Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu mengenai strategi Promosi dan Rotasi pegawai yang tepat dapat di simpulkan sebagai berikut:

1) Memberikan pelatihan terlebih dahulu tentang pekerjaan pada jabatan yang akan ditempati. Strategi yang diterapkan dalam Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu adalah mengadakan sebuah program pelatihan. Program pelatihan yang diadakan nantinya diikuti oleh pegawai yang dianggap membutuhkan pelatihan. Hal ini bertujuan agar pegawai dapat bekerja lebih baik lagi dan dapat meningkatkan kinerja pegawai. Keterampilan pegawai dan memberikan pembelajaran di tempat kerja menggunakan metode pelatihan tertentu akan berguna jauh di masa mendatang. Pelatihan juga diadakan untuk pegawai lama dengan tujuan untuk memperbaiki performa dan juga kemampuan pegawai dalam mengerjakan tugasnya.

2) Kinerja pegawai

Melalui kinerja akan diketahui seberapa baik pegawai telah melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Pegawai Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dapat dipromosikan apabila kinerja yang dilakukan pegawai yang bersangkutan dapat dikatakan baik. Telah banyak perusahaan ataupun instansi menggunakan standar kinerja dalam menilai baik tidaknya pekerjaan pegawainya. Dari penilaian kinerja ini mengakibatkan adanya promosi jabatan dari pegawai tersebut. Jadi alasan terjadinya promosi jabatan adalah adanya kinerja yang baik.

3) Disiplin kerja

Pegawai harus disiplin pada dirinya, tugas-tugasnya, serta menaati peraturan-peraturan yang berlaku baik tertulis maupun kebiasaan. Disiplin Pegawai sangat penting karena hanya dengan kedisiplinan memungkinkan perusahaan dapat mencapai hasil yang optimal. Oleh karena itu disiplin kerja menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dalam promosi pegawai

4) Pengalaman kerja

Pengalaman (senioritas) dimana promosi jabatan kepada masa kerja dan pengalaman yang dimiliki oleh pegawai Biasanya pegawai yang memiliki masa kerja yang cukup lama akan memiliki pengalaman yang lebih banyak. Pengalaman yang lebih banyak diharapkan mempunyai kemampuan yang lebih tinggi. Pengalaman yang dimiliki seorang pegawai menjadi salah satu yang dipertimbangkan dalam promosi pegawai ataupun rotasi pegawai.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Promosi dan rotasi pegawai pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dapat dikatakan kurang baik dalam penerapannya. Dapat dilihat pada promosi pegawai, responden menyatakan penerapan indikator promosi pegawai kurang baik dalam kegiatan promosi pegawai. Begitu pula pada kegiatan rotasi/mutasi pegawai, responden menyatakan penerapan indikator rotasi/mutasi pada Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu dapat dikatakan kurang baik karena pada instansi tersebut masih ada beberapa pegawai yang kesulitan dalam melakukan pekerjaannya yang mana tidak tepat dengan pendidikannya dan akhirnya pegawai harus menyesuaikan kembali dengan pekerjaannya.
2. Dalam rangka mewujudkan penempatan promosi dan rotasi pegawai yang tepat dan baik, Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu memiliki strategi dalam menempatkan pegawainya. Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu memberikan pelatihan kerja, memperhatikan kinerja pegawai, disiplin kerja, dan pengalaman kerja pegawainya sebagai

strategi dalam menempatkan pegawai sehingga pegawai dapat melakukan pekerjaannya dengan baik dan sesuai dengan bidang yang dimiliki pegawai.

4.2. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan di atas, adapun saran-saran yang ingin Peneliti sampaikan sebagai berikut:

Saran untuk Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu

1. Sebaiknya Sekretariat DPRD Kabupaten Tanah Bumbu lebih memperhatikan lagi terkait promosi dan rotasi pegawai karena sangat berpengaruh terhadap kelangsungan pegawai dalam bekerja. Sebelum dilakukan usulan promosi kepada pihak yang berwenang dalam mempromosikan pegawai, sebaiknya mempertimbangkan visi pegawai dan disiplin kerja setiap pegawainya dalam promosi pegawai. Memiliki visi yang baik dengan kinerja yang baik patut dipertimbangkan oleh organisasi. Selain itu pertimbangan bahwa memiliki visi yang baik dan disiplin berarti pegawainya memiliki tujuan yang akan dicapai karena memiliki pandangan dan rencana kedepannya bagi instansi dan mampu manajemen waktu dengan baik.
2. Memberikan Pendidikan, Pelatihan dan Program lainnya yang dapat menunjang peningkatan disiplin dan semangat kerja karyawan.

5. REFERENSI

- Afandi, Pandi. 2016. *Concept & Indicator Human Resources Management for Management Research*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Ardana, I Komang, dkk. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Elbadiansyah. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Purwokerto: CV IRDH.
- Hasibuan, Malayu. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indahingwati, Asmara. 2020. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Larasati, Sri. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Budi Utama
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, Veithzal. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saihudin. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Siagian, Sondang P. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutrisno, Edy. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: KENCANA.

Dokumen:

- Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2017 Tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil.
- Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor Tahun 2020 Tentang Manajemen Talenta Aparatur Sipil Negara

Pengaruh Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Banjarmasin

Rahmatul Jannatin Naimah¹, Deela Alfina²

Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹jannatinnaimah@gmail.com, ²deela.alfina@gmail.com

Abstrak

Saat ini penerimaan pajak dari Wajib Pajak Orang Pribadi secara nominal masih terlalu rendah, sehingga diperlukan adanya motivasi membayar pajak dan tingkat pendidikan yang baik untuk dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh motivasi membayar pajak secara parsial terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin, (2) untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan secara parsial terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin, dan (3) untuk mengetahui pengaruh motivasi membayar pajak dan tingkat pendidikan secara simultan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan, kuesioneri. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang dengan ketentuan Wajib Pajak Orang Pribadi yang berdomisili di Kota Banjarmasin. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel Motivasi Membayar Pajak secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin, (2) variabel Tingkat Pendidikan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin. (3) variabel Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin.

Kata Kunci : *Motivasi, Tingkat Pendidikan, Wajib Pajak*

1. PENDAHULUAN

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang paling potensial. Sejak dilakukannya reformasi pajak yang pertama pada tahun 1984, diharapkan penerimaan pajak sebagai sumber utama pembiayaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dapat dipertahankan kesinambungannya. Mengingat begitu pentingnya peranan pajak maka dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak telah melakukan berbagai upaya untuk memaksimalkan penerimaan pajak. Diharapkan upaya yang dilakukan mampu untuk dijadikan sebagai penggerak pembangunan yang sedang dan akan terjadi.

Tanggung jawab dibidang perpajakan sebagai pencerminan kewajiban kenegaraan berada pada setiap Warga Negara sebagai Wajib Pajak. Hal ini sesuai dengan sistem self assessment yang dianut dalam Sistem Perpajakan Indonesia. Artinya setiap Wajib Pajak bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kewajiban pembayaran pajak, pelaporan pajak dan pemberitahuan pajak yang terutang kepada pemerintah, yang dalam hal ini diatur oleh Direktorat Jenderal Pajak.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP), pada tahun 2019 realisasi penerimaan pajak mencapai Rp1332,1 triliun atau 84,4% dari target. Dari informasi tersebut bisa disimpulkan bahwa penerimaan pajak masih belum bisa mencapai dari target yang ditentukan. DJP harus terus berusaha untuk meningkatkan pendapatan pajak dengan menggali potensi yang ada demi mencapai target yang telah ditetapkan.

Pencapaian 84,4% tersebut merupakan kontribusi dari Wajib Pajak Badan dan Wajib Pajak Orang Pribadi, namun hanya sedikit sekali yang berasal dari Wajib Pajak Orang Pribadi. Dalam penelitiannya, Dina Fitriani dan Putu Mahardika (2009:136) mengungkapkan bahwa penerimaan pajak di Indonesia pada umumnya masih didominasi oleh badan. Hal tersebut dikarenakan sebagai instansi formal terdaftar, badan lebih mudah teridentifikasi jati dirinya, terpantau kehadirannya, terdeteksi kegiatannya dan transparan objek pajaknya, sedangkan pada pemungutan pajak atas orang pribadi terjadi kesulitan dalam pemantauan dan pendeteksian. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya informasi transaksi finansial dari tiap orang secara jelas, sehingga pemungutan pajak atas badan lebih optimal daripada orang pribadi.

Rendahnya penerimaan pajak umumnya dikarenakan wajib pajak belum memiliki motivasi yang kuat untuk sadar dan patuh dalam memenuhi kewajibannya dalam hal perpajakan. Sehingga diperlukan adanya upaya peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi untuk memenuhi kewajibannya perlu dilakukan upaya-upaya yang bersifat komprehensif dan berkesinambungan oleh pemerintah agar target penerimaan pajak tercapai. Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan merupakan faktor dari dalam diri setiap Wajib Pajak Orang Pribadi, kedua faktor ini penting karena berpengaruh terhadap tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dan penerimaan pajak negara.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- (1) untuk mengetahui pengaruh motivasi membayar pajak secara parsial terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin,
- (2) Untuk mengetahui tingkat pendidikan secara parsial terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin,
- (3) untuk mengetahui pengaruh motivasi membayar pajak dan tingkat pendidikan secara simultan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, kuesioner, dan

dokumentasi. Adapun Teknik analisa data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda.

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, sehingga untuk pengambilan sampel menggunakan kriteria Roscoe (1975) dalam menentukan ukuran jumlah sampel yang akan diuji (Uma Sekaran dalam Ovi Itsnaini Ulynnuha (2018:3) yaitu sebagai berikut :

- (1) Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
- (2) Sampel dipecah ke dalam subsampel; (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
- (3) Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih disukai 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi.
- (4) Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (match pairs, dan sebagainya), penelitian yang sukses adalah mungkin dengan sampel ukuran kecil antara 10 hingga 20.

Sehingga dengan demikian jumlah sampel tersebut didapatkan melalui 10 kali jumlah variabel berarti 10 kali 3 variabel yaitu 30 sampel minimum. Dibulatkan menjadi 50 orang sebagai sampel. Sampel ini diambil dengan ketentuan Wajib Pajak Orang Pribadi yang berdomisili di Kota Banjarmasin.

Berikut ini definisi operasional variabel yang diadaptasi dari penelitian Rolalita Lukmana Putri di tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Di wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta” :

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
Motivasi Membayar Pajak (X1)	1) Kejujuran wajib pajak	(1) Tidak melakukan manipulasi penghasilan
	2) Kesadaran wajib pajak	(2) Melakukan kewajiban perpajakan
	3) Hasrat untuk membayar pajak	(3) Merasakan manfaat apabila memenuhi kewajiban perpajakan
Tingkat Pendidikan (X2)	(1) Pendidikan sangat tinggi	(1) Menempuh pendidikan ke Perguruan Tinggi
	(2) Pendidikan Tinggi	(2) SMA / sederajat
	(3) Pendidikan Sedang	(3) SMP / sederajat
	(4) Pendidikan Rendah	(4) SD / sederajat
Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Y)	(1) Mendaftarkan diri	(1) Mendaftarkan NPWP atas kemauan sendiri
	(2) Menyetorkan kembali SPT	(2) Mampu menghitung pajak dalam SPT
	(3) Kepatuhan perhitungan pajak terhutang	(3) Menghitung pajak terhutang dalam SPT
	(4) Kepatuhan pembayaran tunggakan pajak	(4) Membayar kewajiban tunggakan pajak (jika ada)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang didapatkan menggunakan kuesioner dianalisis menggunakan Uji Asumsi Klasik terlebih dahulu sebelum dilanjutkan dengan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil Uji Asumsi Klasik menunjukkan data layak diuji menggunakan Regresi Linear Berganda. Adapun hasil Analisis Linear Berganda yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.743	.460		3.790	.000
X1	.598	.090	.708	6.617	.000
X2	-.050	.078	-.069	-.646	.522

Dari tabel di atas, hasil perhitungan Motivasi dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dapat disusun dalam model sebagai berikut:

$$Y = 1,743 + 0,598X1 - 0,050X2$$

Dari rumus tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,743 yang artinya apabila seluruh variabel X nilainya 0, maka nilai Y adalah 1,743.
2. $b_1 = 0,598$ artinya setiap adanya motivasi kepatuhan membayar pajaknya mengalami kenaikan 1%, maka kepatuhan membayar pajak meningkat 0,598.
3. $b_2 = -0,050$ artinya setiap tingginya derajat pendidikan seseorang, maka semakin rendah pula kepatuhan untuk membayar pajaknya.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.464	.26950

Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,464. Hal tersebut berarti seluruh variabel bebas yakni Motivasi (X1) dan Tingkat Pendidikan (X2) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 46,4% terhadap variabel yakni kepatuhan wajib pajak (Y), sedangkan sisanya sebesar 53,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel cukup kuat dan apabila semakin kecil Adjusted R Square semakin lemah hubungan kedua variabel.

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.225	2	1.612	22.20	.000 ^b
Residual	3.414	47	.073	1	
Total	6.638	49			

Uji F yang diperoleh dari hasil pengolahan data adalah Sig F $0.000 < 0,05$ (5%) hasil dari uji F tersebut sudah signifikan, yang berarti variabel motivasi dan tingkat pendidikan bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak dan juga bahwa hasil uji F yang signifikan ini sesuai dan sama hasilnya dengan teori dan penelitian oleh (Susi Dianawati (2008):94). Jadi peningkatan kepatuhan wajib pajak dapat terwujud apabila motivasi dan tingkat pendidikan masyarakat juga ditingkatkan secara bersamaan.

Tabel 5. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.743	.460		3.790	.000
X1	.598	.090	.708	6.617	.000
X2	-.050	.078	-.069	-.646	.522

Hasil Uji t dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Nilai t-hitung variabel Motivasi sebesar 6,617 dan nilai sig 0,000 menunjukkan bahwa variabel Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai t bertanda (+) menunjukkan hubungan yang searah. Koefisien regresi pada variabel motivasi membayar pajak 0,598 menunjukkan bahwa apabila variabel independent bertambah sebanyak satu satuan, maka variabel kepatuhan wajib pajak akan bertambah 0,598 satuan. Hal ini sesuai dan sejalan dengan hasil penelitian dari Faustin Dyan Kristianti Lainurak (2019:74).
2. Nilai t-hitung variabel Tingkat Pendidikan sebesar -0,646 dan nilai sig 0,522 menunjukkan bahwa variabel Tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Nilai t bertanda (-) menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Susi Dianawati (2008:93) yang menyebutkan bahwa tingkat pendidikan wajib pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Ini dikarenakan aparat pajak kurang adanya penyuluhan atau sosialisasi di berbagai tingkat pendidikan yang menjadikan kurangnya pemahaman tentang pentingnya pajak dan fungsi pajak tersebut.

Berdasarkan kesimpulan di atas, secara parsial motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut disebabkan oleh adanya motivasi yang kuat dalam diri wajib pajak dan didukung factor eksternal yang mendorong wajib pajak untuk tetap melaksanakan kewajiban perpajakannya. Sementara itu, tingkat pendidikan wajib pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut karena kurangnya sosialisasi perpajakan dan tidak transparannya pemerintah dalam penggunaan pajak tersebut. Aparat pajak (fiskus) perlu melakukan sosialisasi perpajakan secara maksimal, efisien, dan efektif ke seluruh lapisan pendidikan masyarakat agar memiliki wajib pajak yang berkualitas mengenai pengetahuan pajak dan memahami secara benar hak dan kewajibannya.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

- (1) Hasil analisis secara parsial menyatakan bahwa variabel Motivasi Membayar Pajak (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin.
- (2) Hasil analisis partisial menyatakan bahwa variabel Tingkat Pendidikan (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin.
- (3) Hasil analisis simultan menyatakan bahwa variabel Motivasi Membayar Pajak (X1) dan Tingkat Pendidikan (X2) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Kota Banjarmasin.

4.2. Saran

- (1) Dikarenakan variabel motivasi membayar pajak signifikan pengaruhnya terhadap kepatuhan wajib pajak, maka sebaiknya kantor pajak meningkatkan motivasi orang dalam membayar pajak agar dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Adapun cara untuk meningkatkan motivasi membayar pajak salah satunya dengan cara melakukan sosialisasi, memberikan kemudahan dalam segala hal pemenuhan kewajiban perpajakan dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap pajak.
- (2) Dikarenakan variabel tingkat pendidikan nilainya negatif dan tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak, maka saran untuk kantor pajak adalah memberikan edukasi, penyuluhan ataupun sosialisasi di berbagai tingkat pendidikan, sehingga diharapkan ke depannya semangkin tinggi tingkat pendidikan akan semakin meningkat kepatuhan wajib pajak.
- (3) Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah pengaruh motivasi membayar pajak dan tingkat pendidikan terhadap kepatuhan wajib pajak, oleh karena itu saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti selain variabel tersebut, misalnya pengaruh kesadaran wajib pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan untuk pengambilan sampel bisa didapatkan dari aparat pajak sehingga data yang didapatkan lebih akurat dan jelas. Serta mengingat penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang kecil yaitu 50 orang dikarenakan penelitian dilakukan pada saat pandemi covid 19, maka untuk penelitian selanjutnya bisa menambah jumlah sampel yang lebih banyak agar didapat hasil yang lebih representatif dengan kondisi di lapangan.

5. REFERENSI

- Dianawati, Susi. 2008. "Analisis Pengaruh Motivasi dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak". Jakarta: Penerbit UIN Jakarta.
- Ftriani W, Dina dan Saputra, Putu Mahardika Adi. 2009. "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jumlah Penerimaan Pajak Penghasilan Orang Pribadi (Studi Kasus di wilayah Kerja Kantor Pelayanan Pajak Batu)". Malang: Penerbit Journal Of Indonesian Applied Economics Universitas Brawijaya.
- Herawan, Dedy. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Motivasi Wajib Pajak Dan Pelaksanaa E-SPT Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak". Bandung: Penerbit Universitas Komputer Indonesia
- Lainurak, Fustin Dyan Kristianti. 2019. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Usia, dan Motivasi Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi". Yogyakarta: Penerbit Docplayer.

- Putri, Rolalita Lukmana. 2016. "Pengaruh Motivasi Membayar Pajak dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Di wilayah Direktorat Jenderal Pajak Daerah Istimewa Yogyakarta". Yogyakarta: Penerbit Profita Kajian Ilmu Akuntansi.
- Siahaan, Stefani. 2018. "Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosial Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi". Bengkulu: Penerbit Faculty Of Economics & Business, Universitas Bengkulu.
- Tamba, Lilis Natalia. 2016. "Pengaruh Penerapan Self Assessment System,Perubahan Tarif Pajak Dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku UKM Setelah Penerapan PP No.46 Tahun 2013 (Survei Pada Wajib Pajak Di KPP Pratama Jakarta Grogol Petamburan)". Jakarta: Penerbit Academia.
- Ulynnuha, Ovi Istiaini. 2018. "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Memenuhi Kewajibannya". Surakarta: Penerbit Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pemanfaatan Digital Marketing Oleh Pelaku Umkm Di Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19

Sari Hepy Maharani¹, Rohayati², Linda Permanasari³

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹sarihepymaharani@poliban.ac.id, ²rohayati@poliban.ac.id , ³lindapermanasari@poliban.ac.id

Abstrak

Sejak awal tahun 2020, pandemic Covid-19 telah mengubah seluruh aspek kehidupan masyarakat. Masyarakat harus mulai beradaptasi dengan kebiasaan baru dimana penerapan protokol kesehatan tidak hanya wajib tetapi juga menjadi trend gaya hidup. Salah satu kebiasaan baru yang mulai diterapkan banyak orang adalah belanja online. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi UMKM di Indonesia untuk dapat mengembangkan dan mempertahankan usahanya di tengah pandemi COVID-19. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif ini menggunakan kajian literatur agar dapat memberikan gambaran bagaimana digital marketing memberikan peran yang berarti dalam meningkatkan ketahanan UMKM di Indonesia sehingga dapat tetap bertahan dimasa pandemic. Selain itu melalui penelitian ini juga digambarkan implementasi digital marketing yang mayoritas digunakan oleh pelaku UMKM di Indonesia.

Kata Kunci : *digital marketing, UMKM, pandemic covid-19*

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menyebar ke seluruh dunia, dan berdampak signifikan pada sektor ekonomi (Fendel et al., 2020). Dari perspektif makroekonomi, Covid-19 telah berdampak pada tren penurunan pertumbuhan ekonomi, konsumsi agregat, investasi, dan neraca pembayaran (Fang et al., 2021). Sementara itu, dari sisi ekonomi mikro, pandemi Covid-19 telah menurunkan konsumsi dan daya beli masyarakat karena banyak orang kehilangan pendapatan dan pekerjaan (Dang & Nguyen, 2021). Selain itu, sebagian besar masyarakat berhati-hati dalam mengontrol pengeluarannya karena adanya ketidakjelasan selama masa pandemi (Celik et al., 2020).

Tak terkecuali di Indonesia, pandemi Covid-19 juga telah menghambat kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) dalam produksi, pasar, dan pendapatannya (Srikalimah et al., 2020). Meskipun Indonesia pada krisis ekonomi tahun 1998, UKM lebih mudah beradaptasi daripada perusahaan besar (Juergensen et al., 2020), tetapi pandemi Covid-19 menjadi guncangan eksternal yang parah dan mempengaruhi sisi penawaran dan permintaan, terutama selama penerapan PSBB (Fitriasari, 2020). Kondisi ini menyoroti bahwa krisis Covid-19 akan mempengaruhi keberlanjutan UKM (Juergensen et al., 2020).

Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan ada 37.000 UKM terdampak pandemic Covid-19. Padahal, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk menyelamatkan UMKM seperti:

1. Melonggarkan angsuran kredit UMKM melalui bank dan lembaga keuangan.
2. Program dukungan sosial untuk usaha kecil atau mikro.
3. Meningkatkan permintaan dengan cara meningkatkan anggaran belanja pemerintah dan gerakan kampanye Bangga Buatan Indonesia (BBI). Sumber: [www://kompas.com](http://www.kompas.com)

Namun hal ini tentunya masih belum cukup, pemilik bisnis perlu merespon secara cepat dan tepat dengan mengubah strategi penjualannya (Lorentz et al., 2016). Untuk menyiasatinya, UKM dapat mengelaborasi pemanfaatan teknologi dan memberdayakan media digital (Dwivedi et al., 2021).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian implementasi digital marketing bagi pelaku sektor UMKM menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode literature review dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang terkait dengan objek penelitian ini. Penelitian kualitatif sedang dilakukan untuk mengembangkan kesadaran melalui pemahaman dan eksplorasi. Analisis terhadap kebaruan aktivitas digital marketing pada UMKM yang ada di Indonesia dilandaskan pada data serta hasil dari penelitian-penelitian terdahulu agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas terhadap peran digital marketing terhadap UMKM di Indonesia..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Indonesia

Di Indonesia aktivitas digital marketing berkembang dengan sangat cepat sebagai akibat dari meluasnya pandemic Covid-19. Pandemic Covid-19 telah merubah kebiasaan berbelanja masyarakat Indonesia. Sebelum pandemic Covid-19 berbelanja secara langsung masih dilakukan oleh Sebagian besar masyarakat Indonesia, namun dengan adanya pembatasan dalam interaksi, kebijakan PSBB oleh pemerintah dan lain-lainnya, kini Sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih untuk belanja secara online ketimbang belanja secara offline (Redjeki & Affandi, 2021). Tentunya dengan perubahan kebiasaan belanja ini, para pebisnis UMKM juga harus mampu beradaptasi teknologi agar bisnis mereka tetap dapat berjalan dengan baik.

Dwivedi (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ada dua pilihan yang dapat dilakukan pihak UMKM untuk beradaptasi dengan kebiasaan belanja online yang banyak

dilakukan masyarakat Indonesia saat ini yaitu dengan mengelaborasi penggunaan teknologi dan memberdayakan media social.

Lebih lanjut Patma (2021) dalam penelitiannya tentang dampak pemasaran media sosial bagi keberlanjutan UKM Indonesia menjelaskan bahwa penggunaan media social menjadi pilihan utama para pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas pemasarannya karena manfaat serta kemudahan penggunaannya. Sedangkan elaborasi dengan penggunaan teknologi menjadi pilihan berikutnya terkait dengan ketersediaan budget yang para pelaku UMKM

Agar dapat bertahan dalam masa Pandemi, Dora dan Saudi (2021) juga menjelaskan bahwa para pelaku UMKM harus mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam melaksanakan aktivitas digital marketing. Semakin tingginya penggunaan social media dimasa pandemi serta serbuan iklan dari berbagai jenis produk, menciptakan brand awareness bukan merupakan hal yang mudah. Para pelaku UMKM dituntut untuk memiliki inovasi dan kreatifitas baik dalam bentuk content marketing, iklan, desain produk, kemasan produk atau bahkan varian/lini produk baru (Maharani et al, 2021)

Implementasi Penggunaan E-Commerce Pada UMKM

Berdasarkan hasil survei dari KIC (Katadata Insight Centre) tahun 2021, 86% UMKM yang ada di Indonesia menggunakan satu hingga tiga platform marketplace diantaranya Shopee dan Tokopedia. Hasil survei juga menunjukkan bahwa 82% responden UMKM memilih Shopee sebagai marketplace untuk berjualan. Kemudian, 64% responden menggunakan Tokopedia, Bukalapak digunakan 28%, Lazada 22%, Blibli 15% dan lainnya 9%. Marketplace ini karena karena factor jaminan keamanan, promosi (gratis ongkir, cashback dan diskon) serta kemudahan penggunaan.

Selain itu, survei KIC juga menunjukkan bahwa peran marketplace sangat penting. Sebanyak 77% UMKM menyatakan marketplace membantu mereka memasarkan produk sehingga mereka bisa bertahan dan berjualan di masa pandemi.

Senada dengan hasil penelitian Mukhsin (2019), E-Commerce yang paling banyak digunakan oleh para pelaku UMKM di Indramayu adalah Bukalapak sebanyak 86,6% dan Tokopedia 66,6%. Sedangkan website menjadi platform e-commerce yang hanya digunakan oleh 33% UMKM.

Rendahnya penggunaan website sebagai sarana penjualan UMKM disebabkan oleh factor biaya, karena untuk membuat website masih membutuhkan tenaga ahli IT atau jasa pihak ketiga. Begitu juga dengan blog, yang di Indonesia masih jarang digunakan sebagai saran penjualan. Tentunya hal ini berbeda dengan kondisi UMKM di Amerika dan Eropa dimana mereka sudah memulai Trend DIY untuk pembuatan website serta Blog juga menjadi sarana penjualan yang secara aktif digunakan.

Implementasi Penggunaan Social Media Pada UMKM

UMKM menghadapi banyak keterbatasan termasuk adopsi teknologi sebagai hambatan bagi kelompok ini untuk meraih peluang yang dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis mereka, social media marketing dianggap sebagai saluran yang sangat menjanjikan komunikasi bisnis (Priyopradono, 2016).

UMKM dapat mempertahankan posisi mereka dan menciptakan pelanggan setia melalui penggunaan yang efektif dari social media marketing (Oztamur & Karakadilar, 2014). Social media dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kegiatan bisnis usaha kecil. Karena perusahaan kecil memiliki portofolio sumber daya keuangan yang rendah untuk bersaing lebih efektif di pasar, kemampuan social media dapat menjadi lebih efektif bagi usaha kecil daripada perusahaan besar (Gomez et al, 2015).

Berdasarkan pada survei Paxel (2021), sebanyak 87 persen responden tercatat memakai lebih dari satu platform media sosial. Adapun, WhatsApp (84%) dan Instagram (81%) adalah

aplikasi yang paling mendominasi pemakaian media sosial untuk berjualan online, sedangkan untuk facebook penggunaannya hanya sebanyak 36%. Hasil riset juga mengungkap bahwa kepemilikan toko fisik di era digital kini tidak lagi relevan bagi UMKM. Hal ini demikian karena sebanyak 66 persen responden menganggap pendapatan dari toko online telah melampaui pendapatan dari toko fisik.

Sebelumnya Mukhsin (2019) telah menjelaskan bahwa para pelaku UMKM di Indonesia lebih menyukai media social ketimbang platform e-commerce /marketplace karena kemudahannya dalam membagikan informasi dan menarik perhatian dari target pasar. Facebook dengan fungsi like dan kemudahan fitur share untuk berbagi informasi sesama pengguna facebook memberikan efek viral yang dapat meningkatkan performa pemasaran produk, ditambah dengan kemudahan berinteraksi dengan komentar sebelumnya memberikan efek domino untuk memperkuat image produk.. Twitter dengan fitur retweet, follower, dan subscriber dapat memudahkan membagikan informasi produk dan memberikan manfaat yang luar biasa dalam memasarkan produk. Instagram dengan kemudahan memposting tampilan visual berupa still image dan short video, akan menjadikan produk yang paling sering di upload akan memiliki kecenderungan lebih tinggi menarik perhatian dari konsumen.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berubahnya kebiasaan belanja masyarakat Indonesia di masa Pandemi Covid-19 memaksa para pelaku UMKM untuk merubah cara berbisnis mereka dari penjualan langsung secara konvensional menjadi penjualan secara online. Namun dengan adanya keterbatasan dana serta minimnya pengetahuan terhadap digital marketing, media social menjadi saluran utama yang paling banyak digunakan oleh para pelaku UMKM karena minimnya biaya yang diperlukan serta kemudahan penggunaannya. Selanjutnya disusul oleh penggunaan marketplace. Dan hanya sebagian kecil UMKM saja yang memiliki website pribadi untuk aktivitas penjualan karena penggunaan website membutuhkan budget khusus dalam pembuatan serta pengelolannya.

5. REFERENSI

- www.paxel.co. (2021). Paxel Buy & Send Insights: UKM Prefer to Sell in Social Media. 29 April 2021. <https://paxel.co/en/news-and-promos/paxel-buy-and-send-insights-ukm-prefer-to-sell-in-social-media>
- Burhan, Fahmi Ahmad.(2021). Survei KIC: Mayoritas UMKM Berdagang Online di Shopee dan Tokopedia. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/608fc9fd30bac/survei-kic-mayoritas-umkm-berdagang-online-di-shopee-dan-tokopedia>
- Capitello, R., Agnoli, L., Begalli, D., & Codurri, S. (2014). Social media strategies and corporate brand visibility in the wine industry. *EuroMed Journal of Business*.html [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Celik, B., Ozden, K., & Dane, S. (2020). The effects of COVID-19 pandemic outbreak on the household economy. *Journal of Research in Medical and Dental Science*, 8(4), 51–56. <https://www.jrmds.in/articles/the-effects-of-covid19-pandemic-outbreak-on-the-household-economy-54411>
- Chatterjee, S., & Kar, A. K. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53, 102103.
- Dang, H. A. H., & Nguyen, C. V. (2021). Gender inequality during the COVID-19 pandemic: income, expenditure, savings, and job loss. *World Development*, 140, 105296.

- <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105296> [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Dora, Yenny Maya & Saudi, M. Haizam. 2021. The Role Of Digital Marketing With Creativity And Innovation For Sustainable MSMEs. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology* 17(10), 2902-2913. ISSN 1567-214x.
- Dumitriu, D., Militaru, G., Deselnicu, D. C., Niculescu, A., & Popescu, M. A.-M. (2019). A perspective over modern SMES: managing brand equity, growth and sustainability through digital marketing tools and techniques. *Sustainability*, 11(7), 2111.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Rana, N. P., & Raman, R. (2021). Social media adoption, usage and impact in business-to-business (B2B) context: A state-of-the-art literature review. *Information Systems Frontiers*, 2, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10106-y> [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Fang, J., Collins, A., & Yao, S. (2021). On the global COVID-19 pandemic and China's FDI. *Journal of Asian Economics*, 74, 101300. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2021.101300> [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Fendel, R., Neugebauer, F., & Zimmermann, L. (2020). Reactions of Euro Area government yields to covid-19 related policy measure announcements by the European commission and the European central bank. *Finance Research Letters*, 101917. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101917> [Crossref], [PubMed], [Google Scholar]
- Fitriasari, F. (2020). How do small and medium enterprise (SME) survive the COVID-19 outbreak?. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(02), 53–62. <https://doi.org/10.22219/jiko.v5i3.11838> [Crossref], [Google Scholar]
- Gomez J. Braojos, Amado J. Benitez, and Montes, F. Javier Llorens . (2015). How do small firms learn to develop a social media competence?., *Int. J. Inf. Manage.*, vol. 35, no. 4, pp. 443–458.
- Juergensen, J., Guimón, J., & Narula, R. (2020). European SMEs' amidst the COVID-19 crisis: Assessing impact and policy responses. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47(3), 499–510. <https://doi.org/10.1007/s40812-020-00169-4> [Crossref], [Google Scholar]
- Maharani, Sari H., Pebrianto, Agus., Rohayati. Dampak Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banjarbaru. *Jurnal INTEKNA*, Volume 21 , No.1, Mei 2021: 1-53. ISSN 2443-1060
- Nuseir, M. T., & Aljumah, A. (2020). The Role of Digital Marketing in Business Performance with the Moderating Effect of Environment Factors among SMEs of UAE. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.
- Öztamur, D and Karakadılar, S. (2014). Exploring the Role of Social Media for SMEs: As a New Marketing Strategy Tool for the Firm Performance Perspective," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 150, pp. 511–520, Sep. 2014
- Patma, Tundung S., Wardana, Ludi W., Wobowo, Agus., Narmaditya, Bagus S, Akbarina, Farida. 2021. The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*. Volume 8, 2021 - Issue 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Priyopradono, Bentar. (2016). Social Media Marketing Model pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia dengan pendekatan A.I.D.A.T Model. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Teknik Informatika (SENAPATI 2016)*, Denpasar – Bali, 27 Agustus 2016. ISSN 2087-2658
- Redjeki, Finny & Affandi, Azhar. (2021). Utilization of Digital Marketing for MSME Players As Value Creation for Customers during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Science and Society*, Volume 3, Issue 1, 2021

- Ritz, Wendy., Wolf, Marco., Mcquitty, Shaun., (2019). Digital marketing adoption and success for small businesses: The application of the do-it-yourself and technology acceptance models. *Journal of Research in Interactive Marketing* 13(2), March 2019. DOI:10.1108/JRIM-04-2018-0062
- Saleh, H. (2020). Enhance Small Medium Enterprise (Smes) Family Business in Malaysia Through E-Marketing Strategies. *International Journal of Scientific and Technology Research*.
- Setiaboedia, A. P., Saria, H., & Prihartonoa, B. (2018). Conceptual Model for Online Marketing Strategy to Success in the Survival Phase of Small Firms. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (Vol. 1877).
- Srikalimah, S., Wardana, L. W., Ambarwati, D., Sholihin, U., Shobirin, R. A., Fajariah, N., & Wibowo, A. (2020). Do creativity and intellectual capital matter for SMEs' sustainability? the role of competitive advantage. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 397–408. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.397> [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Sultan, M. F., Asif, M., & Asim, M. (2019). Perceived impact of E-Marketing Practices (EMP) by SMEs on Customer Relationships: Moderating Role of Security, Privacy and Weak Infrastructure. *Global Management Journal for Academic & Corporate Studies*, 9(1), 134–145
- Quinton, Sarah., Canhoto, Ana I., Molinillo, Sebastian., Pera, Rebecca., 2015. *The Digital Orientation of European SMEs: Initial findings from an International Study*. Conference: Academy of Marketing Conference 2015At: University of Limerick (Ireland).
- Ziolkowska, Marta Joanna (2021). Digital Transformation and Marketing Activities in Small and Medium-Sized Enterprises. *Sustainability* 2021,13,2512. <https://doi.org/10.3390/su13052512>

Tinjauan Tentang Prosedur Pembayaran Hutang Oleh Account Payable Galaxy Hotel Banjarmasin Kepada Supplier

Muhammad Yasar¹, Huda Sya'rawi²

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹muhammadyasar3100@gmail.com, ²mamaazay@gmail.com

Abstract

This research, aims to find out (1) the procedure for paying debts by accounts payable Galaxy Hotel Banjarmasin to suppliers, (2) obstacles in the process of paying debts by accounts payable Galaxy Hotel Banjarmasin. This research method is a form of descriptive research. The data sources used are primary and secondary data. The research variable is the independent variable. The data collection techniques of this study were observation, interviews and documentation. The data analysis technique used is qualitative. Based on the results of the study, the management of accounts payable used by Galaxy Hotel Banjarmasin's payable account has been running quite well and in accordance with applicable accounting procedures, although there are still some obstacles but overall it has been going quite well. This can be seen from the functions related to the payment of debts, the accounting records used, the documents used, and the network of procedures. There are several obstacles in the process of paying debts by Galaxy Hotel Banjarmasin's payable account to suppliers, namely: Transfer of debt payments that are not approved or approved for payment, differences in the quantity of goods on the supplier's invoice with the purchase order.

Keywords : Account Payable, Debt, Supplier

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) prosedur pembayaran hutang oleh account payable Galaxy Hotel Banjarmasin kepada supplier, (2) kendala dalam proses pembayaran hutang oleh account payable Galaxy Hotel Banjarmasin. Metode penelitian ini yaitu bentuk penelitian deskriptif. sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Variabel penelitian ini adalah variabel independent. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan hutang usaha yang digunakan oleh account payable Galaxy Hotel Banjarmasin sudah berjalan cukup baik dan sesuai dengan prosedur akuntansi yang berlaku walaupun masih terdapat beberapa kendala namun secara keseluruhan sudah berjalan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari fungsi yang terkait dalam pembayaran hutang, catatan akuntansi yang digunakan, dokumen yang digunakan, serta jaringan prosedurnya. Kendala dalam proses pembayaran hutang oleh account payable Galaxy Hotel Banjarmasin kepada supplier ada beberapa yaitu : Transfer pembayaran hutang yang tidak approved atau disetujui pembayarannya, perbedaan kuantitas barang di invoice supplier dengan purchase order.

Kata Kunci : Account Payable, Hutang, Supplier

1. PENDAHULUAN

Setiap departemen memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing, salah satunya adalah *finance/accounting department* yang bertugas untuk mengurus pengeluaran atau pembiayaan dan hasil yang di dapat dari kegiatan operasional hotel. Untuk menjalankan tugasnya di *finance/accounting department* terdapat beberapa section yaitu *purchasing, receiving, dan account payable*. *Purchasing* merupakan sub bagian dari *finance department* yang bertugas membeli semua jenis barang keperluan operasional hotel, baik barang untuk disimpan di gudang sebagai barang persediaan maupun barang yang langsung dipakai oleh bagian yang meminta. Semua jenis pengadaan dan pembelian barang atau bahan baku harus melewati *purchasing* baik itu pembelian secara kredit atau tunai, hal ini dimaksudkan agar setiap barang yang dibeli benar-benar sesuai dengan fungsi dan gunanya. Untuk pembelian secara kredit yang melakukan pembayaran hutang kepada supplier merupakan tugas dan tanggung jawab dari *account payable*. *Account payable* merupakan section yang bertugas memproses pembayaran hutang kepada supplier akibat adanya pembelian barang oleh *purchasing* secara kredit setelah menerima dokumen dari *receiving*.

Bagian *finance/accounting* dalam perhotelan bertanggung jawab untuk mengendalikan kegiatan operasional keuangan. Begitu juga dengan *account payable* bertanggung jawab atas penelitian dan pencatatan seluruh hutang – hutang. Berdasarkan hal yang telah diuraikan diatas tentang prosedur kerja *Account payable* dalam menunjang kelancaran pelayanan dan sebagai jembatan antara pihak hotel dengan *supplier*. Seorang *account payable* juga tidak luput dari kendala dalam proses pembayaran hutang kepada *supplier*, kendala tersebut tentu bisa saja dapat mengakibatkan tertundanya permbayaran atau bahkan tidak bisa dibayar. Maka dari itu peneliti tertarik membahas lebih jauh dan akan mengangkat penelitian dengan judul : “*Tinjauan Tentang Prosedur Pembayaran Hutang Oleh Account Payable Galaxy Hotel Banjarmasin Kepada Supplier*”.

Tinjauan pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- ✓ Prosedur Pembayaran Utang, Romney dan Steinbart (2012:398)
- ✓ Fungsi yang Terkait Mulyadi (2001:299)
- ✓ Catatan Akuntansi yang Digunakan. Mulyadi (2001:306)
- ✓ Dokumen yang Digunakan, Mulyadi (2001:306)
- ✓ Jaringan Prosedur, Mulyadi (2001:306)

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini yaitu bentuk penelitian deskriptif. sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Variabel penelitian ini adalah variabel independent. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan pencatatan hutang Galaxy Hotel Banjarmasin menggunakan sistem VHP (*Visual Hotel Program*) saat *invoice* telah di terima dan diproses oleh bagian *account payable* . VHP adalah suatu software yang dikembangkan untuk mendukung bisnis perhotelan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya secara lebih efisien , efektif dan membantu manajemen dalam merencanakan dan melakukan aktivitas sehari-hari perusahaan. fungsi yang terkait dalam prosedur pembayaran utang dagang pada Galaxy Hotel Banjarmasin antara lain :

1. Fungsi Gudang

Fungsi gudang bertanggung jawab untuk mengajukan permintaan pembelian / *purchase request* sesuai dengan posisi persediaan yang ada di gudang dan menyimpan barang

yang telah diterima. Untuk barang – barang yang langsung pakai seperti sayur dan buah (tidak diselenggarakan persediaan barang di gudang), permintaan pembelian diajukan oleh pemakai.

2. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian bertanggung jawab untuk memperoleh informasi yang harga pokok persediaan barang dagangan, memilih *supplier* sesuai dengan kriteria perusahaan, memeriksa persediaan yang perlu dipesan kepada *supplier*, bernegosiasi dengan *supplier* mengenai penetapan harga dan pengiriman, mengeluarkan surat pesanan atau *purchase order* kepada *supplier*.

3. Fungsi Penerimaan

Fungsi penerimaan bertanggung jawab untuk melakukan pemeriksaan kualitas, kuantitas dan jenis barang yang diterima dari *supplier*, memvalidasi faktur penjualan dari pemasok, membuat laporan penerimaan barang atau *receiving report* dan menyimpan persediaan barang yang telah diterima dari *supplier* sementara waktu.

4. Fungsi Akuntansi

Fungsi akuntansi bertanggung jawab untuk mencatat utang akibat transaksi pembelian secara kredit, mencocokkan *invoice* dengan *receiving report* dan *purchase order*, membuat dan menyusun daftar pembayaran utang dagang, membuat *payment voucher* dan membayar utang dagang ke *supplier* dengan Bukti transfer via KlikBCA Bisnis, mencatat pengeluaran bank ke sistem.

Catatan akuntansi yang digunakan dalam prosedur pembayaran utang dagang oleh Galaxy Hotel Banjarmasin kepada *supplier* yaitu :

1. Payment Voucher
2. Kartu Persediaan

dokumen yang digunakan dalam prosedur pembayaran utang dagang oleh Galaxy Hotel Banjarmasin kepada *supplier* yaitu :

1. Purchase Request
2. Purchase Order
3. Faktur Pajak
4. Delivery Order
5. Invoice Supplier
6. Receiving Report
7. Good Receipt
8. Bukti Transfer

Jaringan prosedur dalam membentuk siklus pengeluaran pada Galaxy Hotel Banjarmasin yaitu :

1. Prosedur Permintaan Pembelian

Dalam prosedur ini, fungsi permintaan pembelian adalah mengajukan permintaan pembelian dari departemen pemakai ke departemen *purchasing* dengan membuat *purchase request* yang di setujui dan diotorisasi oleh *head of departement* pemakai selanjutnya oleh *financial controller*, *purchasing Manager*, *general manager*

2. Prosedur Pembelian

Dalam prosedur ini, fungsi pembelian memeriksa stok persediaan yang terdapat di sistem dengan gudang, memilih *supplier* sesuai dengan kriteria perusahaan, memeriksa persediaan yang perlu dipesan kepada pemasok, bernegosiasi dengan *supplier* mengenai penetapan harga dan pengiriman, mengirim surat pesanan (*purchase order*) kepada *supplier* yang telah dipilih,

3. Prosedur Penerimaan

Dalam prosedur ini, fungsi penerimaan adalah melakukan pemeriksaan kualitas, kuantitas dan jenis barang yang diterima dari pemasok, memvalidasi *invoice* dari *supplier*, dan menyimpan persediaan barang yang telah diterima dari *supplier* sementara waktu.

4. Prosedur Pencatatan Utang

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi memeriksa dokumen – dokumen yang berhubungan dengan pembelian beserta dengan berkas pelengkap lainnya berkas yang dimaksud yakni *purchase request, purchase order, receiving report*, faktur pajak (jika ada), *delivery order* (jika ada), *invoice* serta *good receipt*. Pada tahapan ini *account payable staff* membagi dokumen ke dalam 4 bagian atau map. yakni

- a. *Payment*, dokumen yang siap dibuatkan *payment voucher*.
- b. *Need Sign*, dokumen yang sudah dibuatkan *payment voucher* tetapi belum divalidasi oleh *account payable staff, financial controller* dan *general manager*.
- c. *Need Approve*, *payment voucher* yang telah divalidasi oleh *account payable staff, financial controller* dan *general manager*. Dan sudah dilakukan tranfer pembayaran via KlikBCA Bisnis tetapi belum di *approved* atau disetujui *financial controller* dan *financial director* dalam perilisan dana yang telah disetujui pembayarannya.
- d. Posting, dokumen yang telah telah di *approved* dan rilis pembayarannya dan siap posting di sistem.

5. Prosedur Pembayaran Utang Dagang

Dalam prosedur ini, fungsi keuangan melakukan pembayaran utang melalui tranfer bank kepada *supplier*. biasanya metode yang digunakan dalam pembayaran utang dagang yang digunakan perusahaan yaitu dengan pembayaran melalui tranfer bank via KlikBCA Bisnis melalui persetujuan dari pihak-pihak yang mempunyai wewenang.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya menyangkut tinjauan tentang prosedur pembayaran hutang oleh *account payable* Galaxy Hotel Banjarmasin kepada *supplier*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengelolaan hutang usaha yang digunakan oleh *account payable* Galaxy Hotel Banjarmasin sudah berjalan cukup baik dan sesuai dengan prosedur akuntansi yang berlaku walaupun masih terdapat beberapa kendala namun secara keseluruhan sudah berjalan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari fungsi yang terkait dalam pembayaran hutang, catatan akuntansi yang digunakan, dokumen yang digunakan, serta jaringan prosedurnya.
2. Kendala dalam proses pembayaran hutang oleh *account payable* Galaxy Hotel Banjarmasin kepada *supplier* ada beberapa yaitu : Transfer pembayaran hutang yang tidak *approved* atau disetujui pembayarannya, perbedaan kuantitas barang di *invoice supplier* dengan *purchase order*.

4.2. Saran

Beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dari penulis bagi Galaxy Hotel Banjarmasin maupun *accounting department* adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya fungsi-fungsi yang terkait dalam proses pembayaran hutang kepada *supplier* lebih meningkatkan kordinasi dan ketelitian agar proses pembayaran hutang dapat berjalan lancar dan tepat waktu.
2. Sebaiknya pihak *account payable* Galaxy Hotel Banjarmasin lebih sering mengingatkan kepada fungsi-fungsi yang terkait dalam proses pembayaran hutang untuk lebih

memperhatikan kelengkapan dan keabsahan berkas atau dokumen-dokumen terkait pembelian dan pembayaran. Sehingga proses pembayaran hutang dapat berjalan lancar dan tepat waktu.

5. REFERENSI

- Arikunto, Suharsimin. 2001. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2021. *Pembayaran*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kholifatun, Indri dan Jati Nurcahya. 2018. *“Sistem Kerja Storage dan Purchasing Department Terhadap Kelangsungan Operasional di Hotel Jambuluwuk Malioboro Yogyakarta”*. Yogyakarta : Akademi Pariwisata BSI Yogyakarta.
- Molanda, Triska.2016. *“Tinjauan Tentang Prosedur Bagian Account Payable Section di Aryaduta Hotel Medan”*.Sumatera Utara : Program Studi Diploma III Pariwisata Fakultas Ilmu Budaya.
- Nazir, 1998. *“Metode Penelitian”*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Tim Penyusun 2021, *Buku Pedoman Penyusunan Laporan Tugas Akhir*. Banjarmasin: Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Sarwono, Jonathan. 2006, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tasya, Ryas.2018. *“Proses Pembelian Barang di Accounting Department Guna Pemenuhan Kebutuhan Operasional di Harris POP! Hotel And Conventions Gubeng Surabaya”*. Jember : Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi.
- Yuanita, Alisya Putri. 2016 *“ Analisis Prosedur Pembayaran Utang ke Supplier di PT. Sanofi Group indonesia”*. Jakarta : Program Diploma III Akuntansi Sektor Publik
- Aditya. 2016 *“ Prosedur Pembayaran Utang Dagang Pada PT Kimia Farma(PERSERO) Apotek Semarang “*. Semarang : Program Diploma III Akuntansi.

Pengaruh CRM (*Customer Relationship Management*) Dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok Dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin

Aldamitha Fatimah

Prodi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
mithaalda90@gmail.com

Abstract

*Indonesia is known as an archipelagic country, so that sea transportation is often used, but not many know that ships must always be in good condition and meet classification standards, therefore opening up opportunities for the marine sector of the shipbuilding industry where the customers are not the general public so that the best service and quality are needed from the company for customers through CRM (*Customer Relationship Management*) and Work Quality variables. This study aims to determine whether there is a significant effect between CRM and Work Quality simultaneously and partially on Sales Turnover. The method used is descriptive quantitative, primary and secondary data sources, independent variables (CRM and work quality) and dependent variable (sales turnover), data collection through questionnaires, interviews, and observations. Analysis with Multiple Linear Regression using SPSS software version 21. The results show that 1) CRM and Work Quality variables have a simultaneous effect on Sales Turnover with the Fcount value greater than Ftable, namely $25.694 > 3.09$, 2) The CRM variable has a partially significant effect with a Tcount value greater than Ttable ($5.114 > 1.66$), while the Work Quality variable does not have a significant effect partially with a Tcount value smaller than Ttable ($1.348 < 1.66$) on Sales Turnover, 3) Among the CRM and Work Quality variables that have the most dominant influence on Sales Turnover is the CRM variable with a value of Rpartial2 of 0.212 or 21.2% at PT Dok and Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Banjarmasin Branch.*

Keywords : CRM (*Customer Relationship Management*), Quality of Work, Sales Turnover, Shipbuilding

Abstrak

*Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan, sehingga transportasi laut sering digunakan, namun tidak banyak yang tau kapal harus selalu dalam keadaan layak dan memenuhi standar klasifikasi, oleh karena itu membuka peluang sektor kelautan industri galangan kapal yang mana pelanggannya bukan masyarakat umum sehingga diperlukannya pelayanan dan kualitas terbaik dari perusahaan untuk para pelanggan melalui variabel CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kualitas Kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara CRM dan Kualitas Kerja secara simultan dan parsial terhadap Omzet Penjualan. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif, sumber data primer dan sekunder, variabel independen (CRM dan kualitas kerja) dan variabel dependen (omzet penjualan), pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Analisis dengan Regresi Linier Berganda menggunakan software SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Variabel CRM dan Kualitas Kerja berpengaruh secara simultan terhadap Omzet Penjualan dengan nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel yaitu $25,694 > 3,09$, 2) Variabel CRM berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai Thitung lebih besar dari Ttabel ($5,114 > 1,66$), sedangkan variabel Kualitas Kerja tidak berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai Thitung lebih kecil dari Ttabel ($1,348 < 1,66$) terhadap Omzet Penjualan, 3) Diantara variabel CRM dan Kualitas Kerja yang berpengaruh paling dominan terhadap Omzet Penjualan adalah variabel CRM dengan nilai Rpartial2 sebesar 0,212 atau 21,2% pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.*

Kata Kunci : CRM, Kualitas Kerja, Omzet Penjualan, Galangan Kapal

1. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang memiliki peranan dan peluang di bidang kelautan ialah industri Galangan Kapal, yaitu tempat yang dibuat khusus dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk mendukung proses pembuatan, perbaikan dan perawatan kapal. Kapal-kapal yang ditangani bisa jenis apa saja, bisa kapal militer, kapal wisata, kapal penumpang dan sebagainya.

Bisnis perkapalan di KalSel sendiri terus meningkat sehingga setiap perusahaan galangan kapal berlomba-lomba menyediakan jasa perbaikan dan pemeliharaan kapal dengan layanan terbaik melalui infrastruktur yang mumpuni serta membuat perusahaan pemilik kapal mempercayakan kegiatan *repair/docking* di galangan kapal mereka dengan alur bisnisnya sesuai kesepakatan. Kualitas layanan jasa reparasi dan tingkat kepuasan penggunaannya sangat mempengaruhi keberlangsungan tiap usaha galangan kapal.

Hal inilah yang menjadi pembeda bagi tiap galangan kapal dalam mencapai omzet penjualan. Tingkat kepuasan yang berpengaruh terhadap omzet ialah CRM (*Customer Relationship Management*). Cara perusahaan memperlakukan pelanggan sesuai dengan teori dari Turban (2002) CRM adalah sebuah pendekatan untuk mengenali *customer* sebagai inti bisnis dan keberhasilan perusahaan tergantung dari efektivitas dari pengaturan hubungan relasi dengan *customer*. Brown, Rigby, Reichheld, Dawson (2003) mengungkapkan bahwa CRM merupakan suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan. CRM merupakan suatu perjalanan strategi, proses, serta perubahan organisasi dan teknis di mana perusahaan berusaha untuk mengelola seputar perilaku pelanggan perusahaan secara lebih baik. Suatu strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan yang ada dan pelanggan potensial dari suatu organisasi.

Josiassen dkk. (2014) menemukan CRM memiliki efek yang positif terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan, Al-Refaie dkk. (2014) menemukan bahwa CRM mempengaruhi kinerja bisnis, pertumbuhan bisnis, dan kepuasan pelanggan. Memaksimalkan pendekatan, komunikasi, pemasaran melalui pengelolaan berbagai ketentuan kontak yang berbeda dengan para pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan untuk mempertahankan pelanggan dan memberikan nilai tambah terus menerus pada pelanggan, selain untuk memperoleh keuntungan yang berkelanjutan, menurut Edward C Malthouse. Cara ini adalah langkah pertama dari proses menjadikan pelanggan yang potensial dan kemudian dapat memperoleh keuntungan melalui rancangan produk maupun pelayanan yang lebih baik dan perhatian yang lebih besar terhadap para pelanggan (Olson dan Shi, 2008).

CRM adalah cara perusahaan dalam membina relasi terhadap para pelanggan dengan tujuan memelihara kesetiaan dan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan yang bersangkutan serta untuk meningkatkan hubungan dengan tiap pelanggan demi mencapai pertumbuhan perusahaan yang sehat. Dengan munculnya rasa royal pelanggan maka tidak menutup kemungkinan hasil penjualan akan stabil bahkan meningkat.

Serta Kualitas Kerja sebagai layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan agar puas akan hasil kerja galangan, hal ini berhubungan dengan SDM yang dimiliki tiap galangan. Menurut Handoko (2014), manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi. Kualitas yang diberikan sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen. Matutina (2001:205) menjelaskan bahwa kualitas kerja mengacu kepada kualitas sumber daya manusia seperti pengetahuan, keterampilan, pengalaman kerja, dan kemampuan seseorang.

Cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas kerja yaitu dengan memberikan pelatihan atau *training*, memberikan *insentive* atau bonus serta mengaplikasikan atau menerapkan teknologi yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja.

Utami (2014) mengungkapkan Kualitas kerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan dan omzet penjualan suatu perusahaan.

Seorang pengelola suatu usaha dituntut untuk selalu meningkatkan omzet penjualan dari hari ke hari, dari minggu ke minggu, dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun. Maka dibutuhkan strategi yang harus diterapkan dalam menjalankan proses penjualan seperti memastikan dan memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen agar tercapai mufakat dan manfaat baik bagi penjual maupun pembeli yang bersifat berkelanjutan serta menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh penerapan CRM dan Kualitas Kerja secara bersamaan (simultan) dan secara satu-satu atau terpisah (parsial) terhadap Omzet Penjualan pada PT DKB Banjarmasin. Melalui hasil kuesioner yang diolah menggunakan *software* SPSS versi 21 akan diperoleh hasil sebagai referensi untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan pengujian statistik yang hasilnya akan menjawab hasil dari fenomena dan masalah dari sebuah penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah karyawan yang berkaitan dengan pertumbuhan omzet penjualan sebanyak 100 orang dan menggunakan teknik sampling jenuh yaitu menggunakan seluruh jumlah populasi dengan kriteria karyawan bagian Pemasaran, Logistik, SDM, Keuangan, Produksi, Sarfas, SK dan K3LH, Gudang, dan *Sub Contractor*.

Adapun variabel bebas atau independen (X1) dalam penelitian ini adalah *Customer Relationship Management* (CRM). Pengumpulan data melalui pembagian kuesioner, wawancara dengan beberapa karyawan, dan juga observasi objek selama magang untuk melihat pengaruh CRM dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan. Berikut ini adalah definisi operasional masing - masing variabel tersebut:

1. CRM merupakan strategi yang berfokus pada penciptaan kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang dengan mengintegrasikan beberapa area fungsional perusahaan untuk meraih keunggulan bersaing.
2. Kualitas kerja merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan *docking/repair* yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target tahunan atau dengan beberapa perusahaan di industri yang sama.
3. Omzet penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh perusahaan dari hasil menjual barang atau jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan (laporan usaha) selama suatu masa jual.

Kemudian variabel bebas atau independen dalam penelitian ini adalah CRM dan Kualitas Kerja. Sedangkan variabel terikat atau dependen (Y) pada penelitian ini adalah Omzet Penjualan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data diolah menggunakan SPSS versi 21. Hasil olah data yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Table 1. Uji Validitas

Indikator Variabel	Butir (Item)	Koefisien Korelasi (rhitung)	Keputusan
CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	X1.1	0,589	<i>Valid</i>
	X1.2	0,607	<i>Valid</i>
	X1.3	0,594	<i>Valid</i>
	X1.4	0,677	<i>Valid</i>
	X1.5	0,610	<i>Valid</i>
Kualitas Kerja	X2.1	0,447	<i>Valid</i>
	X2.2	0,716	<i>Valid</i>
	X2.3	0,652	<i>Valid</i>
	X2.4	0,713	<i>Valid</i>
	X2.5	0,760	<i>Valid</i>
Omzet Penjualan	Y1	0,739	<i>Valid</i>
	Y2	0,657	<i>Valid</i>
	Y3	0,802	<i>Valid</i>
	Y4	0,797	<i>Valid</i>
	Y5	0,849	<i>Valid</i>

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner. Kriteria pengujian yang digunakan pada suatu instrumen dinyatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel yaitu ($>0,30$) dengan nilai derajat signifikan sebesar 0,05 (Sugiyono, 2008). Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen adalah *valid*.

Table 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
CRM (X1)	0,739	Reliabel
Kualitas Kerja (X2)	0,764	Reliabel
Omzet Penjualan (Y)	0,799	Reliabel

Pengambilan hasil keputusan uji reliabilitas berdasarkan pernyataan jika nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah $\geq 0,60$ (Arikunto, 2006:154) maka instrumen kuesioner dinyatakan reliabel dan sebaliknya. Dari tabel diatas berarti hasil jawaban semua responden terhadap kuesioner adalah reliabel atau dapat dipercaya. Oleh karena itu kuesioner yang digunakan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk dapat dilakukan pengukuran setiap variabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) ≤ 10 dan *tolerance* $\geq 0,1$.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinierity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
CRM (X ₁)	0,693	1,443
Kualitas Kerja (X ₂)	0,693	1,443

Dari tabel 1.3 nilai *tolerance* lebih besar 0,10 dan nilai VIF diatas menunjukkan semua nilai variabel bebas lebih kecil dari 5,00. Jadi dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel bebas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Pembahasan

Uji F (Simultan)

Nilai pembilang (numerator atau df1) adalah (jumlah variabel-1) sehingga diperoleh $(3-1) = 2$, sedangkan derajat kebebasan bagi pembagi (denominator atau df2) adalah (jumlah sampel – jumlah variabel) sehingga diperoleh $(100-3) = 97$. Dengan demikian didapatkan nilai Ftabel dengan numerator =2 dan denominator = 97 sebesar 3,09.

Adapun kriteria pengujian yaitu jika nilai $F \leq 0,05$ maka variabel *independent* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Sebaliknya jika signifikan $F \geq 0,05$ maka variabel *independent* secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Dari SPSS besarnya Fhitung adalah 25,694 jauh lebih besar dari Ftabel ($25,694 > 3,09$) dan pengaruh signifikansi F kurang dari 5% yaitu 0,000 maka dapat di simpulkan bahwa variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y)

Uji T (Parsial)

Dengan cara jika signifikansi T kurang dari 0,05 dan Thitung lebih dari Ttabel maka variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan berlaku sebaliknya. Untuk mengetahui Ttabel digunakan tabel distribusi t untuk tingkat signifikan sebesar 0,05 serta dengan *defreee of freedom* (df) = jumlah sampel – jumlah variabel, maka didapat (df) = $100-3 = 97$ sehingga Ttabel sebesar 1,66.

a) Variabel CRM (X¹)

thitung	Sig	ttabel	Keterangan
5,114	0,000	1,66	thitung > ttabel

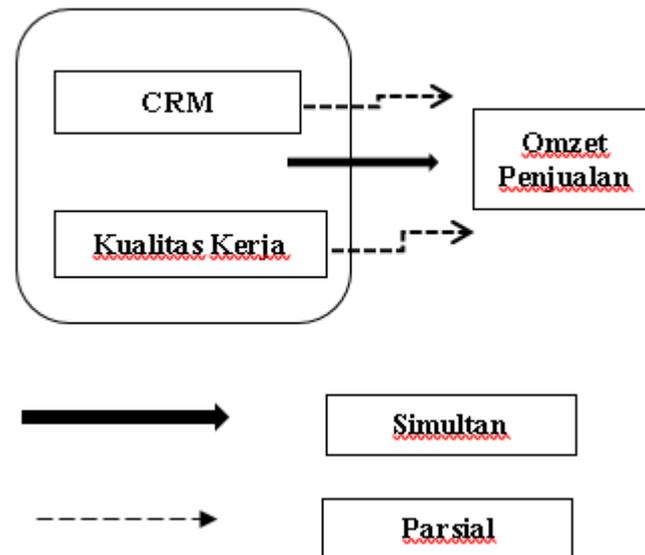
Dapat dilihat perbandingan antara Thitung dengan Ttabel yang menunjukkan bahwa variabel CRM (*Customer Relationship Management*) signifikan terhadap Omzet Penjualan.

b) Variabel Kualitas Kerja (X²)

thitung	Sig	ttabel	Keterangan
1,348	0,000	1,66	thitung < ttabel

Dapat dilihat perbandingan antara Thitung dengan Ttabel yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Kerja tidak signifikan terhadap Omzet Penjualan.

Dari hasil perhitungan diatas didapatkan pemecahan masalah dari rumusan masalah seperti berikut:



Gambar 1. Pengaruh Variabel X1 dan X2 terhadap Y

Rparsial	Rparsial ²	Signifikan atau Tidak	Variabel
0,461	0,212	Signifikan	CRM
0,136	0,018	Tidak Signifikan	Kualitas Kerja

1) **Pengaruh antara variabel CRM (*Customer Relationship Management*) (X1) terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.**

Dari tabel 1.4 di atas di ketahui bahwa nilai Thitung dari variabel CRM (X1) sebesar 5,114 dan nilai Ttabel sebesar 1,66. Dengan membandingkan nilai Thitung dengan Ttabel dengan taraf nyata 5%. Dimana nilai Thitung (5,114) > Ttabel (1,66), sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel CRM berpengaruh secara signifikan terhadap Omzet Penjualan. Sementara besarnya kontribusi Variabel CRM terhadap Omzet Penjualan diketahui dari tabel 1.6 nilai parsial yang dikuadratkan atau r^2 yaitu sebesar 0,212 yang berarti bahwa variabel CRM ini memberikan kontribusi terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin sebesar 21,2%.

2) **Pengaruh antara variabel Kualitas Kerja (X2) terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.**

Dari tabel 1.5 di atas di ketahui bahwa nilai Thitung dari variabel Kualitas Kerja (X2) sebesar 1,348 dan nilai Ttabel sebesar 1,66. Dengan membandingkan nilai Thitung dengan Ttabel dengan taraf nyata 5%. Dimana nilai Thitung (1,348) < Ttabel (1,66), Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Omzet Penjualan.

Sementara besarnya kontribusi Variabel Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan diketahui dari tabel 1.6 nilai parsial yang dikuadratkan atau r^2 yaitu sebesar 0,01 yang berarti bahwa variabel ini memberikan kontribusi kecil terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin sebesar 1%.

3) Variabel manakah dari kedua variabel yang paling dominan

Pada Hipotesis Ketiga dalam penelitian ini menduga adanya variabel bebas (X_1 & X_2) yang mempengaruhi variabel terikat (Y) secara dominan. Untuk menentukan variabel yang paling dominan adalah melihat r Partial yang di kuadratkan atau nilai r^2 yang paling besar. Pada tabel 1.6 diketahui bahwa nilai r^2 yang paling besar terdapat pada variabel CRM (*Customer Relationship Management*) yaitu 0,212 atau 21,2 % dibandingkan variabel Kualitas Kerja yang hanya memiliki nilai r^2 sebesar 0,01 atau 1%. Dengan demikian dapat dikatakan dalam penelitian ini CRM (*Customer Relationship Management*) memiliki pengaruh paling dominan terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis pada bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Variabel CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kualitas Kerja berpengaruh secara simultan terhadap Omzet Penjualan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $25,694 > 3,09$.
2. Variabel CRM (*Customer Relationship Management*) berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($5,114 > 1,66$), sedangkan variabel Kualitas Kerja tidak berpengaruh signifikan secara parsial dengan nilai T_{hitung} lebih kecil dari T_{tabel} ($1,348 < 1,66$) terhadap Omzet Penjualan.
3. Diantara variabel CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kualitas Kerja yang berpengaruh paling dominan terhadap Omzet Penjualan adalah variabel CRM (*Customer Relationship Management*) dengan nilai $R_{partial^2}$ sebesar 0,212 atau 21,2% pada PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.

4.2. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya:

1. PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan CRM (*Customer Relationship Management*) dan Kualitas Kerja yang memiliki pengaruh secara simultan terhadap Omzet Penjualan agar dapat mencapai target omzet.
2. Sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan lagi variabel CRM (*Customer Relationship Management*) yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Omzet Penjualan untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk kedepannya agar pelanggan akan datang lagi karena puas dengan layanan yang diberikan.
3. Sebaiknya meningkatkan lagi variabel Kualitas Kerja agar standarnya bisa melebihi galangan lain maka dibutuhkan usaha lebih yang diberikan oleh PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari Cabang Banjarmasin.

5. REFERENSI

- Ali Surya Saputro Hardjo. (2013). *Hubungan Antara Customer Relation Management (Crm) Dan Brand Image Pt Excelcomindo pratama.*
- Anshari Rahman. (2019). *Pengaruh customer relationship management (crm) terhadap kinerja perusahaan pada industri perbankan Indonesia.*

- Barlian Wijaksono, aida Vitayala Hubeis, dan imam teguh saptono. (2017). *Pengaruh Kualitas Kerja Terhadap Kinerja Bank Bni Syariah Cabang Bogor*.
- Dewi Purnama Indah dan Devie. (2013). *Analisa Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan*.
- Indonesia Maritime Blog Informations. (2019). <http://blog.docking.id/pengertian-galangan-kapal-atau-shipyard/>.
- Job Disc Gal Banjarmasin Edited PT Dok dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin.
- Rani Nurwanti, dan Ir. Triwilaswandio Wuruk Pribadi. (2016). *Analisa Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Reparasi Kapal Di Galangan Kapal Jawa Timur*.
- Sudarsono, Heri. 2020. *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Jawa Timur: CV. Pustaka Abadi.
- Shinta Ir. Agustina, M.P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan I. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Wisanti Junita Purbo. (2016). *Analisis Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Pada Kantor JNE Kota Salatiga Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*.
- Yuliani Widi. (2013). *Pengaruh Kualitas Kerja, Pengawasan Kerja Dan Kedisiplinan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Pasar Raya Sri Ratu Semarang*.
<http://agusfirnanda.blogspot.com/2011/10/pr-crm-customer-relationship-management.html>.
<https://dkb.co.id/tentang-kami/>
<https://www.suzuki.co.id/tips-trik/ayu-mengenal-galangan-kapal-lebih-dekat>.

Pengaruh Reward Dan Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin

Zulvan Marinda Marzuki Siswanto¹, Fitriani², Rini Amelia³

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹zulvanmarinda17@gmail.com, ²Fitrianidahrani@gmail.com, ³Riniaamelia@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to find out what forms of Reward and Punishment are applied, as well as the effect of Reward and Punishment on Employee Performance at PT. Mirta Megah Profitamas Banjarmasin. The methodology in this research is descriptive quantitative. The population in this study were 122 employees at PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. The sampling technique was carried out using the Slovin formula. Based on these techniques, respondents were obtained by 93 employees. The data collection technique used was a questionnaire, the data collected was analyzed using descriptive analysis and multiple regression analysis. Research testing and analysis shows that Reward has a positive and significant effect on Employee Performance, then Punishment also has a positive and significant effect on Employee Performance. then simultaneously shows that Reward and Punishment have a positive and significant effect on employee performance.

Keywords : *Reward, Punishment and Employee Performance*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja bentuk-bentuk Reward dan Punishment yang diberlakukan, serta pengaruh Reward dan Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mirta Megah Profitamas Banjarmasin. Metodologi dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Populasi Pada penelitian kali ini adalah 122 orang karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan Teknik tersebut diperoleh responden sebesar 93 karyawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengujian dan analisis penelitian memperlihatkan bahwa Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan, lalu Punishment juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. kemudian secara simultan menunjukkan bahwa Reward dan Punishment berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci : *Reward, Punishment dan Kinerja Karyawan*

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan salah satu aset paling berharga yang dimiliki oleh suatu organisasi, karena manusia merupakan satu-satunya sumber daya yang dapat menggerakkan sumber daya lainnya. Dengan demikian, sumber daya manusia menjadi faktor kunci yang harus dipertahankan suatu organisasi guna mencapai tujuan perusahaan dan untuk menjawab setiap tantangan yang ada dalam perusahaan. Menurut Becker (1993:71), dalam bukunya yang berjudul *human capital theory* menjelaskan bahwa manusia bukan sekedar sumber daya namun merupakan modal yang menghasilkan pengembalian (return). Oleh karena itu pengelolaan sumber daya manusia harus terus dilakukan suatu perusahaan guna meningkatkan kinerja karyawan.

Kinerja karyawan merupakan bentuk prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara 2015:67). Oleh karena itu, guna meningkatkan karakteristik kinerja karyawan perlu dilakukan beberapa faktor pendorong.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan menurut Mathis & Jackson (2011:82) yaitu kemampuan, motivasi, dukungan yang diterima, keberadaan pekerjaan yang dilakukan, dan hubungan dengan organisasi. Faktor-faktor tersebut dapat tercapai dengan adanya Reward dan Punishment yang diberikan oleh perusahaan. Dengan adanya reward dan punishment yang diberikan kepada para karyawan suatu perusahaan, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga mampu mencapai kinerja yang efektif.

Pemberian reward terhadap karyawan dapat meningkatkan motivasi kerja seorang karyawan. Dengan adanya motivasi seseorang dalam bekerja maka seorang karyawan dapat bekerja secara lebih baik sesuai dengan prosedur perusahaan. Segala kekurangan dan kebutuhan yang diperlukan karyawan harus diperhatikan oleh pimpinan karena sangat berpengaruh kepada motivasi dan kinerja karyawannya. Motivasi tinggi seorang karyawan terhadap apa yang dia kerjakan akan menunjang kepada seluruh pekerjaan dan tugas yang dilakukannya. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Brahmasari dan suprayetno (2008) yang menyatakan bahwa motivasi sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan.

Selain Reward juga ada faktor lain yang akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan yaitu Punishment atau hukuman. Punishment akan diberikan kepada karyawan yang melanggar aturan atau membuat kesalahan dalam sebuah perusahaan atau organisasi, maka karyawan tersebut harus diberikan sanksi atau hukuman atas perbuatannya. Menurut (Mangkunegara, 2013:130) Punishment merupakan ancaman hukuman yang bertujuan untuk memperbaiki karyawan pelanggar, memelihara peraturan yang berlaku dan memberikan pelajaran pada pelanggar.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh Reward dan Punishment terhadap kinerja karyawan yang telah dijelaskan di atas penulis tertarik untuk menguji kembali pengaruh dari variabel-variabel tersebut pada penelitian kali ini. Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Harsoni (2019) dengan judul “Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada Karyawan Perum Perumnas Regional 1 Medan”. Namun Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Harsoni (2019) yaitu pada objek penelitiannya dan pada penelitian kali ini meneliti tentang apa saja Reward dan Punishment yang ada pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Objek penelitian yang digunakan oleh Harsoni (2019) adalah seluruh karyawan Perum Perumnas Regional 1 Medan, sedangkan objek penelitian kali ini adalah sampel dari sebagian karyawan PT Mitra Mega Profitamas Banjarmasin. Dengan demikian berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Reward dan Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin”.

Berdasarkan fenomena di atas, maka beberapa permasalahan yang dikemukakan yaitu (1) apa saja bentuk-bentuk Reward dan Punishment yang diberlakukan oleh PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin?, (2) Apakah Reward berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin?, (3) Apakah Punishment berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan Populasi 122 karyawan yang ada di PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik Rumus *Slovin*. Mengacu pada Rumus *Slovin* tersebut didapatkan responden berjumlah 93 Karyawan. Obyek penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu karyawan PT. Mitra Megah Profitamas. Metode pengumpulan data dengan kuesioner, yang kemudian diteliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Reward (X1)	a. <i>Reward</i> Ekstrinsik	Harsoni, (2019)
	b. <i>Reward</i> Intrinsik	
Punishment (X2)	a. <i>Punishment</i> Preventif	Harsoni, (2019)
	b. <i>Punishment</i> Represif	
Kinerja Karyawan (Y)	a. kuantitas dari hasil	Harsoni, (2019)
	b. kualitas dari hasil	
	c. kehadiran	
	d. kemampuan bekerjasama	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini merupakan karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*. Dari populasi 122 karyawan didapatkan sampel sebanyak 93 responden. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner secara langsung melalui Google Form kepada karyawan PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian berdasarkan prosedur statistik yang pengolahannya dibantu dengan aplikasi *Statistical For Social Science* (SPSS) 25.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan *software* SPSS 25 dengan melihat perbandingan antara nilai *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai *Rtabel* dari seluruh *item* pertanyaan dalam setiap variabel penelitian. Jika *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap *item* pertanyaan $> R_{tabel}$ dan nilai *R* positif dengan signifikansi $5\% = 0,202$ maka *item* pertanyaan dinyatakan valid (Ghozali, 2016). Berdasarkan ketentuan tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pertanyaan terkait variabel Reward (6 *item* pertanyaan), Punishment (10 *item* pertanyaan), serta Kinerja Karyawan (10 *item* pertanyaan) dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan *software* SPSS 25, kemudian melihat nilai *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel penelitian. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka variabel dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2016). Berdasarkan pengujian yang dilakukan, menunjukkan bahwa semua variabel (Reward, Punishment, dan Kinerja Karyawan), yaitu masing-masing bernilai 0,831; 0,658; dan 0,826, maka seluruh variabel dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada grafik *P-Plot* terlihat bahwa titik-titik distribusi terletak di sekitar garis lurus diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran Kinerja Karyawan memenuhi asumsi *normalitas*.

2. Uji Multikolinearitas

Menguji apakah model regresi mengandung multikolinearitas, peneliti menggunakan *software* SPSS 25 dengan memperhatikan berapa besar nilai *tolerance* dan VIF. Apabila hasil pengujian memperlihatkan bahwa *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, hal ini diartikan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2016:106). Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa semua variabel *independent* (Reward dan Punishment) mempunyai nilai *tolerance* > 0,10, yaitu masing-masing secara berurutan senilai 0,924; 0,924; dan nilai VIF kurang dari 10, yaitu masing-masing secara berurutan sebesar 1,083; dan 1,083. Maka dapat dikatakan model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian tingkat heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui apakah pada model regresi terjadi keberagaman *variance* dari residual antar penelitian. Model regresi dikatakan baik apabila model tersebut merupakan model yang homoskedastisitas. Dari grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti terjadi *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas* pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin berdasarkan masukan variabel independen *Reward* dan *Punishment*.

Hasil Analisis

Analisis Regresi Berganda

Tabel 2. Hasil Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,527 ^a	,278	,262	2,88452

Sumber : Data diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,278 atau 27,8%. Hal ini berarti 27,8% variabel Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin mampu dijelaskan oleh variabel *Reward* dan *Punishment*. Sedangkan sisanya 72,2% dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,728	4,582		4,742	,000
	<i>Reward</i>	-,220	,100	-,205	-2,203	,030
	<i>Punishment</i>	,638	,109	,546	5,855	,000

Sumber : Data diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 3 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 21,728 - 0,220 X1 + 0,638 X2 + e$

Bentuk-bentuk *Reward* dan *punishment*

1. *Reward*

Sistem *Reward* yang diterapkan PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin karyawan akan diberikan *Reward* berupa insentif apabila pencapaian penjualan produk di atas target yang telah ditentukan perusahaan. Jadi jika semakin tinggi pencapaian penjualan semakin tinggi pula insentif yang akan didapatkan.

2. *Punishment*

Sistem *Punishment* yang diterapkan PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin saat ini terdiri dari beberapa tahapan seperti peringatan lisan, peringatan tertulis, dan surat peringatan (SP) mulai dari SP I tanpa skorsing, SP II dengan skorsing, sampai dengan SP III berupa pemberhentian kerja. Kemudian pada bagian Administrasi Sales, Administrasi Faktur dan Administrasi Transaksi untuk setiap revisi Faktur Penjualan apabila terjadi kesalahan pada pembuatan Faktur Penjualan akan dikenakan pembebanan biaya revisi sebesar Rp.250.000,-. Keseluruhan sistem *Punishment* tersebut telah berjalan dan diterapkan secara tepat dan bijak sehingga efek yang didapat bukanlah negatif, melainkan efek positif berupa peningkatan kinerja karyawan.

Pengaruh *Reward* Terhadap Kinerja karyawan

Hasil uji statistik pada variabel *Reward* (X1) diperoleh nilai t hitung = -2,203 dengan signifikansi = 0,030 < 0,05, dan nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficients* sebesar -0,220, maka dapat disimpulkan bahwa *Reward* berpengaruh terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Oleh karena itu, H1 yang menyatakan *Reward* berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin diterima.

Pengaruh *Punishment* terhadap kinerja karyawan

Hasil uji statistik variabel *Punishment* (X2) diperoleh nilai t hitung = 5,855 dengan signifikansi = 0,000 < 0,05, dan nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficient* sebesar 0,638, maka dapat disimpulkan *Punishment* berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin. Oleh karena itu, H2 yang menyatakan *Punishment* berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin diterima.

Pengaruh *Reward* dan *Punishment* terhadap Kinerja Karyawan

Hasil uji statistik variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah 0,000 < 0,05, dan nilai F hitung 17,324 > F tabel 3,097, maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan *Reward* dan *Punishment* secara simultan berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan diterima.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk-bentuk *Reward* dan *Punishment* Pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarmasin karyawan akan diberikan *Reward* berupa isentif apabila pencapaian penjualan produk

sesuai target yang telah ditentukan perusahaan. Jadi jika semakin tinggi pencapaian penjualan semakin tinggi pula insentif yang akan didapatkan. kemudian untuk *Punishment* yang diterapkan di PT. Mitra Megah *Profitamas* yaitu seperti pemberian SP (Surat Peringatan) mulai dari SP I tanpa skorsing, SP II dengan skorsing, sampai dengan SP III berupa pemberhentian kerja, yang akan diberikan kepada karyawan yang datang terlambat melebihi 4 kali dalam sebulan, selain itu juga ada *punishment* berupa denda untuk setiap kesalahan pada pembuatan Faktur Penjualan untuk bagian Administrasi Sales, Administrasi Faktur dan Administrasi Transaksi.

2. *Reward* berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah *Profitamas* Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Reward* terhadap Karyawan maka akan semakin tinggi pula Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah *Profitamas* Banjarmasin, sedangkan *Punishment* berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah *Profitamas* Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Punishment* terhadap Karyawan maka akan semakin tinggi pula Kinerja karyawan pada PT. Mitra Megah *Profitamas* Banjarmasin.
3. Dari hasil koefisien determinasi antara variabel *Reward* dan *Punishment* terhadap kinerja karyawan sebesar 0,278 atau 27,8%, artinya sebesar 27,8% kinerja karyawan dipengaruhi oleh variabel *Reward* dan *Punishment*, sedangkan sisanya 72,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti penulis.

4.2. Saran

1. Untuk PT. Mitra Megah *Profitamas* Banjarmasin bahwa kinerja karyawan merupakan faktor utama yang turut menentukan keberhasilan perusahaan, sedangkan hasil dari penelitian diketahui bahwa tingginya kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh adanya *Reward* dan *Punishment*. Untuk itu perlu adanya upaya untuk mendorong tetap terjaganya kondisi yang ada saat ini, agar tetap bertahan dan bahkan ditingkatkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai. untuk itu perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor kinerja karyawan seperti: motivasi, keterampilan, pendidikan/training, kesehatan dan keselamatan kerja (K3), tingkat penghasilan, lingkungan kerja dan iklim kerja, teknologi yang memadai, sarana kerja, jaminan sosial, dan kesempatan berprestasi.
2. Kepada pembuat kebijakan pada PT. Mitra megah *profitamas* Banjarmasin agar lebih memperhatikan pemberian reward yang diberikan kepada karyawan serta menilai ketepatan dan kebutuhan karyawan dalam menunjang kinerjanya. Seperti yang telah diketahui berdasarkan hasil penelitian bahwa *reward* berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sehingga penting untuk selalu diperhatikan.
3. Kepada seluruh karyawan pada PT. Mitra Megah *profitamas* Banjarmasin agar memperhatikan dan melaksanakan setiap poin pertautan terkait *punishment* yang telah ditentukan oleh perusahaan, agar peraturan yang diterapkan tidak hanya menjadi suatu pelengkap atau suatu hal yang ditakuti tapi menjadi sesuatu yang ditaati karena karyawan mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan.

5. REFERENSI

- Anwar, & Duniya, T. (2016). Pengaruh Sistem Reward dan Punishment Terhadap Peningkatan Disiplin Kerja Karyawan PT.Tunggal Perkasa Plantation-3 Kecamatan Sampoiniet Kabupaten Aceh Jaya. *Serambi Akademica* 4(1), 28-36.
- Arianto, Dwi Agung Nugroho. 2013. Pengaruh kedisiplinan, lingkungan kerja dan budaya kerja terhadap kinerja tenaga pengajar.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special*

- Reference to Education* (edisi 3). The University of Chicago Press.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Statistik..* Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Hastuti, R. P., Wijayanti, A., & Chomsatu, Y. (2017). Pengaruh Jenjang Pendidikan Dan Pemahaman Teknologi Informasi Terhadap Laporan Keuangan Berdasarkan SAK ETAP (Studi Kasus Di Kampung Batik Laweyan). *Journal of Accounting and Finance*, 2(02), 362–376.
- Harsoni. (2019). *Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada Karyawan Perum Perumnas Regional 1 Medan*. Skripsi Universitas Medan Area, Medan.
- Hidayat Faizal. (2018). *Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening di Waroeng Spesial Sambal Yogyakarta*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ivancevich, J. M., Gibson, J. L., & Donnelly, J. H. (2000). *Organizations: Behavior, Structure, Processess*. New York: The McGraw-Hill, Inc.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Mangkunegara, A. P. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mathis, Robert L dan John H. Jackson, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Buku 1, Alih Bahasa: Jimmy Sadeli dan Bayu. Prawira Hie, Salemba Empat. Jakarta.
- Moorhead, G., & Griffin, R. W. (2013). *Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sagala, S. (2017). *Human Capital Membangun Modal Sumber Daya Manusia Berkarakter Unggul Melalui Pendidikan Berkualitas* (edisi pertama). Jakarta: Kencana-Prenadamedia Grup.
- Siagian, Sondang P. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Syahrul. (2017). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pembelajaran BAHASA INDONESIA*. Padang: SUKABINA Press.
- Wibowo, 2007. *Manajemen Kinerja Devisi Buku Perguruan Tinggi*, Jakarta: PT Jasa Grafindo Persada.

Penguatan Peran Koperasi guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan

Ulya Nada Afa

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
ulyanada4400@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine: (1) to determine the role of Primkoppol Polda South Kalimantan for the welfare of members so far. (2) to find out the steps to strengthen the role of Primkoppol Polda South Kalimantan that can be taken to improve the welfare of members. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. Solving problems that exist in the Primary Police Cooperative (Primkoppol) of the South Kalimantan Police requires steps to manage cooperatives in a professional manner which in turn increases the role of cooperatives in other words, through strengthening the role of Primkoppol.

Keywords : *strengthening the role of cooperative, member welfare*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) untuk mengetahui peran Primkoppol Polda Kalsel bagi kesejahteraan anggota selama ini. (2) untuk mengetahui langkah – langkah penguatan peran Primkoppol Polda Kalsel yang dapat dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan anggota. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pemecahan masalah yang ada pada Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel membutuhkan langkah – langkah pengelolaan koperasi secara profesional yang pada gilirannya meningkatkan peran koperasi dengan kata lain, melalui penguatan peran Primkoppol.

Kata Kunci : *Penguatan Peran Koperasi, Kesejahteraan Anggota*

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan masalah yang sangat penting di dalam perekonomian jangka panjang dan pertumbuhan ekonomi merupakan fenomena penting yang dialami dunia belakangan ini. Pertumbuhan ekonomi dapat bernilai positif dan dapat pula bernilai negatif. Jika pada suatu periode perekonomian mengalami pertumbuhan positif, berarti kegiatan ekonomi pada periode tersebut mengalami peningkatan. Sedangkan jika pada suatu periode perekonomian mengalami pertumbuhan negatif, berarti kegiatan ekonomi pada periode tersebut mengalami penurunan.

Peranan masyarakat dalam perekonomian memiliki lingkup yang luas. Aktivitas yang mencakup berbagai hal yang secara langsung berkaitan dengan kegiatan perekonomian maupun kegiatan yang di luar kegiatan perekonomian. Perekonomian nasional suatu negara akan meningkat ketika aktivitas produksi di dalam negara tersebut mengalami peningkatan pula. Artinya, hal ini membutuhkan pengembangan usaha dari masyarakatnya. Inovasi dalam bidang usaha yang dilakukan start-up maupun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat mempercepat tingkat perkembangan ekonomi nasional, seperti koperasi.

Koperasi adalah salah satu dari tiga sektor kekuatan ekonomi yang berperan melaksanakan berbagai bidang usaha dalam tata kehidupan di negara kita. Latar belakang pendirian koperasi tidak dapat dipisahkan dari keinginan masyarakat dari golongan ekonomi lemah untuk memperbaiki keadaan ekonomi mereka agar selangkah lebih maju. Pada dasarnya pengertian koperasi sebagai pegangan yaitu berdefinisi lebih lanjut menurut UU No. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pada pasal (1) yaitu koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat atas asas kekeluargaan.

Pada perkembangannya koperasi berperan sebagai penggalang ekonomi rakyat serta memiliki jaringan usaha dan daya saing yang tangguh, guna mengantisipasi berbagai peluang dan tantangan masa depan. Peradabannya koperasi mampu melakukan langkah-langkah ke depan dan terarah dan bisa melestarikan identitas koperasi agar dapat dilakukan seperti halnya yang dilakukan pelaku ekonomi lainnya. Koperasi tercermin sebagai wujud peran dan kedudukan pemerintah dalam sistem demokrasi di Indonesia. Kontribusi koperasi bukan saja pada ekonomi melainkan juga berperan dalam pengembangan modal sosial, keadilan dan tanggung jawab sosial dan pemerataan.

Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan adalah Koperasi Primer Tingkat Wilayah atau Markas Kepolisian Daerah (Mapolda) yang bergerak dibidang perdagangan dan pengembangan jasa umum, yang berada di daerah Kalimantan Selatan. Sebagai Koperasi Primer dalam membantu mewujudkan kesejahteraan anggota koperasi, Primkoppol Kalimantan Selatan harus mampu beradaptasi dengan perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat yang dinamikanya begitu pesat, sehingga Primkoppol Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan akan mampu menghadapi tantangan yang semakin berat dan kompleks. Dalam menghadapi perubahan yang cepat, Primkoppol Kalimantan Selatan harus memiliki pandangan kedepan yang mampu membimbing dan memberikan arah pengembangan dan kemajuan yang lebih tinggi dibanding dengan intensitas permasalahan yang dihadapi.

Dalam rangka pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia unsur kesejahteraan perlu diperhatikan dengan sungguh-sungguh karena kesejahteraan pegawai yang disisi lain adalah sebagai anggota koperasi merupakan faktor yang sangat menentukan dalam memacu semangat kerja serta produktivitas kerja. Perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat perusahaan atau instansi juga harus memberikan kesejahteraan yang tepat, adil dan nyaman bagi para pegawainya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pegawai sebagai anggota koperasi. Tenaga kerja yang sejahtera bisa terwujud apabila mereka terpenuhi hal dan harkatnya sebagai manusia yang bekerja. Sebagaimana yang dikemukakan dalam Undang - Undang No

13 tahun 2003 tenaga kerja yang sejahtera adalah tenaga kerja yang mendapatkan hak - hak normatif.

Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan merupakan koperasi primer yang anggotanya para pegawai Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan. Dengan dibentuknya koperasi ini diharapkan pegawai mampu berpartisipasi secara nyata dalam pembangunan sesuai dengan kemampuan masing - masing dan memetik hasil dalam usaha meningkatkan kesejahteraan pegawai sebagai anggota koperasi.

Koperasi berbeda dengan perusahaan keuangan lainnya, karena proses berdirinya berdasarkan pada prinsip, nilai dan norma yang harus ditaati. Anggota koperasi merupakan pemilik dana yang dikelola. Oleh karena itu, koperasi harus berkembang agar semua anggota dapat menikmati manfaatnya. Pada kenyataannya, mengembangkan koperasi tidak selalu berjalan dengan lancar karena kurangnya penguatan koperasi secara internal atau manajemen koperasi.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penyusun dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel bagi kesejahteraan anggota selama ini.
2. Untuk mengetahui langkah – langkah penguatan peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel yang dapat dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan anggota.

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel bagi kesejahteraan anggota selama ini ?
2. Bagaimana langkah – langkah penguatan peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel yang dapat dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan anggota ?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif atau menggambarkan, yaitu suatu bentuk penelitian yang diajukan untuk mendeskripsikan fenomena – fenomena yang ada di lapangan, baik fenomena alamiah maupun buatan manusia. Dalam penelitian ini peneliti memberikan gambaran secara deskriptif mengenai “ Penguatan Peran Koperasi Guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Primer Koperasi Polisi (PRIMKOPPOL) Pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan”.

Objek penelitian adalah suatu permasalahan yang diteliti, objek penelitian ini adalah Penguatan Peran Koperasi Guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Primer Koperasi Polisi (PRIMKOPPOL) Pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan. Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan beralamat di Jalan Let. Jenderal S. Parman No16 Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Penelitian yang dilakukan penyusun pada Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Mapolda Kalsel terdapat dua informan yaitu informan kunci bernama ibu Nurul Muna dan informan pendukung bernama bapa Drs. Sirajuddin.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata variabel bukan dalam bentuk angka, yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek penelitian.

Sumber Data

- 1) Data Primer

Data yang dikumpulkan dan diolah oleh penulis yang didapatkan langsung dari pihak Pimkoppol.

- 2) Data Sekuder

Data yang dikumpulkan dan diperoleh oleh penulis dalam bentuk yang sudah jadi dari Primkoppol. Contoh: sejarah, visi serta struktur.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Dalam penelitian ini observasi dilakukan langsung di kantor Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Mapolda Kalsel

2) Wawancara

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara bersama Bendahara Primer Koperasi Polisi pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan.

3) Dokumentasi

Pada penelitian ini penulis mengambil data langsung dari Primer Koperasi Polisi pada Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik non-statistik, yaitu teknik yang memberikan deskripsi terhadap objek penelitian yang diteliti, tanpa menggunakan rumus – rumus statistik dan perhitungan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penyusun pada Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dengan Ibu Nurul Muna selaku bendahara Primkoppol Mapolda Kalsel dan pengambilan data dengan Bapak Drs. Sirajuddin selaku sekretaris Primkoppol dapat diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi Primkoppol Polda Kalsel adalah kurang optimalnya peran koperasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dalam pengelolaannya cenderung kurang responsif dalam menangani masalah – masalah terkait tugas dan fungsinya. Dengan kata lain, pengelolaan Primkoppol berjalan apa adanya dan belum sepenuhnya dilaksanakan secara profesional.

Setelah melakukan observasi dan wawancara adapun bukti masalah sehubungan kurang optimalnya peran Primkoppol Polda Kalsel adalah sebagai berikut :

- 1) Perkembangan koperasi yang cenderung stagnan, terlihat dari kinerja koperasi yang tidak banyak mengalami perubahan dari waktu – waktu sebelumnya.
- 2) Kurang aktifnya anggota koperasi dalam menghidupkan koperasi khususnya dalam hal simpan pinjam.
- 3) Kurang lengkapnya barang kebutuhan sehari – hari yang dijual di koperasi.
- 4) Rusaknya sejumlah inventaris Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel.

Kurang optimalnya peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Mapolda Kalsel selama ini disebabkan dari manajemen Primkoppol yang belum sepenuhnya melaksanakan pengelolaan koperasi secara profesional. Akibat dari permasalahan tersebut membuat kesejahteraan anggota belum bisa diwujudkan secara maksimal.

1) **Peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel bagi kesejahteraan anggota selama ini**

Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel merupakan koperasi bagi anggota Polri dan PNS Polri yang dikelola oleh anggota di lingkungan Polda Kalsel dan bergerak di dalam bidang jasa keuangan, peminjaman berupa barang dan penitipan produk jualan. Peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel selama ini sudah cukup bagus, namun selama ini kurang mencapai hasil yang optimal berdasarkan tugas dan fungsinya. Dalam melakukan pengelolaan Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel, pengurus telah berupaya untuk mensejahterakan anggota Primkoppol Polda Kalsel namun demikian seperti yang ditemukan penyusun dalam observasi dan wawancara dengan pengurus inti bahwa peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel masih bisa lebih dioptimalkan melalui penguatan peran koperasi.

2) **Langkah – Langkah Penguatan Peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel Yang Dapat Dilakukan Guna Meningkatkan Kesejahteraan Anggota**

Kurang optimalnya peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dalam menjalankan tugas dan fungsinya tentu saja perlu disikapi secara serius agar tujuan pendirian Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dapat terwujud. Dalam rangka mengoptimalkan peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel harus dilakukan penguatan peran koperasi itu sendiri sehingga peningkatan kesejahteraan anggota dapat direalisasikan. Berikut adalah langkah – langkah yang dapat dilakukan Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel, yaitu :

1. **Membenahi Kondisi Internal**

Pembenahan merupakan langkah penting bagi Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel untuk lebih berkembang lagi. Pembetulan dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi kondisi internal. Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel perlu mengecek bagaimana seluruh aspek pengelolaan secara detail, baik masalah operasional maupun masalah manajerial. Hal – hal yang masih belum optimal dalam pengelolaan Primkoppol Mapolda Kalsel perlu segera diambil langkah – langkah strategis untuk perbaikannya.

2. **Menambah Kebijakan Koperasi**

Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel perlu menambahkan kebijakan – kebijakan koperasi yang diputuskan oleh para pengelola koperasi atas kesepakatan bersama. Penambahan kebijakan Primkoppol Polda Kalsel bertujuan agar dapat dicapainya kesejahteraan anggota Primkoppol. Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dapat menambahkan kebijakan – kebijakan sebagai berikut :

- (1) Menaikkan nominal simpanan pokok yang dibayarkan anggota koperasi saat pertama kali menjadi anggota koperasi yang awalnya hanya Rp. 3.000 menjadi Rp. 25.000.-
- (2) Menaikkan nominal simpanan wajib yang dibayarkan anggota setiap bulan yang awalnya Rp. 50.000 menjadi Rp. 100.000.- dengan dinaikkannya simpanan wajib maka nominal maksimal peminjaman dana di koperasi pun akan meningkat yang awalnya Rp. 20.000.000.- menjadi Rp.30.000.000.-
- (3) Manajemen koperasi seharusnya mengadakan sosialisasi untuk menitipkan produk untuk dijual di Unit Bhara Niaga dengan tujuan agar anggota lebih mengetahui bahwa Primkoppol memberikan pelayanan penitipan kepada anggota koperasi.

3. **Membuat Promosi Media Sosial**

Jika Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel sudah membenahi kondisi internal namun belum menemukan hasil yang maksimal maka Primkoppol harus mengenalkan suatu produk atau jasa pada anggota sehingga anggota tersebut berminat meminjam dana atau menitipkan barang jualannya pada Primkoppol Polda Kalsel. Jika banyak anggota yang meminjam dana dan menitipkan jualannya maka secara otomatis keuangan Primkoppol semakin banyak dan Primkoppol juga semakin berkembang. Primkoppol Polda Kalsel telah memiliki grup WhatsApp namun sebaiknya digunakan bukan hanya untuk berkomunikasi antara pengurus dan anggota tetapi digunakan untuk media promosi dan sosialisasi mengenai bhara niaga dan tawaran dana dengan anggota Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel. Tips dalam melakukan promosi di Media Sosial berupa WhatsApp adalah sebagai berikut :

(1) **Membuat Nomor Khusus**

Memaksimalkan WhatsApp sebagai aplikasi yang bisa membantu dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis atau badan usaha adalah menyiapkan nomor khusus untuk bisnis. Artinya, harus membedakan nomor pribadi dan nomor

WhatsApp bisnis. Membuat nomor khusus bisnis ini bertujuan agar tidak mencampuri antara urusan bisnis dan pribadi.

(2) Membuat Daftar Broadcast

Membuat beberapa daftar broadcast sesuai dengan produk atau jasa yang akan ditawarkan. Daftar ini juga dapat berfungsi untuk membagi kontak berdasarkan kategori yang diinginkan. Tapi cobalah untuk mengelompokkan kontak pada saat jumlahnya masih sedikit. Jadi pada saat kontak makin bertambah, kemudian tinggal memasukkan kontak baru kedalam kategori yang sudah ada.

(3) Pastikan Jaringan Internet Stabil

Aplikasi WhatsApp berjalan dengan menggunakan jaringan internet untuk berkiriman dan menerima pesan. Karenanya, untuk memastikan pesan yang dikirim ataupun pesan yang diterima dapat tersampaikan dengan lancar. Jika memungkinkan sebaiknya menyiapkan jaringan internet darurat yang bisa digunakan saat jaringan internet utama terputus atau mulai tidak stabil. Interaksi yang cepat tentunya akan membuat target lebih tertarik untuk membeli produk atau jasa jadi, pastikan dalam memberikan balasan dapat dilakukan secepatnya.

(4) Membuat Konten Yang berkualitas

Membagikan informasi yang menarik secara rutin dengan memposting konten yang berkualitas dapat mempertahankan image bisnis atau badan usaha. Cobalah untuk lebih memahami audiens, gunakan gaya bahasa dan pemilihan kata yang sesuai dengan setiap postingan.

4. Tata Kelola Yang Baik

Sebuah usaha bisa berjalan dengan lancar atau tidak tergantung dari tata kelola perusahaan tersebut, termasuk juga koperasi. Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel bisa berjalan dengan dan berkembang jika dikelola dengan baik. Pengelolaan tugas dari masing-masing anggota dan pengelolaan keuangan dalam koperasi harus jelas dan rapi. Semua hal yang berkaitan dengan koperasi harus diatur secara jelas dan ditaati oleh semua anggota. Kalaupun ada suatu kejadian yang belum diatur sebelumnya, maka harus ada rapat musyawarah dan disetujui oleh semua anggota. Tata kelola yang baik dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

(1) Memberikan Reward

Menghargai pengurus Primkoppol Polda Kalsel berarti menghargai secara individu, sebagai wujud apresiasi atas suatu prestasi pengurus Primkoppol Polda Kalsel. Badan Pemeriksa Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel perlu memberikan reward pengurus yang berprestasi. Sebaiknya kegiatan ini dapat dilakukan oleh Badan Pemeriksa Primkoppol Polda Kalsel secara berkala dalam satu periode tertentu, setelah melakukan evaluasi kinerja masing – masing pengurus Primkoppol Polda Kalsel sehingga kekonsistenan dan kontinuitas dapat memotivasi dan memacu semangat yang efektif bagi pengurus Primkoppol Polda Kalsel untuk bersaing meningkatkan performa kerja. Contoh reward yang sebaiknya diberikan oleh pengurus Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel dapat dibedakan menjadi 2 yaitu, sebagai berikut :

1. Reward Finansial

Memberikan uang bonus kepada pengurus yang berprestasi atau mereka yang telah melaksanakan tugas dengan baik.

2. Reward Non Finansial

Memberikan hadiah kepada pengurus Primkoppol yang berprestasi untuk jalan – jalan sambil belajar atau beredukasi.

(2) Memberikan Pelatihan Untuk Pengurus

Untuk mendongkrak performa kerja pengurus koperasi yang dinilai kurang bagus, koperasi juga perlu mengadakan pelatihan-pelatihan khusus. Pelatihan tersebut tidak hanya sekali pada masa training atau magang, tapi juga pada masa kerja para karyawan berlangsung. Adapun tahapan pelatihan tersebut berupa pemantauan (monitoring), pembinaan (coaching), dan pengembangan (development). Selain menaikkan kinerja karyawan yang semula buruk menjadi apa yang diharapkan oleh Badan Pengawas Koperasi yang telah memiliki kinerja baik yang mengikuti program pelatihan tersebut juga akan semakin berkembang pengetahuan dan keterampilannya.

Maka dari itu Primer Koperasi Polisi (Primkoppel) Polda Kalsel sebaiknya mengadakan pelatihan agar berkembangnya pengetahuan dan keterampilan. Contoh pelatihan yang sebaiknya dilaksanakan oleh Primkoppel Polda Kalsel adalah mengenai “Manajemen Koperasi dan Pengelolaan Koperasi” dan Primkoppel dapat berkerjasama dengan Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia dan juga berkerjasama dengan Dinas Perdagangan. Dalam pelatihan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah dalam peningkatan sumber daya manusia pengurus atau pengelola Primkoppel agar pengelolaan Primkoppel Polda Kalsel bisa dikelola lebih profesional.

(3) Merekrut Pengurus Yang Berkompeten

Dalam mengembangkan usaha Primer Koperasi Polisi (Primkoppel) Polda Kalsel bisa dimulai dengan mencari dan merekrut pengurus yang berkompeten. Pengurus yang memiliki ilmu dan pengalaman tentang perkoperasian akan lebih mudah mengurus Primkoppel Polda Kalsel dengan baik. Selain itu pengurus tersebut juga bisa membantu pengurus lain yang kurang memahami perkoperasian. Sehingga proses pengelolaan Primkoppel Mapolda Kalsel dapat berjalan dengan lancar dan tentunya bisa semakin berkembang. Contohnya Primer Koperasi Polisi (Primkoppel) Polda Kalsel dapat merekrut calon pengurus yang memiliki kualifikasi dan kompetensi tinggi.

5. Berdedikasi Tinggi

Sebagai puncak panutan dari para anggota, harus ada dedikasi tinggi dari pengurus Primkoppel Polda Kalsel yang kuat. Seluruh pengurus Primer Koperasi Polisi (Primkoppel) Polda Kalsel sebaiknya memiliki dedikasi tinggi dan nantinya akan memberikan contoh positive vibe bagi seluruh anggota Primkoppel Polda Kalsel. Seluruh pengurus Primkoppel Polda Kalsel harus mencintai pekerjaannya agar dengan mudah menyalurkan energi positive bagi anggota Primkoppel Polda Kalsel dan lingkungannya. Berdedikasi tinggi terhadap Primkoppel bukan selalu seberapa keras pengurus bekerja, seberapa larut ia pulang kerja tetapi dapat pula diwujudkan dengan menjadi pengurus yang memiliki pemikiran kreatif dan inovatif bagi Primkoppel Polda Kalsel. Atau paling tidak menjadi pengurus yang inspiratif agar dapat meningkatkan pengelolaan Primer Koperasi Polisi (Primkoppel) Polda Kalsel.

Table 1Jumlah Pegawai Primkoppel Mapolda Kalsel

No	Keterangan	Jumlah
1	Badan Pengawas	1 Orang
2	Badan Pemeriksa	1 Orang
3	Ketua	1 Orang
4	Sekretaris	1 Orang
5	Bendahara	1 Orang
6	Unit Simpan Pinjam	1 Orang
7	Unit Bhara Jasa	1 Orang
8	Unit Bhara Niaga	1 Orang
9	Administrasi	2 Orang
Jumlah Karyawan		10 Orang

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

1. Peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Kepolisian Daerah Kalimantan Selatan selama ini sudah cukup bagus, namun selama ini kurang mencapai hasil yang optimal berdasarkan tugas dan fungsinya.
2. Langkah – langkah penguatan peran Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel yang dapat dilakukan guna meningkatkan kesejahteraan anggota sebagai berikut :
 - (1) Membenahi kondisi internal
 - (2) Menambah kebijakan koperasi
 - (3) Membuat promosi media sosial
 - (4) Tata kelola yang baik
 - (5) Berdedikasi Tinggi

4.2. Saran

Dengan adanya upaya untuk mengoptimalkan manajemen Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel agar peran Primkoppol terjalankan sesuai tugas dan fungsinya, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

- (1) Sebaiknya Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel harus memberikan pengelolaan yang optimal, agar tidak terjadi lagi dikemudian hari masalah peran Primkoppol yang berkaitan dengan kesejahteraan anggota Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel yang mana itu adalah salah satu hal terpenting dari Primkoppol Polda Kalsel.
- (2) Primer Koperasi Polisi (Primkoppol) Polda Kalsel sebaiknya segera menjalankan langkah – langkah pengelolaan koperasi secara professional.

5. REFERENSI

- Hardani, dkk. 2020. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hasmawati, Fifi. 2013. Manajemen Koperasi. Medan: Duta Azhar.
- Sattar. 2017. Buku Ajar Ekonomi Koperasi. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suharto, Edi. 2014. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sumantri, Bambang Agus dan Erwin Putera Permana. 2017. Manajemen Koperasi UMKM. Kediri: Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/114/103>
- <http://ojs.uho.ac.id/index.php/JPEP/article/view/874/573>
- <https://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/905/700>
- <https://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/jurnal-ilmiah/article/view/163>
- <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/88/61>
- <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-5-strategi-sukses-membangun-usaha-koperasi/>
- <http://ejurnal.ppsdmmigas.esdm.go.id/sp/index.php/swarapatra/article/download/12/17/26>

Desain Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Media Sosial Instagram Pada Lely Cake Banjarbaru

Anisa Nur Fitria¹, Rinova Firman Cahyani²

¹Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin

²Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Banjarmasin

¹Anisanurfiria90@gmail.com, ²crinovaf@yahoo.com

Abstract

Lely Cake Banjarbaru is a home industry that has been engaged in food processing bread and cakes since 2019. This business always provides satisfactory service with affordable quality, but is still lacking in marketing strategies, so that customers only include the closest people. The magnitude of the potential of digital marketing is not utilized properly. The purposes of this study are (1) to determine the marketing strategy currently applied to Lely Cake Banjarbaru, and (2) to find out the right marketing strategy through Instagram social media at Lely Cake Banjarbaru. The method used in this research is descriptive. Sources of data used are primary and secondary data. Data collection techniques used are (1) observation, (2) interviews, and (3) documentation. The data analysis technique used the SWOT analysis technique. The results of this study indicate that digital marketing strategies are important at Lely Cake Banjarbaru in managing digital marketing to increase sales. The digital marketing strategy that needs to be implemented and maximized is social media marketing. In order to increase the reach of a wider brand engagement at Lely Cake Banjarbaru through Instagram social media, this can be done by choosing platforms, unique and interesting Instagram account profiles, presenting interesting content, various forms of Instagram content, managing content and schedules, using appropriate hashtags. and relevant, take customers of competitors' products, and increase interaction with customers.

Keywords : *Digital Marketing Strategy, Instagram Social Media*

Abstrak

Lely Cake Banjarbaru merupakan home industry yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan roti dan kue sejak tahun 2019. Usaha tersebut selalu memberikan pelayanan yang memuaskan dengan kualitas yang terjangkau, tapi masih kurang dalam strategi pemasaran, sehingga pelanggan hanya mencakup orang-orang terdekat. Besarnya potensial digital marketing tak dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi pemasaran yang saat ini diterapkan pada Lely Cake Banjarbaru, dan (2) untuk mengetahui strategi pemasaran melalui media sosial instagram yang tepat pada Lely Cake Banjarbaru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu (1) observasi, (2) wawancara, dan (3) dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital merupakan hal penting pada Lely Cake Banjarbaru dalam pengelolaan digital marketing untuk meningkatkan penjualan. Strategi digital marketing yang perlu diterapkan dan dimaksimalkan adalah sosial media marketing. Guna meningkatkan jangkauan brand engagement yang lebih luas pada Lely Cake Banjarbaru melalui media sosial instagram dapat dilakukan dengan cara pemilihan platform, profil akun instagram yang unik dan menarik, sajikan konten menarik, berbagai macam bentuk konten instagram, kelola konten dan jadwal, gunakan hastag yang sesuai dan relevan, ambil customer produk pesaing, dan tingkatkan interaksi dengan customer.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Digital, Media Sosial Instagram*

1. PENDAHULUAN

Pada era modern seperti sekarang ini, manusia mampu melakukan berbagai kegiatan didalam rumah ataupun didalam kantor tanpa harus terjun secara langsung. Seiring berkembang pesatnya kemajuan teknologi pada era globalisasi setiap perusahaan harus lah cepat tanggap dalam mengikuti perkembangan zaman yang sedang terjadi. Media sosial instagram diketahui telah banyak ada di sekitar kita. Segala kalangan masyarakat pun bisa dengan mudah menggunakan aplikasi ini. Adapun perbedaan dengan penjual dari mulut ke mulut yang tidak menggunakan aplikasi untuk mencari pembeli hanya bermodal tawaran saja. Ini menjadi salah satu alasan mengapa instagram memiliki berbagai manfaat untuk para pebisnis guna membangun dan mengembangkan suatu brand Lely Cake menjual berbagai macam kue kering dan cemilan. Selain koleksi kue keringnya yang memang lekat dengan hari-hari besar seperti hari raya idul fitri, produk yang dijualnya juga cukup terjangkau dikalangan semua masyarakat Lely cake selama ini hanya menggunakan strategi pemasaran melalui face to face (tatap muka). Lely cake harus terus melakukan inovasi baru dalam memasarkan barang nya dipasaran agar semakin berkembang dan tidak kalah saing oleh para pesaing lainnya.

1) Fitur yang Ada di Instagram

Berdasarkan Instagram Handbook (Bambang, 2012) media sosial instagram merupakan media sosial yang memiliki layanan hanya pengunggahan gambar/foto atau pengunggahan video untuk di publikasikan kepada baik akun media sosial instagram itu sendiri ataupun media sosial lainnya seperti facebook, twitter, dan lain sebagainya. Adapun beberapa fitur-fitur didalam media sosial instagram yaitu:

(1) Pengikut (followers)

Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun menjadi pengikut (mengikuti) pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut, akan terjalin komunikasi antara sesama pengguna instagram jika sebuah akun mengunggah foto/video, pengguna lainnya dapat merespon dengan like ataupun komentar. Jumlah like dan komentar dapat menjadikan foto/video populer.

(2) Mengunggah Foto (share)

Mengunggah dan berbagi foto atau video merupakan fungsi utama dari instagram. Foto/video yang diunggah didapatkan melalui kamera langsung ataupun yang sudah tersimpan didalam galeri foto sebuah device.

(3) Judul Foto/Caption Foto

Setelah proses editing, foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, di mana foto akan diberi keterangan lebih lanjut menggunakan teks.

(4) Kamera

Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek filter foto yang ada, untuk mengatur warna foto, tingkat kecerahan, saturasi, memotong foto, dan sebagainya yang dikehendaki oleh sang pengguna foto.

(5) Mention (arroba)

Sama seperti sosial media lain seperti facebook dan twitter, instagram memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

(6) Hastag

Suatu label (hastag) berupa kata yang diberikan awalan simbol tanda (#). Fitur pagar (tanda pagar) ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto yang tersebar di instagram dengan label tertentu.

(7) Geotagging/Lokasi

Geotag akan muncul ketika para pengguna instagram mengaktifkan GPS mereka dalam device mereka. Dengan demikian device tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna instagram tersebut.

- (8) Like (Tanda suka)
Instagram memiliki fitur untuk merespon sebuah foto atau video. Pengguna lain yang melihat foto atau video dapat mengungkapkan rasa suka terhadap postingan tersebut melalui tombol tanda suka (like)
- (9) Komentar
Selain like pengguna juga dapat memberikan komentar terhadap foto atau video yang diunggah dan berinteraksi untuk membicarakan pendapatan terkait foto atau video tersebut.
- (10) Share (Bagikan)
Share (bagikan) pengguna dapat membagikan foto atau video seseorang untuk dilihat oleh orang lain yang diikuti pengguna tersebut.
- (11) Instagram Stories
Instagram stories merupakan fitur yang ditawarkan oleh instagram. Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara real time dan foto akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video tersebut tidak dapat ditampilkan.
- (12) Profil Bisnis Instagram
Profil bisnis instagram adalah sebuah alat atau fitur yang diluncurkan instagram beberapa waktu yang lalu. Profil bisnis instagram membuat calon konsumen atau pelanggan dijangkau dengan lebih baik dan membuat profil bisnis akun instagram kamu lebih terpercaya dan hasil dagangan lebih cepat laku. Dengan adanya profil bisnis ini, mempermudah penjual untuk mempromosikan toko online atau barang dagangannya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mendeskripsikan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah mendeskripsikan suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian karena objek penelitian merupakan sasaran yang hendak dicapai untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Objek dalam penelitian ini adalah Desain Strategi Pemasaran Digital. Penelitian ini dilakukan pada Lely Cake Banjarbaru yang beralamat di Jalan Abadi 3 Kompleks Mustika Abadi Griyatama Blok S. No 1, Kel.Guntung Manggis, Kecamatan Landasan Ulin, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah yang dihadapi pada Lely Cake Banjarbaru saat ini adalah kurang maksimalnya strategi digital marketing yang digunakan disosial media miliknya, mengakibatkan pelaksanaan srategi pemasaran yang saat ini dijalankan kurang efektif. Berdasarkan Instagram *Handbook* (Bambang, 2012) media sosial instagram merupakan media sosial yang memiliki layanan hanya pengunggahan gambar/foto atau pengunggahan video untuk dipublikasikan baik akun media sosial instagram itu sendiri ataupun media sosial lainnya seperti facebook, twitter, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, akibat dari permasalahan di atas antara lain sebagai berikut:

- (1) Wilayah pemasaran yang sempit hal ini karena hanya menggunakan via Whatsapp untuk menjual produk kuenya.
- (2) Perlunya penggunaan media sosial instagram untuk sarana promosi.
Ada beberapa alasan owner Lely Cake Banjarbaru menggunakan media sosial Whatsapp antara lain sebagai berikut:

Materi promosi produk yang lebih mudah untuk dishare, Indriyanti juga menuturkan sistem berjualan di Whatsapp kebanyakan menerapkan barang PO alias dipesan terlebih dahulu, jadi lebih mudah mendata apabila semua dikumpulkan jadi satu, Untuk kekurangan yang dihasilkan dalam berjualan via Whatsapp yaitu:

- (1) Hasil yang didapatkan hanya akan fokus pada *platform* media sosial Whatsapp saja
- (2) Kurang luasnya promosi yang dilakukan oleh Lely Cake Banjarbaru, sehingga konsumen mereka hanya berasal dari penjualan melalui Whatasapp saja
- (3) Terbatasnya daya jangkau whatsapp serta terbatasnya media Lely Cake Banjarbaru untuk mempromosikan produk.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- (1) Lely Cake Banjarbaru merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi makanan yang berlokasi di Jalan Abadi 3 Kompleks Mustika Abadi Griyatama Blok S. No 1 Banjarbaru. Lely Cake Banjarbaru menerapkan digital marketing hanya melalui platform Whatsapp dan Instagram. Masalah yang dihadapi Lely Cake Banjarbaru pada saat ini adalah kurang efektifnya penerapan digital marketing melalui media sosial instagram, sehingga digital marketing yang saat ini digunakan harus dimaksimalkan.
- (2) Salah satu masalah yang dihadapi Lely Cake Banjarbaru yaitu belum adanya admin khusus yang mengurus secara rutin akun @lelycake.idn, akibatnya penjualan melalui instagram kurang update serta belum terbiasanya menggunakan instagram sebagai media promosi.
- (3) Akibat dari permasalahan Lely Cake Banjarbaru yaitu wilayah pemasaran yang sempit hal ini karena sang pemilik hanya menggunakan via Whatsapp untuk menjual produk kuenya dan perlunya penggunaan media sosial instagram untuk sarana promosi.
- (4) Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Lely Cake Banjarbaru perlu memperhatikan pentingnya pengelolaan digital marketing dalam meningkatkan penjualan. Strategi digital marketing yang perlu diterapkan dan dimaksimalkan adalah sosial media marketing. Lely Cake Banjarbaru menggunakan Whataspp dan Instagram saja untuk media digital marketingnya, Namun, penggunaan fitur-fitur instagram belum dilakukan secara maksimal. Guna meningkatkan jangkauan brand engagement yang lebih luas pada Lely Cake Banjarbaru melalui media sosial instagram dapat dilakukan dengan cara pemilihan platform, profil akun instagram yang unik dan menarik, sajikan konten menarik, berbagai macam bentuk konten instagram, kelola konten dan jadwal, gunakan hastag yang sesuai dan relevan, ambil customer produk pesaing, tingkatkan interaksi dengan customer.

4.2. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

- (1) Sebaiknya digital marketing pada Lely Cake Banjarbaru dapat dimaksimalkan, dalam menghadapi era modern yang semuanya menggunakan digital untuk kemajuan usaha dalam menghadapi persaingan sejenis usaha yang sama seperti Lely Cake Banjarbaru dengan lebih memperhatikan arti penting penerapan strategi digital marketing yang tepat guna menarik minat konsumen.

- (2) Sebaiknya Lely Cake Banjarbaru melakukan tahapan-tahapan *emarketingplan* agar dapat mulai menerapkan penggunaan media sosial instagram untuk pemasaran produk-produk yang akan dijualnya, dengan penggunaan media sosial instagram informasi mengenai toko dan barang-barang yang dijual akan tersampaikan dengan luas kepada konsumen.

5. REFERENSI

- Erlangga. 2020. “Strategi Pemasaran Menggunakan Website dan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Mebel Fur El”. Banjarmasin: Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Fernanda, M. R. 2019. “Optimalisasi Internet Digital Marketing pada Ud.Akrab Setia Brand Product Mr.Acan Menggunakan Media Instagram Guna Memperluas Jangkauan Keterkenalan Brand”. Banjarmasin: Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Putri, N.A. 2016. “Desain Strategi Pemasaran Online Pada Fullus Fashion Melalui Evaluasi Benchmarking”. Surabaya: Universitas Ciputra Surabaya.
- Wulandari, T. P. 2020. “Strategi Ingrated Digital Marketing pada Anna Nanashop Banjarbaru”. Banjarmasin: Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Untari, Dewi & Dewi Endah Fajariana. 2018. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi deksriptif pada akun @Subur_Batik)”. *Jurnal Sekretaris dan Manajemen* Vol.2 No.2 September 2018.
- Karvien. 2019. “Analisis Strategi Pemasaran dan Implementasi E-Marketing Usaha Keripik Pisang Lapis Lumer Melte Vanana Kota Bandar Lampung Skripsi”. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Prayudi, Dicki. 2016. “Rancangan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Pelatihan Pendidikan Non Formal Skripsi”. Bandung: Universitas Pasundan.
- Rahmani, The. 2016. “Penggunaan Media Sosial sebagai Penguasaan Dasar-dasar Fotografi Ponsel Skripsi”. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sufullah, Muhammad dan Maria Ulfah Siregar. 2019. “Pengungkapan Diri Gofar Hilman sebagai Influencer Melalui Media Instagram”. *Jurnal Pustaka Komunikasi* Vol.2 No.2 September 2019 Hal. 167-180.
- Oktaviani Pratiwi, Dwi. 2019. “Strategi Pemasaran Produk Fashion Secara Online Pada Pelanggan Mataharimall.com di Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam Skripsi”. Bengkulu: Institut Agma Islam Negeri.
- <https://sarjanaekonomi.co.id/strategi-pemasaran/>
- <https://docplayer.info/80335358-Bab-2-landasan-teori-proses-di-mana-perusahaan-menciptakan-nilai-bagi-pelanggan-dan-membangun.html>
- <https://www.pahlevi.net/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/>
- <https://materibelajar.co.id/pengertian-website-menurut-para-ahli/>

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi Pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin

Ihya Ulumiddina

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
e010318049@mahasiswa.poliban.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality (X1) simultaneously, partially and dominantly on customer loyalty insurance services at PT. Banjarmasin Sharia Askrida Insurance. This study uses a quantitative type of research. The population in this study was 1300 people. Sampling using the solvin method as many as 100 respondents. Collecting data using questionnaires, observations, and interviews. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS software version 20 for windows. The results showed that (1) the service quality variable had a simultaneous effect on changes in the customer loyalty variable (Y) was 79% while the remaining 21% was influenced by other factors not included in the scope of research at PT. Banjarmasin Sharia Askrida Insurance. (2) the service quality variable has a partial effect on customer loyalty in insurance services at PT. Askrida Syariah Banjarmasin Insurance with a Tangible variable T value (X1) of 2.048, Reliability (X2) of 2.280, Responsiveness (X3) of 2.014, Assurance (X4) of 0.542, Empathy (X5) of 6.318. (3) among the service quality variables the most dominant is the empathy variable (X5) with the largest regression coefficient value of 0.519 or 51.9%.

Keywords : *Service Quality, Customer Loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) secara simultan, parsial dan dominan terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1300 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode solvin sebanyak 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 20 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap perubahan variabel loyalitas nasabah (Y) adalah 79% sedangkan sisanya 21% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. (2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin dengan nilai Thitung variabel Tangible (X1) sebesar 2,048, Reliability (X2) sebesar 2,280, Responsiveness(X3) sebesar 2,014, Assurance(X4) sebesar 0,542, Empathy(X5) sebesar 6,318. (3) di antara variabel kualitas pelayanan yang paling dominan adalah variabel empathy(X5) dengan nilai koefisien regresi yang paling besar yaitu 0,519 atau 51,9%.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.*

1. PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, konsumsi komoditas selain kebutuhan pokok seperti pangan, sandang, papan, juga meningkat. Menurut hirarki kebutuhan Maslow (1994), terdapat lima kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan realisasi diri. Kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai resiko yang dapat menimbulkan kerugian. Meski ada banyak cara untuk menghadapi resiko, asuransi merupakan metode yang paling banyak digunakan. Asuransi menjanjikan untuk melindungi tertanggung dari resiko yang dihadapi individu dan resiko yang dihadapi perusahaan.

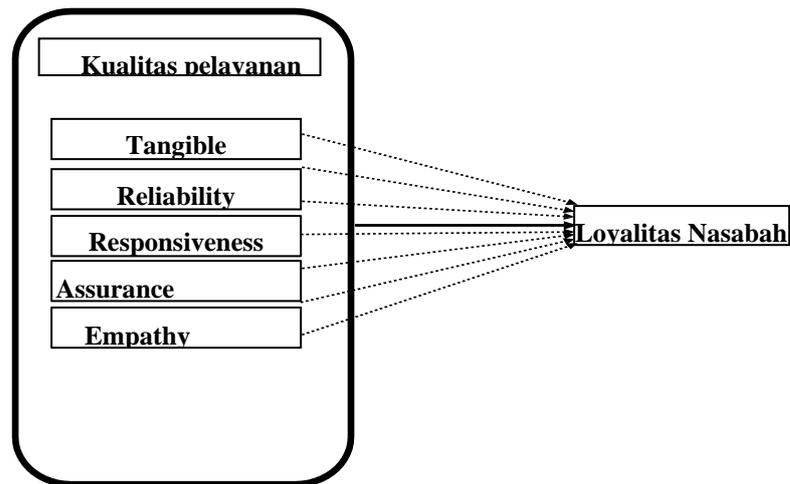
PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin adalah perusahaan yang melakukan usaha di bidang asuransi umum dan sejenisnya dengan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk mendapatkan keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan. Perusahaan yang beralamat di jalan Lambung Mangkurat No.48/10 Banjarmasin, Kalimantan Selatan ini memiliki beberapa produk jasa asuransi seperti Asuransi Proteksi Pembiayaan, Asuransi Kesehatan Syifa Askrida, Asuransi Travel Domestik & Internasional, Asuransi Kecelakaan Diri, Asuransi Kebakaran, Asuransi Kendaraan Bermotor, Asuransi Tanggung Gugat Profesi Dokter, Asuransi Penyimpanan Uang, Asuransi Pengiriman Uang, Asuransi Pengangkutan Barang, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Pembangunan, Asuransi Pemasangan Mesin, Asuransi alat berat, dan Asuransi Gadai Emas. Persaingan semakin ketat, dan semakin banyak organisasi atau penyedia layanan yang berpartisipasi dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan, dan dengan menyediakan produk dan pelayanan yang berkualitas. Dapat diketahui berdasarkan jumlah nasabah yang berjumlah 1300 orang pada satu tahun terakhir bahwa terjadi penurunan dan peningkatan jumlah nasabah selama tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas nasabah sudah sangat melekat di masyarakat. Kualitas pelayanan yang sudah sangat baik menunjukkan keseluruhan persepsi terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan kepuasan yang juga memiliki hubungan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan jika dilihat dari sikap pelanggan yang mana bila pelanggan merasa puas akan produk atau jasa yang mereka terima, maka kecenderungan untuk menjadikan mereka loyal terhadap produk akan dapat terjadi, bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan adalah faktor utama yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan, sebab kualitas pelayanan dapat menutupi kekurangan di sisi lain sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan tepat akan menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah lama.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi nasabah adalah 1300 orang. Dalam pengambilan sampel, menggunakan metode solvin. Diperoleh jumlah sampel berjumlah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data regresi linear berganda menggunakan software SPSS versi 20 for windows. Dalam penelitian ini menganalisa pengaruh secara simultan dan parsial dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Penelitian



Gambar 1. Rangkuman hasil pengujian regresi linear berganda menggunakan spss

Hipotesis pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah menduga terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy terhadap Loyalitas Nasabah Jasa Asuransi PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 75,421 dan nilai F tabel sebesar 2,31. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai F hitung ($75,421 > 2,31$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menduga adanya pengaruh secara parsial dari Kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Untuk melihat adanya pengaruh secara parsial dilakukan uji t dengan membandingkan nilai t hitung dari setiap dimensi kualitas pelayanan dengan t tabel 1,66.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara parsial dari Tangible dengan nilai t hitung 2,048. Reliability dengan nilai t hitung 2,280. Responsiveness dengan nilai t hitung 2,014 dan Empathy dengan nilai t hitung 6,318 terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin dengan masing-masing kontribusi parsial sebesar 4,2% untuk tangible. 5,2% untuk reliability. 4,1% untuk responsiveness dan 2,98% dari empathy.

Sedangkan untuk dimensi assurance dengan nilai t hitung 0,542 disimpulkan tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.

Dari hasil penelitian di atas dapat dijelaskan bahwa PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin memiliki bukti fisik (tangible) yang cukup bagus terhadap persepsi nasabahnya, hal ini dikarenakan semua nasabah sudah mengetahui bahwa fasilitas fisik sudah memadai, keadaan lingkungan yang bersih dan nyaman, serta penampilan pegawai dalam berpakaian sudah sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku.

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin juga memiliki tingkat empati (empathy) yang tinggi, bahkan dalam hasil penelitian ini menunjukkan empathy merupakan pengaruh paling dominan dari dimensi lainnya dalam kualitas pelayanan. Ini dapat diartikan bahwa para nasabah telah mendapatkan empati atau perhatian secara khusus untuk membantu memahami kebutuhan dan memecahkan masalah nasabah. Hal ini juga dibuktikan dengan nasabah yang merasa puas ketika pegawai memberikan pelayanan dengan sabar.

Namun, walaupun tangible, reliability, responsiveness, dan empathy sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin juga harus memperhatikan jaminan (assurance) dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kesan assurance (jaminan) menunjukkan masih cukup banyak yang harus dibenahi, baik dari sisi kemampuan memberikan solusi atas sesuatu permasalahan secara terperinci dan juga menguasai produk jasa dan informasi yang terkait dengan layanan.

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin hendaknya juga memberikan informasi yang terkait dengan layanan seperti dengan terus memberikan pelayanan yang baik, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima karena pelayanan merupakan salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan pelanggan baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Hal ini harus tetap dipertahankan karena merupakan salah satu hal yang penting dalam melekatkan kualitas pelayanan agar terus ditingkatkan.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
2. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Empathy terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
3. Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari assurance terhadap Loyalitas nasabah jasa asuransi pada PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin.
4. Diantara variabel kualitas layanan, variabel empathy yang berpengaruh paling dominan.

4.2. Saran

PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin hendaknya terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang memiliki pengaruh secara simultan dan variabel empathy yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Loyalitas nasabah agar kualitas pelayanan terus menjadi semakin baik dan menjadi pilihan masyarakat untuk berasuransi.

5. REFERENSI

- Eriyanti Rini. 2020 "Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) Nasabah Bank Rakyat Indonesia Unit Veteran Kota Banjarmasin. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin.
- Irnanda, Aris 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat". Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta

- Khamidah Nila, A'yun 2017. "Pengaruh Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Syariaah Bumiputera 1912 Kantor Operasional Tulungagung" Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung. Tulungagung.
- Mujahadah. 2020. "Laporan Tugas Akhir, Pentingnya Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan kepuasan Nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Banjarmasin. Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin.
- Nursalim, 2014. (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro .
- Teguh, Nuryadin Muhammad, Pratiwi, Evi Lestari dan Hasany, Julian Fiqry 2020. "Analisis Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk WITEL Kalsel". Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin. Banjarmasin
- Politeknik Negeri Banjarmasin, 2020. Buku Pedoman Tugas Akhir. Banjarmasin. Jurusan .Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.
- PT. Asuransi Askrida Syariah Banjarmasin. Kantor Pemasar Operasional Kalimantan Selatan.
- PT. Asuransi Askrida Syariah, 2018. Standar Operasional Prosedur dan Laporan Tahunan Annual Report PT. Asuransi Askrida Syariah Tahun 2018, Jakarta.
- Thungasal, Chandra Eddy dan Siagian, Hotlan 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Kasuari". Fakultas Ekonomi Universitas Krissten Petra. Surabaya
- Yustinus Riyan Adiputra, Imroatul Khasanah 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin

Siti Nur Chaliza

Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin
Chacabjm18@gmail.com

Abstract

The aims of this study are: (1) To know and analyze whether leadership style and reward punishment have a simultaneous significant effect on employee performance at PT. Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. (2) To find out and analyze whether the leadership style has a partial significant effect on the performance of the employees of PT. MAIN BARITO EARTH. (3) To find out and analyze whether the reward paid partially has a significant effect on the performance of the employees of PT. Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. This study uses quantitative methods. The population is all employees of PT. Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin.. The sampling technique used is the Saturated Sample / Census, with a sample of 50 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis technique. The results showed that: (1) The leadership style at PT. Bumi Barito Utama does not have a significant effect even though there are Rollingan Leaders or Branch Managers every period (2) the results of the simultaneous calculation include all variables that have a simultaneous effect on changes in the Employee Performance variable (Y) which shows that the percentage contribution of the influence of the dependent variable is 80.7 %. The remaining 19.3% is influenced by variables outside the study. While the results of the partial test with valuet leadership style variable (X1) is -1.814, Reward Punishment (X2) is 8.908. So the Parcial Variable Reward Punishment (X2) has a significant partial effect.

Keywords : *Leadership Style, Reward Punishment, Employee Performance.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu : (1) Untuk Mengetahui dan Menganalisa Apakah Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment berpengaruh signifikan secara Simultan terhadap kinerja pada karywan PT. BUMI BARITO UTAMA. (2) Untuk Mengetahui dan Menganalisa Apakah gaya Kepemimpinan berpengaruh signifikan secara Parsial terhadap kinerja Karyawan PT. BUMI BARITO UTAMA. (3) Untuk Mengetahui dan Menganalisa Apakah Rewad purnishment berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja Karyawan PT. BUMI BARITO UTAMA. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasinya adalah seluruh Karyawan PT Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Teknik sampling yang digunakan adalah Sample Jenuh/ Sensus, dengan sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Gaya kepemimpinan di PT. Bumi Barito Utama tidak terlalu berpengaruh secara signifikan walaupun adanya Rollingan Pimpinan atau Branch Manager setiap Periodeanya (2) hasil perhitungan secara simultan meliputi semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap perubahan variabel Kinerja Karyawan (Y) adalah menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel terikat sebesar 80,7%. Sisanya sebanyak 19,3% di pengaruhi oleh variabel di luar penelitian. Sedangkan dari hasil pengujian secara parsial dengan nilai thitung variabel Gaya kepemimpinan (X1) sebesar -1,814, Reward Punishment (X2) sebesar 8,908. Maka secara Parcial Variable Reward Punishment (X2) berpengaruh signifikan secara Parcial

Kata Kunci : *Gaya Kepemimpinan, Reward Punishment, Kinerja Karyawan.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Bisnis saat ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang bersekinambungan. Dalam Era Globalisasi ini memacu Perusahaan melaksanakan kegiatan Keorganisasian dengan Standar yang tinggi agar Perusahaan dan Sumber Daya Manusia lebih maju dan dapat bersaing dengan Perusahaan lain.

Salah satu hal nya adalah Kinerja yang merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan oleh perusahaan. Dukungan dari perusahaan berupa pengaruh dari seorang Pimpinan, *Rewardi* yang di berikan sebagai penyemangat karyawan, tata tertib yang di terapkan, susunan kerja yang nyaman dan dukungan sumber daya seperti memberikan Peralatan yang memadai sebagai sarana untuk memudahkan pencapaian tujuan yang ingin di capai untuk meningkatkan Kinerja karyawan. Peningkatan Kinerja karyawan akan membawa kemajuan bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan lingkungan Bisnis yang tidak stabil. Oleh karena itu upaya upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan paling serius bagi Manajemen karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup Perusahaan tergantung pada Kualitas Kinerja Sumber Daya Manusia di dalamnya. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan *Reward Punishment* terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin.

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitiain ini adalah Deskriptif Kuantitatif dengan menguji dan Mengetahui Pengaruh Secara Simultan dan Parsial dari Gaya Kepemimpinan (X1), Reward Punishment (X2) terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang banjarmasin dengan 50 Responden yang di ambil sebagai Sample dalam penelitian ini menggunakan teknik Sample Jenuh/ Sensus yang dimana seluruh karyawan Baru atau karyawan tetap di PT. Bumi Barito Utama Sample. Penelitian Ini Bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment terhadap Kinerja Karyawan dengan menggunakan Analisis Regresi Linear berganda dari Data Kusioner yang telah di kumpulkan dari jawaban Resonden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dan Uji Reliabilitas terhadap Instrument Penelitian yang di bagikan kepada 50 Orang Responden dalam Penelitian ini. Hasil Uji Validitas Menunjukkan Seluruh Instrumen $\geq 0,30$ dan nilai Signifikan dari seluruh Instrumen berada di bawah 0,05. Hal ini dapat di artikan bahwa instrumen dalam penelitian ini dinyatakan Valid. Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Koefisian Alpha dari seluruh Instrumen $\geq 0,60$, berarti semua instrumen ini dapat di percaya keandalannya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas pada Grafik P-P Plot juga menunjukkan titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk prediksi dan telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heterokedastisitas berdasarkan Grafik Scatterplot, terlihat bahwa terlihat titik menyebar secara acak atau tidak membentuk pola tertentu, tersebar baik diatas maupun dibawah maupun heterokedastisitas, sehingga model regresi dalam penelitian ini layak dipakai untuk prediksi.

Uji Multikolinearitas Menunjukkan Nilai VIF tidak ada mendekati angka 5 dan nilai tolerance semua variabel bebas diatas angka 0,10. Jadi, dapat disimpulkan tidak ada terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Pembahasan Uji F (Simultan)

Besarnya Fhitung adalah 103,528 jauh lebih besar dari Ftable ($103,528 > 3,20$) atau signifikansi F kurang dari 5% yaitu 0,000 dapat di simpulkan terdapat pengaruh yang signifikan Variable Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment Terhadap kinerja Karyawan Pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Jadi dapat di simpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Uji T (Parsial)

a) Variable Gaya kepemimpinan (X1)

thitung ($-1,814$) < ttabel ($1,677$), Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor cabang Banjarmasin.

Sementara Besarnya Kontribusi Variable Gaya Kepemimpinan terhadap kinerja Karyawan Diketahui dari Nilai Parsial yang diKuadratkan atau r^2 yaitu sebesar 0,065 yang berarti bahwa walaupun secara Parsial tidak berpengaruh secara signifikan namun secara statistik Variable ini masih memberikan Kontribusi kecil sebesar 6,5%

b) Variable Reward Punishment (X2)

thitung ($8,809$) > ttabel ($1,677$), Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Reward Punishment berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Sementara Besarnya Kontribusi Variable Reward Punishment terhadap Kinerja Karyawan diketahui dari nilai Parsial yang di Kuadratkan atau r^2 yaitu sebesar 0,627 yang berarti bahwa dimensi ini memberikan Kontribusi besar terhadap Kinerja karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Sebesar 62,7%.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

1. Variabel Gaya Kepemimpinan dan Reward Punishment secara simultan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin dengan nilai Fhitung > Ftable ($103,528 > 3,20$)
2. Variabel Gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, terhadap Kinerja karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin
3. Variabel Reward Punishment berpengaruh signifikan secara parsial, terhadap Kinerja karyawan pada PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin.

4.2. Saran

1. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan Gaya kepemimpinan dan Reward Punishment yang memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kinerja Karyawan.
2. PT. Bumi Barito Utama Kantor Cabang Banjarmasin. Sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan lagi Variable Reward Punishment yang sangat berpengaruh untuk meningkatkan Kinerja Karyawan agar menjadi lebih baik, lebih berkualitas, dan tanggung jawab atas tugas yang di berikan.

5. REFERENSI

- Ambar T. Sulistyani dan Rosidah. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Gaol, Jummy L. 2014. Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : PT. Gramedia Widisarana Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, H.T. 2013. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi Kedua. Yogyakarta : BPF.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- IBM SPSS Statistics 24.2020. "C:\ProgramFiles\IBM\SPSS\Statistics\24\stats.exe"
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. 2013. Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan, Bandung : PT. RemajaRosdakarya.
- Nawawi, Ismail. 2013. Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Kinerja. Jakarta: Kencana Prensdamedia Grup.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kombinasi (Mixel Methods). Bandung : Alfabeta.
- Rivai, Veitzal. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek. Raja Grafindo Persada, Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sutikno, Sobry M. 2014. Pemimpin Dan Gaya Kepemimpinan, Edisi Pertama. Lombok : Holistica.
- Sutrisno, Edy. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.
- . 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Keenam. Pranada Media Grup. Jakarta.
- . 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Kedelapan. Pranada Media Grup. Jakarta. USTAKA