



ARIMBI
ASOSIASI RISET ILMU MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
DAN BISNIS INDONESIA

E-ISSN : 3047-0552

P-ISSN : 3047-2199

JUMBIDTER

JURNAL MANAJEMEN BISNIS DIGITAL TERKINI

VOLUME 1 NO. 3 JULI 2024

diterbitkan oleh:

Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis Indonesia

Alamat: Perum. Cluster G11 Nomor 17 Jl. Plamongan Indah, Kadungwringin, Pedurungan, Semarang City, Central Java 50195

JUMBIDTER
JURNAL MANAJEMEN BISNIS DIGITAL TERKINI
VOLUME 1 NO. 3 JULI 2024

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) Dengan E-ISSN : 3047-0552, P-ISSN : 3047-2199 Diterbitkan Oleh Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan Dan Bisnis Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) Memuat Topik Dalam Jurnal Ini Berkaitan Dengan Segala Aspek Manajemen, Namun Tidak Terbatas Pada Topik Berikut: Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sektor Publik, Manajemen Operasi, Manajemen Rantai Pasokan, Tata Kelola Perusahaan, Etika Bisnis, Akuntansi Manajemen Dan Pasar Modal Dan Investasi. Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) Berkomitmen Untuk Memuat Artikel Berbahasa Indonesia Dan Berbahasa Inggris Yang Berkualitas Dan Dapat Menjadi Rujukan Utama Para Peneliti Dalam Bidang Ilmu Manajemen Dan Bisnis. Jurnal Ini Terbit 1 Tahun 4 Kali (Januari, April, Juli & Oktober).

Artikel-artikel yang dipublikasikan di Jurnal ini berfokus pada Bidang ilmu diantaranya segala aspek Manajemen. Artikel bisa ditulis dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia. **Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)** hanya menerima artikel-artikel yang berasal dari hasil-hasil penelitian asli (prioritas utama), dan artikel ulasan ilmiah yang bersifat baru (tidak prioritas). Keputusan diterima atau tidaknya suatu artikel ilmiah di jurnal ini menjadi hak dari Dewan Penyunting berdasarkan atas rekomendasi.

INFORMASI INDEKSASI JURNAL

Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) dengan e-ISSN : [3047-0552](https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER), p-ISSN : [3047-2199](https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER).; <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER> adalah *peer-reviewed journal* yang sudah terindeks di beberapa pengindeks bereputasi, antara lain: *Google Scholar*; *Garda Rujukan Digital (GARUDA)*, *Directory of Open Access Journal (DOAJ)*.



JUMBIDTER
JURNAL MANAJEMEN BISNIS DIGITAL TERKINI
VOLUME 1 NO. 3 JULI 2024

Editor in chief/ Ketua Dewan Editor

Raymond Panjaitan, S.E., M.M, Asosiasi Riset Ilmu Manajemen,
Kewirausahaan dan Bisnis Indonesia

Editorial Board

Fidyah Yuli Ernawati, SE, MM ; STIE SEMARANG
Ainun Nazriah S.Pd., M.Sc ; Universitas Krisnadwipayana
Karyono, S.E., M.Pd., M.M ; Universitas Pelita Bangsa
Tri Mulyani Kartini, S.E., M.M. ; Universitas Pelita Bangsa
Wa Ode Nursaadha Rajuddin., S.M., M.E ; Universitas Sulawesi Tenggara
Etty Zuliawati Zed, SE, MM ; Universitas Pelita Bangsa

Reviewer

Prasetyo Hartanto ; Universitas Nusa Putra
Andri Cahyo Purnomo, S.Pd., M.Pd. ; Universitas Raharja
Dr. Harlis Setiyowati, S.E., M.M., ; CIMA. Pradita University
DR. DRS. KADENI, SE., M.Pd., MM ; Universitas Bhinneka PGRI
Dr. Ali Imron, SE., MM Univ. Sultan Ageng Tirtayasa
Slamet Bambang Riono, M.M. ; Universitas Muhadi Setiabudi

diterbitkan oleh:

Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia

Alamat: Perum. Cluster G11 Nomor 17, Jl. Plamongan Indah, Kadungwringin, Kedungwringin,
Pedurungan, Semarang City, Central Java 50195

JUMBIDTER
JURNAL MANAJEMEN BISNIS DIGITAL TERKINI
VOLUME 1 NO. 3 JULI 2024

Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) dengan e-ISSN : [3047-0552](https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER), p-ISSN : [3047-2199](https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUMBIDTER) diterbitkan oleh Asosiasi Riset Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) memuat topik dalam Jurnal ini berkaitan dengan segala aspek manajemen, namun tidak terbatas pada topik berikut: Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sektor Publik, Manajemen Operasi, Manajemen Rantai Pasokan, Tata Kelola Perusahaan, Etika Bisnis, Akuntansi Manajemen dan Pasar Modal dan Investasi. Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER) berkomitmen untuk memuat artikel berbahasa Indonesia dan berbahasa Inggris yang berkualitas dan dapat menjadi rujukan utama para peneliti dalam bidang Ilmu Manajemen dan Bisnis. Jurnal ini terbit 1 tahun 4 kali (**Januari, April, Juli & Oktober**).

Reviewer memberikan penilaian atas orisinalitas, kejelasan penyajian, kontribusi pada bidang/ilmu Jurnal ini berfokus pada bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sektor Publik, Manajemen Operasi, Manajemen Rantai Pasokan, Tata Kelola Perusahaan, Etika Bisnis, Akuntansi Manajemen dan Pasar Modal dan Investasi. **Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini (JUMBIDTER)** Artikel yang akan dimuat merupakan karya yang orisinal dan belum pernah dipublikasikan. Artikel yang masuk akan direview oleh tim reviewer yang berasal dari internal maupun eksternal.

Dewan Penyunting akan berusaha terus meningkatkan mutu jurnal sehingga dapat menjadi salah satu acuan yang cukup penting dalam perkembangan Jurnal ini berfokus pada bidang ilmu diantaranya segala aspek manajemen. Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mitra bestari bersama para anggota Dewan Penyunting dan seluruh pihak yang terlibat dalam penerbitan jurnal ini.

Salam,

Ketua Penyunting

JUMBIDTER
JURNAL MANAJEMEN BISNIS DIGITAL TERKINI
VOLUME 1 NO. 3 JULI 2024

DAFTAR ISI

Fokus, Ruang Lingkup dan Informasi Indeksasi Jurnal	I
Tim Editor	II
Kata Pengantar	III
Daftar Isi	IV
Pentingnya Standar Operasional Prosedur (SOP) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Konsistensi Operasional Pada Perusahaan Manufaktur Fadila Rahmawati, Naura Nazhifah Suryana	Hal 01-15
Antara Efisiensi Dan Kekhawatiran: Menimbang Dampak Kecerdasan Buatan Terhadap Dinamika Dan Etika Lingkungan Kerja Pada PT. Colab Prosperity Jaya Raihan Kenai Ilyasa, Mochamad Abdul Faiz,	Hal 16-26
Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis NKRI Terhadap Pentingnya Manajemen Security di Era Digitalisasi Edy Soesanto, Mahesa Agung, Vandra Firmansyah Sukma	Hal 27-41
Optimalisasi Tata Letak : Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Khadyra Oktaviani Anwar, Shelsa Debora	Hal 42-54
Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Frozen Food (Studi Pada Akun Tiktok @Dakonfrozenfood) Nurhalima Nurhalima, Megawati Megawati, Akmal Abdullah	Hal 55-70
Pengaruh Penganggaran Terhadap Profitabilitas UMKM Lokot Muda Harahap, Maya Martiza Sari, Hasiandra Simanjuntak, Putri Sandrina Sitompul, Anita Saragih,	Hal 71-77
Analisis Dampak Endorsment Selebriti Terhadap Minat Beli Skincare Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan (UNIMED) Agustina Nainggolan, Maya Martiza Sari, Anita Br Saragih, Imamul Khaira, Zulkarnain Siregar,	Hal 78-92
Membangun Lingkungan Kerja Yang Ergonomis Pada PT Dwi Mitra Teknindo	Hal 93-105
Busyaro Hasab Najmi Hakim, Muhamad Mahmud Yusup,	
Pengaruh Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi Christiani Br Pintubatu, Rohman Wilian	Hal 106-118

Kantor Bebas Stres: Memanfaatkan Desain Interior Ergonomis Untuk Mendukung Kesehatan Dan Kebahagiaan Pekerja Aesta Khaerunnisa, Rintan Nurhayati Putri	Hal 119-135
Optimasi Layanan Aplikasi Digital Pasca Pandemi Melalui Kolaborasi Organisasi Gojek-Tokopedia Achmad Yudhistira Mutho'a, Muhammad Fais Zalfa Ramadhan, Muhammad Rif'an	Hal 136-149
Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokapasar Favorit Di Kalangan Mahasiswa ITS Jason Ho, Alfa Renaldo Aluska, Aulisa Rizki Amanda, Nur Aini Rakhmawati	Hal 150-169
Pengaruh Kualitas Produk, E-Wom dan Jaringan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan Indra Bayu Siregar, Tukimin Lubis, Nur'ain Harahap, Munawaroh Munawaroh,	Hal 170-183
Studi Sistem Informasi Manajemen: Kasus Indomaret Nita Khairani Siregar, Rayyan Firdaus	Hal 184-193
Memaksimalkan Potensi Crm: Panduan Praktis Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Riha Fitria Ardelia, Adelia Eka Putri, Shivva Amalia Khoiralla, I.G.N. Andhika Mahendra,	Hal 194-202
Analisis Studi Literatur Tantangan Penerapan Flexible Working Noor Ritawaty, Siti Umairah, Khoirul Hadziq, Fredy Sitorus,, Septa Efraim Tarigan	Hal 203-215
The Business Case For Diversity And Equity Ismay Novira	Hal 216-222
Analisis Kepuasan Konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari Rangga Rangga, Uus Mohammad Darul Fadli	Hal 223-233
Optimalisasi Teknologi Digital Untuk Mencapai "UMKM Naik Kelas" Studi Kasus Toko Kelontong Kecamatan Genteng Abd. Ghofar, Zawawi Zawawi	Hal 234-240
Peran Apron Movement Control (AMC) Dalam Menerapkan Kedisiplinan Kerja Karyawan Di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar Nurifi Nurifi, Elisabeth Endang Prakosawati	Hal 241-252
Determinan Price To Book Value Pada Perusahaan Perbankan Di BEI Periode 2017-2023 Rewang Budi Prasetyo, Adler Haymans Manurung, Jhonni Sinaga	Hal 253-261
Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Transaksi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee Bagi Pengguna di Kota Depok Novi Julianti, Helmy Ivan Taruna	Hal 262-277

- Pengaruh Kinerja Caddie terhadap Kepuasan Golfer dalam Pengalaman Bermain di Rainbow Hills Golf Club Bogor** **Hal 278-293**
Tatik Sriwulandari, Fajar Anugrah Subhi, Yoanna Yoanna
- Pengaruh Employee Engagement terhadap Burnout dengan Happiness at Work Sebagai Variabel Moderasi dalam Perspektif Manajemen Insani** **Hal 294-307**
Mimi Fitriani, Weny Rosilawati, Ridwansyah Ridwansyah
- Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Daya Saing UMKM di DIY** **Hal 308-316**
Ida Uliyah, Muji Mranani

Pentingnya Standar Operasional Prosedur (SOP) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Konsistensi Operasional Pada Perusahaan Manufaktur

The Importance of Standard Operating Procedure (SOP) in Improving Operational Efficiency and Consistency in the Company Manufacture

Fadila Rahmawati¹

Naura Nazhifah Suryana²

¹Email: fadila.rahmawati.abs422@polban.ac.id ²email: naura.nazhifah.abs422@polban.ac.id

D4 Administrasi Bisnis/Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bandung

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : fadila.rahmawati.abs422@polban.ac.id

Abstract

In an increasingly competitive and dynamic business era, companies are faced with increasing pressure to achieve success. To achieve this goal, operational efficiency, effectiveness and consistency are key. Standard Operating Procedures (SOPs) are present as an important instrument in guiding companies towards this achievement. SOPs are written guidelines that detail the steps and procedures that employees must follow in carrying out their daily tasks. A good SOP implementation helps companies ensure that every step taken by employees is in accordance with the set standards, reduces the possibility of errors, and improves the quality of the final result. However, awareness of the importance of SOPs is still uneven among companies, and many have difficulty in implementing them effectively. SOPs play a crucial role in improving operational efficiency, reducing the risk of errors, and ensuring compliance with regulations and industry standards. By providing clear guidance to employees, SOPs help in minimizing confusion, speeding up workflow, and increasing productivity. In addition, SOPs also help in maintaining consistent product quality and ensuring compliance with production standards. The importance of operational consistency cannot be overlooked either, as consistency creates customer trust, improves efficiency, and creates a stable work culture. Effective implementation and management of SOPs are key in ensuring operational success. The implementation process begins with the identification of business processes that require SOPs, development of clear SOPs, employee training, and continuous monitoring and evaluation of SOP compliance and effectiveness. In the manufacturing industry, SOPs are essential in maintaining product quality, occupational safety and health, and supply chain management. SOP helps in maintaining consistent product quality, creating a safe and healthy work environment, and optimizing material flow, inventory, and product distribution. Overall, the implementation of clear and well-defined SOP in various aspects of operations is key to ensuring the sustainability and success of the company. By implementing SOP well, companies can improve operational efficiency, maintain product quality, minimize the risk of errors, and ensure compliance with industry regulations and standards, enabling them to remain competitive in an increasingly complex market.

Keywords: Standard Operating Procedures (SOP), operational efficiency, consistency, implementation, manufacturing.

Abstrak

Dalam era bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, perusahaan dihadapkan pada tekanan yang terus meningkat untuk mencapai keberhasilan. Untuk mencapai tujuan tersebut, efisiensi, efektivitas, dan konsistensi operasional menjadi kunci. Standar Operasional Prosedur (SOP) hadir sebagai instrumen penting dalam memandu perusahaan menuju pencapaian tersebut. SOP adalah panduan tertulis yang merinci langkah-langkah dan prosedur yang harus diikuti oleh karyawan dalam menjalankan tugas-tugas mereka sehari-hari. Implementasi SOP yang baik membantu perusahaan memastikan bahwa setiap langkah yang diambil oleh karyawan sesuai dengan standar yang ditetapkan, mengurangi kemungkinan kesalahan, dan meningkatkan kualitas hasil akhir. Namun, kesadaran akan pentingnya SOP masih belum merata di kalangan perusahaan, dan banyak yang mengalami kesulitan dalam

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

menerapkannya dengan efektif. SOP memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi risiko kesalahan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan standar industri. Dengan memberikan panduan yang jelas kepada karyawan, SOP membantu dalam meminimalkan kebingungan, mempercepat aliran kerja, dan meningkatkan produktivitas. Selain itu, SOP juga membantu dalam menjaga kualitas produk yang konsisten dan memastikan kepatuhan terhadap standar produksi. Pentingnya konsistensi operasional juga tidak dapat diabaikan, karena konsistensi menciptakan kepercayaan pelanggan, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan budaya kerja yang stabil. Implementasi dan pengelolaan SOP yang efektif menjadi kunci dalam memastikan keberhasilan operasional perusahaan. Proses implementasi dimulai dengan identifikasi proses bisnis yang memerlukan SOP, pengembangan SOP yang jelas, pelatihan karyawan, dan pemantauan serta evaluasi terus-menerus terhadap kepatuhan dan efektivitas SOP. Dalam industri manufaktur, SOP sangat penting dalam menjaga kualitas produk, keamanan dan kesehatan kerja, serta manajemen rantai pasokan. SOP membantu dalam menjaga kualitas produk yang konsisten, menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat, serta mengoptimalkan alur material, persediaan, dan distribusi produk. Secara keseluruhan, implementasi SOP yang jelas dan terdefinisi dengan baik dalam berbagai aspek operasional menjadi kunci untuk memastikan keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan. Dengan menerapkan SOP dengan baik, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga kualitas produk, meminimalkan risiko kesalahan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan standar industri, sehingga memungkinkan mereka untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompleks.

Kata kunci: Standar Operasional Prosedur (SOP), efisiensi operasional, konsistensi, implementasi, manufaktur.

PENDAHULUAN

Di era modern, di mana persaingan bisnis semakin ketat dan dinamika pasar terus berubah, perusahaan berada dalam tekanan yang terus meningkat untuk mencapai keberhasilan. Untuk mencapai tujuan mereka, perusahaan harus beroperasi dengan tingkat efisiensi, efektivitas, dan konsistensi yang tinggi. Standar Operasional Prosedur (SOP) menjadi instrumen penting dalam memandu perusahaan menuju pencapaian tersebut.

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan sebuah pedoman yang bertujuan memastikan bahwa aktivitas operasional suatu organisasi atau perusahaan berjalan efisien. Dengan SOP yang terstruktur, karyawan memiliki panduan yang jelas dalam menjalankan tugas-tugas mereka sehari-hari. Melalui penerapan SOP yang baik, perusahaan dapat menjamin bahwa setiap langkah yang diambil oleh karyawan sesuai dengan standar yang ditetapkan, mengurangi kemungkinan kesalahan, dan meningkatkan kualitas hasil akhir. Walaupun kesadaran akan pentingnya SOP semakin meningkat, masih banyak perusahaan yang belum sepenuhnya memahami atau menerapkan SOP dengan benar. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman akan manfaat SOP secara menyeluruh atau kesulitan dalam mengimplementasikannya secara efektif.

Implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) di lingkungan perusahaan menjadi langkah yang krusial dalam meningkatkan kinerja operasional dengan lebih efisien, konsisten, dan dapat diandalkan. Fungsi SOP dalam perusahaan adalah membantu meningkatkan tingkat efisiensi dengan memastikan bahwa setiap tahapan dalam proses bisnis dilakukan dengan cara

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

yang paling efektif dan efisien dalam hal biaya. Dengan adanya SOP yang terstandarisasi, perusahaan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengoreksi area-area di mana penggunaan waktu dan sumber daya berlebihan, yang pada akhirnya dapat memacu produktivitas dan profitabilitas ke tingkat yang lebih tinggi.

SOP berperan penting dalam mengurangi risiko kesalahan dalam operasional perusahaan dengan menyediakan panduan yang jelas bagi karyawan. Dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, karyawan dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan manusia dan menghindari potensi kegagalan dalam proses bisnis. Terutama di industri dengan standar keamanan atau regulasi yang ketat, SOP membantu perusahaan untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan serta menjaga kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Implementasi SOP juga dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan memastikan bahwa setiap langkah dilakukan dengan cara yang tepat. Dengan demikian, SOP tidak hanya memitigasi risiko kesalahan, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan perusahaan secara konsisten.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Standard Operating Procedure

SOP adalah dokumen yang menjelaskan dengan detail langkah-langkah yang harus diikuti oleh karyawan dalam menjalankan tugas tertentu. Dokumen ini dapat berbentuk diagram alir proses, spesifikasi material, dan lain sebagainya. Menurut satu definisi, SOP adalah panduan utama tentang langkah-langkah terkait dengan aktivitas kerja yang dilakukan secara rutin atau tidak dalam sebuah perusahaan.

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa SOP berfungsi sebagai acuan untuk menjaga kelancaran aktivitas kerja perusahaan dengan menyediakan pedoman yang memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Tujuan Standar Operasional Prosedur (SOP)

SOP disusun dan disajikan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memastikan kegiatan organisasi berjalan dengan efektif dan efisien sesuai dengan prinsip dan peraturan yang berlaku.

2. Menjamin keandalan dalam pemrosesan dan penyusunan laporan yang diperlukan oleh organisasi.
3. Mengamankan kelancaran proses pengambilan keputusan organisasi secara efektif dan efisien.
4. Memastikan penerapan pengendalian kegiatan yang dapat mencegah kecurangan atau penyelewengan oleh anggota organisasi dan pihak lain.

Manfaat Standar Operasional Prosedur (SOP)

Prosedur Operasional Standar (SOP) menjelaskan cara pelaksanaan tujuan pekerjaan sesuai dengan kebijakan dan peraturan yang ada, guna memastikan konsistensi dan sistematisasi proses kerja. Manfaat dari SOP antara lain:

- a. Menjelaskan prosedur kegiatan dengan jelas.
- b. Menghemat waktu dan tenaga dalam pelatihan karyawan.
- c. Menstandarisasi kegiatan yang dilakukan oleh seluruh pihak dalam perusahaan.
- d. Memudahkan manajer atau supervisor dalam melakukan evaluasi dan penilaian.
- e. Membantu menjaga konsistensi kualitas perusahaan.
- f. Meningkatkan kemandirian karyawan karena SOP mengurangi keterlibatan pimpinan dalam pengecekan kinerja sehari-hari.
- g. Mempermudah pemberian informasi atau umpan balik terkait peningkatan kompetensi pegawai.

Peran SOP dalam Meningkatkan Efisiensi Operasional

Efisiensi merupakan kegiatan yang berkorelasi dengan ketepatan pada praktiknya, kegiatan kerja dapat dilakukan dengan lebih cepat, tepat, cermat, dan sesuai dengan tujuan atas target perusahaan. Dengan menerapkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang terstandar dengan baik, karyawan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas atas kinerjanya karena adanya prosedur yang berlangsung terus-menerus selama pengerjaan.

Peran SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam meningkatkan efisiensi operasional sebuah perusahaan tidak dapat diabaikan. SOP menjadi landasan yang kokoh dalam membimbing langkah-langkah karyawan dalam menjalankan tugas-tugas rutin secara efisien. Dengan SOP yang telah ditetapkan, setiap anggota tim memiliki panduan yang jelas tentang apa yang harus dilakukan, kapan, dan bagaimana melakukannya. Hal ini mengurangi kebingungan dan

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

keraguan yang mungkin timbul selama proses pelaksanaan tugas, sehingga waktu dan energi dapat dihemat untuk fokus pada penyelesaian tugas dengan hasil terbaik.

Selain menyediakan panduan yang jelas, SOP juga membantu dalam mengurangi risiko kesalahan yang dapat terjadi selama pelaksanaan tugas. Dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, karyawan dapat menghindari kesalahan yang mungkin timbul karena ketidaktahuan atau kebingungan tentang langkah-langkah yang harus diambil. Ini membantu perusahaan dalam mengurangi risiko kerugian finansial dan reputasi yang dapat timbul akibat kesalahan operasional.

Selanjutnya, SOP menyederhanakan proses bisnis dengan menetapkan langkah-langkah yang telah terbukti efektif dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan memperjelas alur kerja, SOP membantu menghilangkan kegiatan yang tidak perlu dan memfokuskan upaya pada hal-hal yang penting. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam pelaksanaan tugas, tetapi juga membantu meningkatkan produktivitas keseluruhan perusahaan.

Tak hanya itu, SOP juga membantu mencapai tingkat konsistensi operasional yang tinggi di dalam perusahaan. Dengan setiap anggota tim yang mengikuti prosedur yang sama, perusahaan dapat menghasilkan output yang konsisten tanpa variasi yang tidak diinginkan. Ini penting untuk menjaga kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta membangun citra perusahaan yang konsisten dan dapat diandalkan. Dengan demikian, peran SOP dalam meningkatkan efisiensi operasional sangatlah signifikan, membantu perusahaan untuk mencapai tujuan mereka dengan lebih cepat, lebih efisien, dan dengan biaya yang lebih rendah.

Pentingnya Konsistensi Operasional

Konsistensi bisa dijelaskan sebagai keadaan yang stabil atau tetap. Ketika suatu hal konstan atau tidak berubah, itu bisa memudahkan pengukuran untung dan rugi dalam suatu perusahaan. Tingkat disiplin yang tinggi sangat penting untuk mencapai konsistensi. Penerapan SOP akan memberikan dampak positif jika dilakukan dengan benar secara konsisten dan terus menerus.

Pentingnya konsistensi operasional dalam sebuah perusahaan tidak dapat diabaikan karena merupakan fondasi yang kokoh bagi keberhasilan dan keberlanjutan bisnis. Konsistensi operasional mencakup kemampuan untuk menjalankan proses bisnis secara seragam dan efisien di semua tingkat organisasi, dari departemen hingga cabang, bahkan hingga unit individu. Konsistensi operasional memastikan bahwa perusahaan memberikan pengalaman yang sama kepada pelanggan setiap saat. Ketika pelanggan berinteraksi dengan perusahaan, mereka mengharapkan pelayanan yang konsisten, produk yang konsisten, dan proses yang konsisten. Konsistensi ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang merupakan faktor kunci dalam mempertahankan pangsa pasar dan memperoleh keunggulan kompetitif.

Konsistensi operasional membantu dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Dengan memiliki prosedur dan proses yang konsisten, karyawan dapat dengan mudah mengikuti langkah-langkah yang telah ditetapkan tanpa perlu memikirkan ulang setiap kali tugas dilakukan. Hal ini mengurangi kebingungan, meminimalkan kesalahan, dan mempercepat aliran kerja, sehingga meningkatkan efisiensi keseluruhan perusahaan. Konsistensi operasional juga berperan dalam memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan standar industri. Dengan menjalankan proses yang konsisten, perusahaan dapat memastikan bahwa mereka mematuhi semua persyaratan hukum dan peraturan yang berlaku. Ini sangat penting untuk menghindari risiko denda, sanksi, atau reputasi buruk yang dapat timbul akibat pelanggaran.

Konsistensi operasional menciptakan budaya kerja yang stabil dan terorganisir di dalam perusahaan. Ketika setiap anggota tim mengikuti prosedur yang sama dan menghasilkan output yang konsisten, hal ini menciptakan rasa tanggung jawab, kepercayaan, dan kerja sama di antara karyawan. Budaya kerja yang positif ini dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas karyawan, serta menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan dan inovasi. Konsistensi operasional bukan hanya tentang menjalankan bisnis dengan cara yang sama setiap saat, tetapi juga tentang menciptakan fondasi yang kuat bagi pertumbuhan, kepercayaan, dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang.

Implementasi dan Pengelolaan SOP

Implementasi dan pengelolaan SOP (Standar Operasional Prosedur) merupakan langkah kritis dalam memastikan efektivitas dan keberhasilan operasional suatu perusahaan. Proses implementasi dimulai dengan identifikasi proses bisnis yang memerlukan SOP, yang dapat mencakup berbagai bidang seperti produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia.

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Setelah proses tersebut diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengembangkan SOP yang jelas dan terperinci untuk setiap langkah dalam proses tersebut. SOP harus disusun dengan cermat, memperhitungkan faktor-faktor seperti tujuan bisnis, kebijakan perusahaan, standar kualitas, dan peraturan yang berlaku.

Setelah SOP telah dibuat, langkah selanjutnya adalah memastikan bahwa karyawan memahami dan menerapkan SOP dengan benar. Ini melibatkan pelatihan dan penyuluhan kepada karyawan tentang isi dan pentingnya SOP, serta prosedur yang harus diikuti dalam melaksanakan tugas-tugas mereka. Manajemen harus memastikan bahwa SOP terintegrasi dengan baik dalam budaya perusahaan dan menjadi bagian integral dari proses kerja sehari-hari.

Selain itu, pengelolaan SOP juga melibatkan pemantauan dan evaluasi terus-menerus terhadap kepatuhan dan efektivitas SOP. Manajemen harus mengatur sistem pemantauan untuk memastikan bahwa SOP diikuti secara konsisten oleh semua anggota tim. Selain itu, evaluasi berkala harus dilakukan untuk mengevaluasi kinerja SOP, mengidentifikasi potensi perbaikan, dan memperbarui SOP sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis atau regulasi yang berlaku.

Selanjutnya, perlu adanya mekanisme untuk mengelola perubahan dalam SOP. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perusahaan sering kali perlu menyesuaikan SOP mereka untuk mengatasi perubahan dalam kebutuhan pelanggan, teknologi baru, atau regulasi industri. Oleh karena itu, perlu adanya proses yang jelas untuk mengidentifikasi, meninjau, dan mengimplementasikan perubahan dalam SOP dengan cepat dan efisien.

Dengan implementasi dan pengelolaan SOP yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mencapai konsistensi dalam pelaksanaan tugas-tugas rutin, meminimalkan risiko kesalahan, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan standar industri. Ini membantu perusahaan untuk mencapai tujuan mereka dengan lebih baik dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasar yang semakin kompleks.

METODE

Dalam melakukan penelitian mengenai Pentingnya SOP dalam Meningkatkan Efisiensi dan Konsistensi Operasional Perusahaan, penulis menggunakan metode pendekatan studi literatur. Data literatur yang penulis kumpulkan berupa data dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal akademis, buku teks, laporan penelitian dan dokumen resmi terkait manajemen operasional dan pengembangan SOP.

DISKUSI

Segala komponen yang dapat diintegrasikan untuk menghasilkan pengeluaran yang bernilai tambah. Proses suatu kegiatan mengubah bahan baku menjadi barang jadi sehingga memiliki nilai tambah lebih tinggi disebut proses produksi (manufaktur). Bagi pengusaha yang bergerak di bidang manufaktur perlu menyadari bahwa untuk perlu dapat terus bertahan hidup (*going concern*) dalam menjalankan perusahaan lebih penting dibandingkan sekedar mendapatkan keuntungan yang besar.

Dalam konteks proses produksi, Standar Operasional Prosedur (SOP) menjadi sangat penting karena proses produksi melibatkan serangkaian langkah-langkah yang harus dilaksanakan dengan presisi dan konsistensi. SOP adalah panduan tertulis yang merinci langkah-langkah, prosedur, dan instruksi yang harus diikuti oleh personel dalam melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam sebuah organisasi. Dalam proses produksi, SOP membantu dalam memastikan bahwa setiap langkah dalam produksi, mulai dari persiapan bahan baku hingga pengiriman produk jadi, dilakukan dengan benar dan efisien. SOP juga membantu dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya dengan menetapkan prosedur standar untuk penggunaan mesin, alat, dan tenaga kerja. Selain itu, SOP memainkan peran penting dalam menjaga kualitas produk yang konsisten dengan menetapkan parameter standar untuk pengendalian kualitas dan pengujian produk selama proses produksi. Dengan demikian, implementasi SOP dalam proses produksi tidak hanya membantu dalam meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memastikan kualitas yang konsisten dan kepatuhan terhadap standar produksi yang ditetapkan.

Dalam industri manufaktur, keberlangsungan operasional perusahaan sangat bergantung pada implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) yang efektif dan komprehensif. SOP adalah pedoman tertulis yang merinci langkah-langkah, prosedur, dan instruksi yang harus diikuti oleh personel dalam melaksanakan berbagai aktivitas operasional. Salah satu indikator SOP yang sangat penting adalah yang berkaitan dengan kualitas produk. Dalam lingkungan manufaktur, kualitas produk adalah kunci utama untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan reputasi

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

perusahaan. Oleh karena itu, SOP untuk kualitas produk mencakup standar spesifikasi yang jelas, prosedur pengendalian kualitas yang ketat, dan langkah-langkah perbaikan yang harus diambil jika ditemukan produk tidak memenuhi standar. Melalui implementasi SOP ini, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Selain itu, SOP untuk keselamatan dan kesehatan kerja (K3) juga menjadi prioritas utama dalam operasional perusahaan manufaktur. Karyawan di lingkungan manufaktur sering kali terpapar dengan berbagai risiko, termasuk cedera akibat kecelakaan kerja atau paparan bahan kimia berbahaya. Oleh karena itu, SOP K3 mencakup prosedur untuk penggunaan peralatan pelindung diri (APD), tata cara darurat, pelatihan K3 reguler, dan pengawasan rutin terhadap kondisi kerja yang aman. Dengan menerapkan SOP K3 yang ketat, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas, mengurangi absensi pekerja, dan mengurangi risiko kecelakaan kerja.

Selain itu, SOP yang mengatur manajemen rantai pasokan juga merupakan faktor kunci dalam memastikan keberlangsungan operasional perusahaan manufaktur. Manajemen rantai pasokan yang efisien dan efektif memungkinkan perusahaan untuk mengelola alur material, persediaan, dan distribusi produk dengan lancar dan efisien. SOP untuk manajemen rantai pasokan mencakup prosedur untuk pengadaan bahan baku, manajemen persediaan, koordinasi dengan pemasok dan mitra bisnis, serta pengawasan terhadap kinerja rantai pasokan secara keseluruhan. Dengan memiliki SOP yang jelas dan terdefinisi dengan baik untuk manajemen rantai pasokan, perusahaan dapat mengurangi risiko gangguan pasokan, mengoptimalkan inventaris, dan meningkatkan efisiensi dalam pengiriman produk kepada pelanggan.

Maka, Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk efisiensi operasional dan produktivitas juga sangat penting dalam mengatur langkah-langkah operasional yang optimal untuk meminimalkan pemborosan, meningkatkan produktivitas, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. SOP efisiensi operasional mencakup prosedur untuk identifikasi dan eliminasi pemborosan, peningkatan proses kerja, penggunaan teknologi yang canggih, dan pengembangan sistem manufaktur yang lebih efisien. Dengan menerapkan SOP ini, perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan daya saing

mereka di pasar. Dengan demikian, keseluruhan, implementasi SOP yang jelas dan terdefinisi dengan baik dalam berbagai aspek operasional menjadi kunci untuk memastikan keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan manufaktur.

Adapun dampak yang mungkin saja terjadi karena perusahaan tidak memberlakukan Sistem Operasi Prosedur (SOP) yang merupakan panduan tertulis dan mendetail mengenai prosedur atau langkah-langkah yang harus diikuti untuk menjalankan tugas tertentu di sebuah perusahaan manufaktur. Penerapan SOP yang baik sangat penting untuk memastikan operasional yang efisien, aman, dan konsisten. Jika perusahaan manufaktur tidak memberlakukan SOP dengan baik, berbagai dampak negatif dapat terjadi, mempengaruhi berbagai aspek operasional dan kinerja perusahaan.

Pertama, dampak pada kualitas produk dapat menjadi signifikan. Tanpa SOP yang jelas dan diterapkan dengan konsisten, standar kualitas produk bisa bervariasi. Hal ini dapat menyebabkan cacat produk, yang bukan hanya merugikan dari sisi finansial karena biaya produksi ulang dan penarikan produk, tetapi juga bisa merusak reputasi perusahaan di mata pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas produk dapat mengakibatkan kehilangan pangsa pasar dan kesulitan dalam membangun kepercayaan kembali.

Selain itu, ketidakteraturan dalam proses produksi yang diakibatkan oleh tidak adanya SOP yang baik dapat menimbulkan efisiensi operasional yang rendah. Pekerja mungkin melakukan tugas dengan cara yang berbeda-beda, yang bisa mengakibatkan waktu produksi yang lebih lama dan penggunaan sumber daya yang tidak optimal. Hal ini tidak hanya meningkatkan biaya produksi tetapi juga dapat menghambat kapasitas perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar secara tepat waktu, yang pada akhirnya berpotensi mengurangi pendapatan dan laba perusahaan.

Dampak lain yang cukup serius adalah peningkatan risiko kecelakaan kerja dan masalah keselamatan. SOP sering kali mencakup panduan mengenai cara menjalankan mesin, menangani bahan berbahaya, dan prosedur darurat. Tanpa SOP yang tepat, pekerja mungkin tidak tahu cara yang benar untuk menangani peralatan atau situasi tertentu, yang bisa mengakibatkan cedera atau bahkan kematian. Kecelakaan kerja tidak hanya merugikan karyawan yang terlibat tetapi juga bisa membawa konsekuensi hukum dan finansial bagi perusahaan, seperti tuntutan hukum dan denda dari otoritas keselamatan kerja.

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

Terakhir, dampak pada kepatuhan hukum dan regulasi juga tidak bisa diabaikan. Banyak industri manufaktur yang diatur oleh peraturan yang ketat, baik itu mengenai keselamatan, lingkungan, maupun standar produk. SOP membantu perusahaan untuk mematuhi regulasi ini. Ketidakpatuhan bisa mengakibatkan sanksi hukum, denda, dan dalam kasus yang ekstrem, penutupan operasi perusahaan. Selain itu, ketidakpatuhan juga bisa merusak hubungan dengan *stakeholder* penting seperti investor dan regulator.

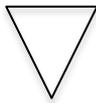
Dengan mengetahui peranan dan dampak yang memungkinkan terjadi, berikut beberapa bentuk SOP yang dapat digunakan tergantung pada kebutuhan dan konteks perusahaan. Pertama, SOP berbasis langkah-langkah atau "*Step-by-Step SOP*". Jenis ini sangat cocok untuk proses yang memerlukan urutan tindakan yang jelas dan terperinci, seperti prosedur operasi mesin, langkah-langkah keselamatan kerja, atau proses administrasi tertentu. Misalnya, dalam industri manufaktur, SOP *step-by-step* akan memandu operator dalam menjalankan mesin dengan benar, mulai dari persiapan, pengoperasian, hingga pengecekan akhir untuk memastikan semuanya berjalan sesuai standar yang ditetapkan.

Kedua, terdapat "*Hierarchical SOP*" yang menggabungkan langkah-langkah rinci dengan panduan tingkat tinggi. Ini biasanya digunakan untuk proses yang lebih kompleks, di mana beberapa sub-proses perlu diikuti dalam urutan tertentu. *Hierarchical SOP* menyediakan gambaran umum dari proses utama diikuti dengan penjelasan detail setiap sub-proses. Misalnya, dalam industri farmasi, SOP ini akan menguraikan keseluruhan proses produksi obat dari bahan baku hingga produk jadi, termasuk sub-proses seperti pengujian kualitas, pengemasan, dan penyimpanan.

Selanjutnya, "*Checklist SOP*" adalah bentuk yang sangat efektif untuk memastikan tidak ada langkah yang terlewat dalam suatu proses. *Checklist SOP* berisi daftar item atau tindakan yang harus diperiksa dan diselesaikan. Bentuk ini sering digunakan dalam prosedur inspeksi atau audit, di mana setiap langkah harus diverifikasi dan dicentang. Misalnya, dalam penerbangan, pilot menggunakan *checklist SOP* sebelum lepas landas untuk memastikan semua sistem pesawat berfungsi dengan baik.

Selain itu, ada "*Flowchart SOP*" yang menggunakan diagram alir untuk memvisualisasikan alur proses. Bentuk ini sangat bermanfaat untuk proses yang melibatkan banyak keputusan dan jalur alternatif. *Flowchart SOP* memudahkan pemahaman mengenai bagaimana berbagai komponen proses saling terkait dan keputusan apa yang harus diambil pada setiap titik tertentu. Misalnya, dalam manajemen layanan pelanggan, *flowchart SOP* dapat menggambarkan langkah-langkah yang harus diikuti dari menerima keluhan pelanggan hingga menyelesaikan masalah tersebut, dengan berbagai jalur tergantung pada jenis keluhan dan solusi yang diperlukan.

Berikut elemen-elemen flowchat yang dapat digunakan dalam pembuatan atau penyusunan SOP:

Simbol	Nama	Keterangan
	Terminal	Titik awal, akhir, atau pemberhentian suatu proses atau program.
	Dokumen	Dokumen dapat berupa tulisan tangan atau dicetak dengan komputer.
	Beberapa salinan dari satu dokumen	Digambarkan dengan cara menumpuk simbol dokumen dan mencetak nomor dokumen di sudut kanan atas bagian depan
	Pemrosesan dengan komputer	Fungsi pemrosesan yang dilakukan dengan komputer.
	Proses manual	Kegiatan pemrosesan yang dilakukan secara manual.
	Dokumen	Dokumen secara manual disimpan dan ditarik kembali, huruf di dalam simbol menunjukkan urutan pengaturan dokumen.
	Arus dokumen atau proses	Arah pemrosesan atau arus dokumen.

Terakhir, "*Narrative SOP*" memberikan penjelasan detail dalam bentuk naratif yang lebih deskriptif. Jenis ini cocok untuk situasi di mana pemahaman konteks dan latar belakang sangat penting, seperti kebijakan perusahaan atau prosedur pelatihan. *Narrative SOP* menjelaskan

PENTINGNYA STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KONSISTENSI OPERASIONAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR

tujuan, ruang lingkup, dan detail prosedur dalam format cerita yang lebih panjang, sering kali termasuk contoh dan studi kasus untuk memperjelas aplikasinya.

KESIMPULAN

Standar Operasional Prosedur (SOP) memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi, konsistensi, dan efektivitas operasional perusahaan. Dengan memberikan panduan yang jelas dan terstruktur bagi karyawan, SOP membantu mengurangi kesalahan, meningkatkan kualitas hasil, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi. Implementasi SOP yang baik dapat meminimalkan pemborosan, meningkatkan produktivitas, dan memperkuat citra perusahaan. Dalam industri manufaktur, SOP sangat krusial dalam menjaga kualitas produk, keselamatan kerja, dan efisiensi rantai pasokan. Ketidakteraturan dalam penerapan SOP dapat menimbulkan dampak negatif seperti penurunan kualitas produk, rendahnya efisiensi operasional, peningkatan risiko kecelakaan kerja, dan ketidakpatuhan terhadap regulasi.

SARAN

1. Peningkatan Pemahaman dan Pelatihan: Perusahaan perlu meningkatkan pemahaman karyawan tentang pentingnya SOP melalui pelatihan dan penyuluhan yang terus menerus.
2. Pengembangan dan Evaluasi Berkala: SOP harus dikembangkan dengan hati-hati dan dievaluasi secara berkala untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya dalam kondisi bisnis yang berubah.
3. Pemantauan Kepatuhan: Manajemen harus memastikan kepatuhan terhadap SOP melalui sistem pemantauan yang efektif dan evaluasi rutin.
4. Pengelolaan Perubahan: Perusahaan perlu memiliki mekanisme yang jelas untuk mengidentifikasi, meninjau, dan mengimplementasikan perubahan dalam SOP dengan cepat dan efisien.
5. Integrasi SOP dalam Budaya Perusahaan: SOP harus diintegrasikan dalam budaya kerja perusahaan sehingga menjadi bagian integral dari proses kerja sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani, I., & Herfianti, M. (2017). Implementasi standar operasional prosedur (SOP) pelayanan akta kelahiran pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bengkulu. **EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 5*(2), 93–102. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v5i2.378>
- Arnina, P. (2016). **Langkah-langkah efektif menyusun standard operating procedures (SOP)**. Depok: Huta Publisher.
- Fatimah, D. (2015). **Strategi pintar menyusun SOP**. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Muhammad, T. (2017). Efektivitas peraturan gubernur tentang standar operasional prosedur (SOP) administrasi pemerintahan di pemerintah daerah Provinsi Sulawesi Tengah. **KATALOGIS*, 5*(2), 202–212.
- NEGARA, P. A., BIROKRASI, D. R., & INDONESIA, R. (2012). **Pedoman penyusunan standar operasional prosedur administrasi pemerintahan**. Republik Indonesia.
- Ramada, A. C., & Sandi, S. P. H. (2023). Penerapan standar operasional prosedur (SOP) pada UMKM peci anyaman bambu di Desa Kertaraharja. **ABDIMA Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2*(1), 3482–348.
- Riadi, M. (2016). Pengertian, tujuan, fungsi, dan manfaat SOP. Retrieved from <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-tujuanfungsi-dan-manfaat-sop.html>
- Siti Ropikoh, Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan teknologi pengemasan dan penyimpanan produk pangan. **Jurnal Ilmiah Pangan Halal**.
- Sulistiani, A. S. (2016). Standar operasional prosedur (SOP) administrasi kependudukan dalam meningkatkan efektivitas pelayanan publik di Kecamatan Sambutan. **Ejournal Ilmu Pemerintahan*, 4*(1), 53–63.
- Tambunan, R. M. (2008). **Pedoman penyusunan standard operating procedures (SOP)**. Jakarta: Maiestas Publishing.
- Wulandari, R., & Sulistiningsih, E. (2013). Implementasi standar operasional dan prosedur pelayanan perizinan. **Jurnal Administrasi Pembangunan*, 1*(3), 219–323.

Antara Efisiensi Dan Kekhawatiran: Menimbang Dampak Kecerdasan Buatan Terhadap Dinamika Dan Etika Lingkungan Kerja Pada PT. Colab Prosperity Jaya

Raihan Kenai Ilyasa¹

Mochamad Abdul Faiz²

¹Email: raihan.kenai.abs422@polban.ac.id

²email: mochammad.abdul.abs422@polban.ac.id

Program studi D4 Administrasi Bisnis

Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bandung

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : raihan.kenai.abs422@polban.ac.id

Abstract

This study examines the impact of artificial intelligence (AI) on the dynamics and ethics of the workplace environment at PT COLAB PROSPERITY JAYA, a company engaged in the coconut product export industry. Using a qualitative approach, this research involved in-depth interviews with employees at various levels to explore how AI affects work efficiency, decision-making, ethical issues, and employee interactions. The results indicate that AI improves efficiency and supports decision-making with accurate data. However, there are serious ethical concerns, especially regarding data privacy and algorithmic bias. Furthermore, although AI facilitates task management, it also has the potential to reduce social interactions that are crucial for creativity and teamwork. This study suggests the need for stronger policies and ethical training to ensure that AI is integrated in a responsible and fair manner, emphasizing the importance of balancing the benefits of technology with human values in the development and application of AI in the workplace.

Keywords: Artificial Intelligence, Work Ethics, Work Efficiency, Decision-Making, Work Dynamics, Social Interaction

Abstrak

Penelitian ini mengkaji dampak kecerdasan buatan (AI) pada dinamika dan etika lingkungan kerja di PT COLAB PROSPERITY JAYA, sebuah perusahaan ekspor yang bergerak dalam industri olahan kelapa. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan karyawan di berbagai tingkatan untuk mengeksplorasi bagaimana AI mempengaruhi efisiensi kerja, pengambilan keputusan, isu etis, dan interaksi antar karyawan. Hasil menunjukkan bahwa AI memperbaiki efisiensi dan mendukung pengambilan keputusan dengan data yang akurat. Namun, terdapat kekhawatiran etis yang serius, khususnya terkait privasi data dan bias algoritma. Selain itu, meskipun AI memfasilitasi manajemen tugas, ia juga berpotensi mengurangi interaksi sosial yang penting untuk kreativitas dan kerja tim. Studi ini menyarankan perlunya kebijakan yang lebih kuat dan pelatihan etis untuk memastikan bahwa AI diintegrasikan dengan cara yang bertanggung jawab dan adil, menekankan pentingnya keseimbangan antara manfaat teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan dalam pengembangan dan penerapan AI di tempat kerja.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Etika Kerja, Efisiensi Kerja, Pengambilan Keputusan, Dinamika Kerja, Interaksi Sosial

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini tepat nya pada tahun 2024, kecerdasan buatan (AI) telah mengalami perkembangan menjadi alat yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mengubah banyak aspek dari dinamika tempat kerja. Penggantian peran manusia

dengan mesin yang dilengkapi AI telah menimbulkan pertanyaan mengenai batasan-batasan peran manusia di tempat kerja dan dampak etis yang ikut bersamanya.

Penggunaan AI seringkali dianggap sebagai alat untuk mencapai tingkat efisiensi yang maksimal, mengotomatisasi tugas-tugas rutin dan memungkinkan fokus yang lebih besar terhadap tugas-tugas yang memerlukan kreativitas dan pemikiran kritis. Namun, Hal ini juga membawa kekhawatiran akan adanya pengurangan lapangan pekerjaan untuk manusia dan pergeseran kebutuhan skill dalam tenaga kerja. Kekhawatiran ini menuntut evaluasi yang mendalam mengenai kebijakan dan prinsip etis yang mengatur penggunaan AI.

Dalam konteks ini, etika AI menjadi sangat berhubungan, meliputi isu seperti transparansi, keadilan, keadilan, dan akuntabilitas dalam pengembangan serta penerapan AI. Terdapat pertanyaan mendasar tentang bagaimana memastikan bahwa AI digunakan dengan cara yang mendukung keadilan sosial dan tidak memperkuat ketidaksetaraan yang sudah ada.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran dan pengaruh AI dalam menggantikan tugas-tugas manusia, menilai tantangan etis yang dihadapi. Dengan fokus pada aspek-aspek ini, artikel ini bertujuan untuk menyediakan pandangan menyeluruh tentang dinamika dan dilemma etis yang disebabkan oleh adanya AI di tempat kerja, sambil mengusulkan solusi yang mendukung transisi teknologi yang bertanggung jawab.

TINJAUAN TEORITIS

1.1 Peran AI dalam Transformasi Pekerjaan

Kecerdasan buatan (AI) membawa peluang yang besar dalam mengotomatisasi tugas yang berbiaya tinggi, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mengalihkan sumber daya manusia ke tugas yang lebih strategis dan kreatif. Penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan AI dapat meningkatkan kreativitas perusahaan dengan cara mengotomatisasi proses pengambilan keputusan yang biasanya memerlukan waktu yang cukup lama dan sumber daya manusia yang besar. Ferreira et al. (2020) menggambarkan kreativitas perusahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru dan berharga, yang dapat ditingkatkan dengan penggabungan AI dalam proses kreatif. Keberhasilan implementasi AI tidak hanya mempercepat proses kreatif tetapi juga meningkatkan kualitas output dengan memanfaatkan algoritma canggih untuk mengidentifikasi pola dan tren yang mungkin tidak terlihat oleh analisis manusia.

Namun, transformasi pekerjaan ini juga memunculkan adanya kekhawatiran tentang pergantian pekerjaan manusia dengan mesin. Di satu sisi, AI membebaskan pekerja dari tugas-tugas monoton, memungkinkan mereka untuk fokus pada area yang membutuhkan

keterampilan individu sebagai manusia. Namun, di sisi lain, hal ini juga menimbulkan kekhawatiran tentang keamanan pekerja bagi mereka yang tugasnya dapat sepenuhnya di otomatisasi oleh AI. Dengan demikian, penting untuk mengevaluasi dengan seksama bagaimana perusahaan dapat menerapkan program pelatihan pengembangan untuk membantu karyawan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan keterampilan yang dibawa oleh AI.

1.2 AI dan Peningkat Efisiensi Bisnis

Webster dan Watsin (2020) mendefinisikan bagaimana AI mewartakan pengembangan model bisnis baru yang dapat meningkatkan nilai bisnis dengan menggabungkan strategi bisnis dan TI. Penelitian ini menekankan bagaimana AI dapat mempercepat adaptasi perusahaan terhadap perubahan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional perusahaan. Penggunaan AI memungkinkan perusahaan untuk menganalisis data pelanggan secara real-time, membuat keputusan yang lebih tepat dan cepat. Teknologi ini juga mendukung inovasi produk dengan memungkinkan simulasi dan pengujian produk baru sebelum peluncuran ke pasar, demi meminimalisir biaya dan resiko.

Lalu, Mikalef dan Gupta (2021) mengidentifikasi bagaimana AI mempercepat pengolahan data dan pengambilan keputusan bisnis. Penggunaan AI dalam analisis data tidak hanya meminimalisir waktu namun akurasi pun dapat meningkat, yang sangat penting dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Algoritma AI mampu membaca pola dan wawasan yang tidak mudah terdeteksi oleh analisis dari manusia.

1.3 Isu Etis dalam Implementasi AI

Penerapan AI di tempat kerja menimbulkan berbagai isu etis yang penting, dari keadilan dan keamanan pekerjaan hingga invasi privasi dan transparansi. Penelitian yang dilakukan oleh MDPI Blog (2021) menyoroti bagaimana AI dapat menyebabkan bias dalam pengambilan keputusan jika tidak dikelola secara tepat. Contohnya, jika data yang digunakan untuk melatih model AI mengandung bias historis, hasil yang dikeluarkan oleh AI akan menggambarkan bias tersebut. Ini menimbulkan kekhawatiran mengenai keadilan dan ketidakberpihakan, khususnya dalam konteks keputusan penting seperti perekrutan karyawan atau kredit perbankan.

Lebih lanjut lagi, etika AI melibatkan prinsip-prinsip seperti keadilan, ketidakberpihakan, akuntabilitas, yang harus ditegakkan untuk menghindari penyalahgunaan dan memastikan bagaimana penerapan AI mendukung nilai-nilai sosial yang adil. Isu transparansi dan kepatihan juga muncul sebagai poin penting di dalam pengelolaan AI, memerlukan kerangka kerja regulasi yang jelas yang dapat mengarahkan pengembangan dan penggunaan AI dalam cara yang etis

Namun, Peningkatan efisiensi ini juga membawa tantangan etis, khususnya terkait dengan transparansi dan kontrol terhadap proses otomatis. Kekhawatiran muncul tentang sejauh mana pemegang kepentingan memahami dan dapat mengevaluasi proses yang diotomatisasi oleh AI. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengembangkan kerangka kerja yang tidak hanya mengotomatisasi proses tetapi juga memastikan bahwa kegiatan ini dapat dijelaskan dan diatur sesuai dengan standar etika yang berlaku

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam tata kelola AI yang kuat dan untuk bekerja sama dengan pembuat kebijakan untuk mengembangkan pedoman yang menjamin bahwa penggunaan teknologi ini mendukung nilai-nilai yang etis dan kepatuhan yang ketat. Selain itu, melibatkan berbagai pemegang kepentingan dalam proses pengambilan keputusan yang dibuat mencerminkan berbagai pandangan dan kebutuhan, mengurangi resiko ketidakadilan atau kesalahan yang bisa dilakukan oleh sistem kecerdasan buatan.

1.4 AI dan Perubahan dalam Dinamika Kerja

Penggunaan Ai di tempat kerja membawa perubahan yang signifikan pada dinamika kelompok dan interaksi karyawan. Paschen et al. (2020) menjelaskan bagaimana AI dapat mengubah struktur kolaboratif dan tingkatan tradisional dalam tim. Dengan memungkinkan tugas-tugas rutin diotomatisasi, AI membuka ruang bagi pekerja untuk terlibat dalam kegiatan yang lebih berfokus kepada inovasi dan pemecahan masalah. Ini bisa mengarah pada perubahan dalam peran kepemimpinan, dimana manajer lebih berfokus pada pengarahan inovasi dan mewadahi kolaborasi daripada mengelola tugas-tugas rutin.

Namun, perubahan ini tidak selalu diterima dengan mudah oleh semua anggota tim. Perubahan dalam struktur kerja dapat menimbulkan tantangan dalam adaptasi, terutama bagi pekerja yang kurang terbiasa dengan teknologi pengembangan yang menyeluruh untuk memastikan bahwa semua karyawan dapat beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan teknologi baru. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan dampak emosional dan sosial dari pengurangan interaksi manusia, karena tim mungkin akan menjadi lebih terbagi dengan adanya komunikasi digital yang intensif.

Selain itu, AI dapat mempengaruhi dalam urusan pengambilan keputusan tim dengan menyediakan data dan analisis yang dapat mengarahkan diskusi dan memilih strategi. Meskipun ini dapat meningkatkan efektivitas keputusan, ketergantungan berlebihan pada AI juga bisa mengurangi kemampuan kritis tim dan potensi untuk inovasi spontan. Oleh karena itu, perlu ada keseimbangan antara penggunaan AI dan kebutuhan untuk menjaga keterampilan pengambilan keputusan manusia dan interaksi yang sehat dalam tim

1.5 Pengaruh AI pada Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan

Kemampuan AI untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam jumlah besar telah mengubah cara keputusan dibuat dalam organisasi. Bag et al. (2021) menyoroti bagaimana kepemimpinan berbasis data ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi peluang dan resiko yang mungkin tidak dapat dilihat oleh manusia. Pemimpin yang memanfaatkan AI dalam strategi mereka seringkali dapat membuat keputusan yang lebih informatif dan objektif, yang pada akhirnya dapat mengarah pada hasil yang lebih baik untuk organisasi

Tetapi, pengaruh AI pada kepemimpinan juga memunculkan pertanyaan tentang seberapa jauh keputusan harus dipercayakan pada algoritma. Walaupun Ai dapat memberikan rekomendasi berdasarkan data, keputusan akhir seringkali memerlukan pertimbangan kontekstual dan etis yang lebih kompleks, yang masih memerlukan wawasan manusia. Ini menimbulkan kebutuhan bagi seorang pemimpin untuk tidak hanya mengerti cara kerja AI tapi juga untuk memahami keterbatasannya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, kami menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh kecerdasan buatan (AI) pada dinamika dan etika lingkungan kerja di PT COLAB PROSPERITY JAYA, sebuah perusahaan ekspor yang bergerak di bidang olahan kelapa. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya untuk memahami fenomena dari perspektif subjek yang terlibat, dalam hal ini adalah karyawan perusahaan.

Metode kualitatif ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan karyawan di berbagai tingkat organisasi untuk mengumpulkan pandangan, pengalaman, dan reaksi individu terhadap implementasi dan dampak AI dalam pekerjaan mereka. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang persepsi karyawan terhadap AI, bagaimana teknologi ini mengubah praktik kerja mereka, serta implikasi etis yang mungkin timbul.

Data yang diperoleh melalui wawancara ini kemudian dianalisis secara tematik. Analisis tematik merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data. Ini melibatkan pengkodean data secara sistematis dan pengeksploasian tema-tema yang muncul yang relevan dengan tujuan penelitian. Bryman (2016) menyediakan panduan umum tentang teknik-teknik dalam penelitian kualitatif, termasuk teknik analisis tematik yang digunakan dalam penelitian ini.

DISKUSI DAN ANALISIS

Tabel 1. Pengaruh AI pada Efisiensi Kerja

Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3
Bagaimana AI telah mengubah cara Anda bekerja sehari-hari?	AI membantu dalam sorting data pelanggan, memudahkan pengorganisasian.	AI membantu dalam mengelola data lebih cepat, seperti laporan penjualan.	AI memungkinkan saya fokus lebih pada strategi penjualan.
Apakah ada tugas yang sekarang lebih cepat diselesaikan karena AI?	Tugas seperti pencatatan otomatis dan pengingat jadwal.	Proses analisis data yang biasanya membutuhkan waktu berjam-jam kini cepat selesai.	Pengurangan waktu dalam pembuatan laporan dan analisis trend.
Apa tantangan yang Anda hadapi dengan penggunaan AI dalam pekerjaan Anda?	Perlu ada perubahan mendadak, AI tidak sefleksibel manusia.	Kesalahan teknis yang membuat sistem lambat atau tidak akurat.	Ketergantungan pada AI, yang bisa jadi masalah jika sistem down.

Dari wawancara yang dilakukan, semua responden mengakui bahwa AI telah meningkatkan efisiensi kerja mereka. Fitri Restiani, Faiz, dan Kautsar sama-sama merasakan peningkatan kecepatan dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas-tugas tertentu berkat bantuan AI, khususnya dalam pengolahan dan analisis data. Namun, mereka juga menyatakan bahwa ada kebutuhan untuk intervensi manual, terutama dalam situasi yang memerlukan penilaian subjektif atau ketika menghadapi output yang tidak biasa dari AI, yang menunjukkan bahwa meskipun AI sangat membantu, masih ada keterbatasan dalam penerapannya yang harus diwaspadai.

Tabel 2. Isu Etis dalam Implementasi AI

Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3
Apakah Anda pernah mengalami situasi dimana AI menimbulkan pertanyaan etis?	Kekhawatiran tentang bagaimana AI mengklasifikasikan pelanggan berdasarkan data sensitif.	Kekhawatiran tentang privasi data, terutama data pelanggan.	Tantangan etis muncul saat AI salah mengidentifikasi pola.
Bagaimana Anda menangani situasi tersebut?	Diskusi dengan tim IT untuk memastikan tidak ada bias etis.	Melaporkan ke atasan untuk memastikan semua sesuai dengan kebijakan privasi.	Verifikasi manual sebelum membuat keputusan penting.
Apakah perusahaan memberikan pelatihan tentang etika AI?	Belum ada pelatihan formal, tetapi ada sesi diskusi tentang isu ini.	Perusahaan belum memberikan pelatihan khusus tentang etika AI.	Sering diberi briefing tentang penggunaan AI yang bertanggung jawab.

Ketiga karyawan menyoroti kekhawatiran etis terkait dengan privasi data dan bias dalam pengambilan keputusan yang diperantarai oleh AI. Fitri dan Faiz mengungkapkan keprihatinan mereka tentang bagaimana AI dapat mempengaruhi privasi dan kesetaraan, sedangkan Kautsar menekankan masalah potensial yang terkait dengan kesalahan identifikasi oleh AI. Meskipun belum ada pelatihan etika AI yang formal, diskusi informal dan sesi briefing telah membantu mereka memahami tanggung jawab dan potensi isu yang mungkin timbul. Ini menunjukkan kebutuhan akan kebijakan yang lebih formal dan pelatihan etika untuk mengelola dan mengintegrasikan teknologi AI secara bertanggung jawab.

Tabel 3. AI dan Pengambilan Keputusan

Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3
-------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Apakah AI telah membantu Anda dalam mengambil keputusan bisnis?	AI membantu dalam mengidentifikasi tren dan peluang pasar.	AI memberikan data dan analisis yang mendalam, membantu pengambilan keputusan.	AI membantu dalam menganalisis data kompetitif, memudahkan strategi pemasaran.
Bagaimana perasaan Anda mengandalkan AI untuk keputusan penting?	Ada rasa aman karena data yang diberikan akurat, tetapi selalu dicek ulang.	Nyaman asalkan ada keseimbangan antara input AI dan pertimbangan manusia.	Percaya pada teknologi, tapi selalu ada ruang untuk pertimbangan manusia.
Apakah ada keputusan yang Anda rasa sebaiknya tidak diserahkan kepada AI?	Keputusan tentang kesejahteraan karyawan harus tetap di tangan manusia.	Keputusan yang melibatkan aspek humanis dan emosional lebih baik di tangan manusia.	Keputusan yang berkaitan dengan etika dan kebijakan internal harus tetap di tangan manusia.

Semua responden mengakui kegunaan AI dalam mendukung pengambilan keputusan dengan menyediakan wawasan yang didasarkan pada analisis data besar. Namun, mereka juga setuju bahwa keputusan penting yang melibatkan faktor-faktor humanis dan etis sebaiknya tetap dilakukan oleh manusia. Penggunaan AI dalam pengambilan keputusan dianggap membantu, tetapi ada konsensus bahwa harus ada keseimbangan antara input AI dan kebijaksanaan manusia untuk menghindari ketergantungan berlebihan pada teknologi dan memastikan keputusan yang diambil adalah adil dan beretika.

Tabel 4. Dampak AI pada Interaksi Kerja dan Kolaborasi

Pertanyaan	Partisipan 1	Partisipan 2	Partisipan 3
Bagaimana AI mempengaruhi	AI memudahkan komunikasi dan	AI membantu dalam	AI meningkatkan

ANTARA EFISIENSI DAN KEKHAWATIRAN: MENIMBANG DAMPAK KECERDASAN BUATAN TERHADAP DINAMIKA DAN ETIKA LINGKUNGAN KERJA PADA PT. COLAB PROSPERITY JAYA

interaksi Anda dengan rekan kerja?	koordinasi tetapi kadang mengurangi interaksi langsung.	memastikan semua informasi tersedia bagi semua orang, namun terkadang membuat kami kurang berinteraksi secara personal.	efisiensi kerja tim tetapi kadang-kadang membatasi diskusi spontan yang bisa memicu ide baru.
Apakah AI mempengaruhi cara tim Anda bekerja bersama?	Ya, AI memfasilitasi kolaborasi tetapi juga menciptakan kecenderungan untuk terlalu bergantung pada data daripada diskusi kreatif.	AI sangat membantu dalam mengorganisasi tugas dan jadwal tetapi terkadang menghilangkan kebutuhan untuk pertemuan tatap muka.	AI membantu dalam penjadwalan dan pengelolaan proyek, namun harus diimbangi dengan interaksi manusia agar tetap efektif.
Bagaimana AI mempengaruhi dinamika tim dalam menghadapi masalah?	AI memberikan solusi cepat dan efisien namun terkadang mengabaikan aspek emosional dan moral yang penting dalam pengambilan keputusan tim.	AI membantu dengan menyediakan analisis yang obyektif, namun dalam masalah yang kompleks, kami masih membutuhkan diskusi mendalam antar anggota tim.	AI memberikan data dan solusi yang berbasis analisis, namun interaksi manusia tetap vital untuk solusi kreatif dan komprehensif.

Wawancara menunjukkan bahwa sementara AI telah membantu mempercepat dan menyederhanakan beberapa aspek kerja tim, seperti manajemen tugas dan jadwal, juga ada

dampak pada penurunan interaksi langsung antara karyawan. Meskipun ini membantu dalam efisiensi, beberapa karyawan merasa bahwa hal itu dapat mengurangi kemampuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif yang sering muncul melalui interaksi spontan. Mereka menyarankan bahwa perlu ada upaya sadar untuk menjaga keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan penghormatan terhadap nilai-nilai kolaborasi manusia dan kreativitas.

Analisis dari hasil wawancara menegaskan bahwa sementara AI membawa banyak manfaat dalam hal efisiensi dan kemampuan analitik, ada kekhawatiran yang jelas dan penting terkait dengan isu etis, kebutuhan keseimbangan dalam pengambilan keputusan, dan pengaruhnya terhadap dinamika kerja tim. Untuk memastikan integrasi AI yang sukses dan etis dalam lingkungan kerja, perusahaan perlu mempertimbangkan pengembangan kebijakan yang lebih kuat, pelatihan yang komprehensif, dan mekanisme pengawasan untuk mengatasi tantangan ini secara efektif.

KESIMPULAN

Artikel ini telah menggali secara mendalam pengaruh kecerdasan buatan (AI) pada dinamika dan etika lingkungan kerja di PT COLAB PROSPERITY JAYA, perusahaan ekspor yang bergerak dalam industri olahan kelapa. Melalui metode penelitian kualitatif yang melibatkan wawancara dengan karyawan perusahaan, kami telah berhasil memahami berbagai aspek pengaruh AI, termasuk peningkatan efisiensi, isu etis yang muncul, pengaruh AI terhadap pengambilan keputusan, serta dampaknya terhadap interaksi kerja dan kolaborasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI secara signifikan telah meningkatkan efisiensi dalam proses kerja, terutama dalam hal pengolahan dan analisis data. Namun, wawancara juga mengungkapkan kekhawatiran etis, seperti privasi data dan bias dalam pengambilan keputusan, yang membutuhkan perhatian dan tindakan lebih lanjut dalam bentuk kebijakan dan pelatihan etika yang lebih kuat.

Dalam konteks pengambilan keputusan, meskipun AI membantu dalam menyediakan analisis data yang mendalam, ada konsensus kuat di antara para karyawan bahwa keputusan yang melibatkan faktor humanis dan etis harus tetap dalam tangan manusia untuk menghindari ketergantungan berlebihan pada teknologi dan untuk memastikan keadilan serta keberlanjutan keputusan.

AI juga ditemukan memiliki dampak ganda terhadap kolaborasi dan interaksi kerja. Di satu sisi, AI memudahkan manajemen tugas dan jadwal; di sisi lain, berpotensi mengurangi interaksi langsung antar karyawan, yang dapat menghambat proses kreatif dan pengembangan

ide. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya menjaga keseimbangan antara pemanfaatan teknologi dan nilai interaksi manusia dalam lingkungan kerja.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan yang berimbang dalam mengintegrasikan AI di tempat kerja. Diperlukan kebijakan yang kuat, pelatihan etika yang komprehensif, dan keterlibatan aktif dari semua pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa AI digunakan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab, mendukung kemajuan teknologi sambil menjaga kesejahteraan dan keadilan bagi karyawan. Ini akan membantu PT COLAB PROSPERITY JAYA tidak hanya memaksimalkan potensi AI tetapi juga mengatasi tantangan yang mungkin muncul seiring waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bag, S., Gupta, S., & Luo, Z. (2021). Investigating the adoption of AI integrated CRM systems in healthcare. **Communications of the Association for Information Systems, 48*(1), 15.*
- Bryman, A. (2016). **Social research methods**. Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (2014). **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. Sage Publications.
- Kim, Y., Ferreira, P., & Liu, S. (2021). The impact of artificial intelligence on firm performance. **Journal of Business Research, 124**, 20-28.
- Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). How firms leverage artificial intelligence for competitive advantage. **Technology in Society, 63**, 101431.
- Paschen, J., Kietzmann, J., & Kietzmann, T. C. (2020). Artificial intelligence (AI) and its implications for market knowledge in B2B marketing. **Journal of Business & Industrial Marketing, 35*(7), 1255-1265.*
- Silverman, D. (2016). **Interpreting qualitative data**. Sage Publications Ltd.
- Webster, J., & Watson, R. T. (2020). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. **MIS Quarterly, 26*(2), xiii-xxiii.*



Implementasi Nilai Nilai Kebangsaan Berbasis NKRI Terhadap Pentingnya Manajemen Security di Era Digitalisasi

Edy Soesanto¹ , Mahesa Agung² , Vandra Firmansyah Sukma³

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jl. Raya Perjuangan No.81, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17143

Email: edy.soesanto@dsn.ubharajaya.ac.id, 202010255005@mhs.ubharajaya.ac.id,

2020102550015@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstract: *The era of digitalization has brought significant changes in various aspects of life, including in security management. The wider application of digital technology requires an adaptive and innovative security approach to deal with evolving threats. In the context of the Unitary State of the Republic of Indonesia (NKRI), the implementation of national values in digital security management is very important. These values include unity, integrity, justice, democracy and diversity, which are the foundations of NKRI. This research aims to analyze the importance of security management in the digitalization era based on the NKRI's national values. The method used in this research is descriptive qualitative, with a literature study approach and document analysis related to digital security policies in Indonesia. The analysis focused on how NKRI national values are implemented in security management strategies and practices to face digital security challenges. The results show that the integration of national values in digital security management plays an important role in strengthening national resilience in the digital space. The implementation of national values helps in building a digital security system that is not only technically robust, but also responsive to Indonesia's social and cultural dynamics. This includes the development of inclusive cybersecurity policies, digital security education for diverse communities, and strengthening collaboration between sectors to strengthen the national digital security ecosystem.*

Keywords: *National Values, NKRI, Security Management, Digitalization Era, National Resilience.*

Abstrak: Era digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keamanan atau manajemen security. Penerapan teknologi digital yang semakin luas mengharuskan pendekatan keamanan yang adaptif dan inovatif untuk menghadapi ancaman yang juga berkembang. Dalam konteks Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), implementasi nilai-nilai kebangsaan dalam manajemen security digital menjadi sangat penting. Nilai-nilai tersebut mencakup persatuan, kesatuan, keadilan, demokrasi, dan kebinekaan yang merupakan fondasi NKRI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya manajemen security dalam era digitalisasi dengan berbasis pada nilai-nilai kebangsaan NKRI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan pendekatan studi literatur dan analisis dokumen terkait kebijakan keamanan digital di Indonesia. Analisis difokuskan pada bagaimana nilai-nilai kebangsaan NKRI diimplementasikan dalam strategi dan praktik manajemen security untuk menghadapi tantangan keamanan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai kebangsaan dalam manajemen security digital memainkan peranan penting dalam memperkuat ketahanan nasional di ruang digital. Implementasi nilai-nilai kebangsaan membantu dalam membangun sistem keamanan digital yang tidak hanya tangguh dari sisi teknis, tapi juga responsif terhadap dinamika sosial dan budaya Indonesia. Hal ini termasuk dalam pengembangan kebijakan keamanan siber yang inklusif, edukasi keamanan digital bagi masyarakat yang beragam, serta penguatan kolaborasi antarsektor untuk memperkuat ekosistem keamanan digital nasional.

Kata Kunci: Nilai-nilai Kebangsaan, NKRI, Manajemen Security, Era Digitalisasi, Ketahanan Nasional.

PENDAHULUAN

Dewasa ini telah kita ketahui bahwa di era globalisasi ini kehidupan manusia tidak luput dengan teknologi. teknologi semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari, sehingga organisasi di seluruh dunia menghadapi ancaman keamanan cyber yang semakin meningkat dan kompleks. Menurut penelitian, ancaman keamanan cyber dapat menyebabkan kerugian finansial yang signifikan bagi organisasi. Dalam beberapa kasus, serangan cyber bahkan dapat

mengancam kelangsungan hidup organisasi, terutama bagi organisasi kecil dan menengah yang tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk memulihkan diri setelah serangan.

Di era kini suatu manajemen sangat perlu kita terapkan, sebagai antisipasi terhadap ancaman kejahatan yang dilakukan oleh sesama manusia. Oleh karena itu manajemen security di era digitalisasi sangat perlu dilakukan. Manajemen security adalah pendekatan terstruktur yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko keamanan yang mungkin dihadapi oleh suatu organisasi atau lingkungan. Ini melibatkan serangkaian langkah, mulai dari pengidentifikasian potensi ancaman dan kerentanan hingga implementasi tindakan perlindungan, pengawasan, dan tanggapan terhadap insiden keamanan. Manajemen keamanan mencakup penyusunan kebijakan (Asyono, 2020), prosedur, dan protokol keamanan, serta penerapan teknologi dan sistem keamanan fisik

Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan yang aman dan terlindungi, serta untuk meminimalkan risiko terhadap orang, aset, dan operasi organisasi. Proses ini juga melibatkan pemantauan terus-menerus dan evaluasi untuk memastikan efektivitas langkah-langkah keamanan yang diimplementasikan dan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian. Manajemen keamanan menjadi kunci dalam menjaga keberlangsungan dan integritas suatu organisasi, serta untuk menjaga kepercayaan dari pemangku kepentingan yang terkait. (Sofianda et al., 2023)

Faktor-faktor yang menyebabkan banyak organisasi yang kurang memperhatikan manajemen keamanan, seperti kurangnya kesadaran akan risiko keamanan cyber atau kurangnya sumber daya untuk mengimplementasikan strategi keamanan yang efektif. Selain itu, perubahan teknologi dan lingkungan bisnis yang semakin cepat juga menimbulkan tantangan bagi manajemen keamanan. Organisasi harus terus memperbarui strategi dan teknik mereka untuk menghadapi ancaman keamanan cyber yang semakin kompleks dan terus berkembang. (Susanto et al., 2023)

Manajemen keamanan memiliki hubungan yang erat dengan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) sebagai entitas nasional. Ini adalah pendekatan terorganisir yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola risiko keamanan yang mungkin mengancam stabilitas dan integritas negara. Dalam konteks NKRI, manajemen keamanan bertujuan untuk melindungi kedaulatan negara, menjaga kesatuan dan persatuan bangsa, serta menjamin kesejahteraan masyarakat. Ini mencakup perlindungan terhadap ancaman internal seperti konflik sosial, terorisme, dan ekstremisme, serta ancaman eksternal seperti konflik perbatasan dan agresi dari negara lain. Manajemen keamanan juga berperan dalam mendukung pembangunan nasional dengan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi

investasi, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan infrastruktur. Selain itu, manajemen keamanan melibatkan penegakan hukum yang adil dan berkeadilan serta memastikan perlindungan terhadap hak asasi manusia bagi semua warga negara Indonesia.

Oleh karena itu pada penulisan ini, penulis ingin membuat tulisan mengenai pentingnya manajemen keamanan pada era digitalisasi terhadap nilai-nilai NKRI sebagai wujud implementasi kepada keamanan yang ada di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi literatur. Metode literatur adalah sebuah metode pengumpulan data dengan mengkaji sumber-sumber yang relevan sesuai dengan topik penulisan dan juga mengumpulkan beberapa informasi dari peneliti terdahulu, *e-book*, paper, jurnal, karya tulis ilmiah, dan juga dari media elektronik seperti internet. Dalam penulisan karya tulis ini penulis melakukan *review* beberapa karya tulis yang memiliki kesamaan dengan penulisan ini. Pada Gambar 1.1 adalah hasil literatur beberapa karya tulis yang akan dilakukan dalam penulisan ini.

Tabel 1. 1 Hasil Studi Literatur Dari Beberapa Karya Tulis Yang Memiliki Keterkaitan

NO	JUDUL	PENULIS	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Information Security Management System (Isms) Menggunakan Standar Iso/Iec 27001:2005	Melvin Syafrizal (2009)	Kedua artikel ini membahas mengenai pentingnya adanya manajemen security serta menjelaskan pentingnya keamanan dan mengapa diperlukan	Artikel terdahulu membahas tentang manajemen keamanan yang memiliki topik utama ISO, sedangkan artikel ini membahas tentang manajemen keamanan secara umum.

2	Pentingnya Manajemen Security Di Era Digitalisasi	Rifqi Galuh Putra, Achmad Fauzi, Ery Teguh Prasetyo, Salza Rio Pratama, Indah Deya Ramadhan, Febriyanti Febriyanti, Siti Nurlela (2023)	Pada penulisan ini memiliki kesamaan pembahasan yang dibahas yaitu mengenai manajemen security pada era digitalisasi,	Penulisan ini tidak ada tumpuhan nilai-nilai kebangsaan dalam implementasi UUD 1945
3	Perencanaan Dan Implementasi Informasi Security Management System Menggunakan Framework ISO/IEC 200171	Anggi Anugraha Putra, Oky Dwi Nurhayati, Ike Pertiwi Windiasari (2020)	Kedua artikel ini memiliki persamaan pemanfaatan teknologi dalam era digitasisasi sebagai keamanan security di indonesia	Artikel terdahulu lebih terfokus pada framework ISO/IEC sedangkan pada penulisan ini hanya membahas pentingnya manajemen security di era digitalisasi
4	Manajemen Keamanan Cyber di Era Digital	Edy Susanto, Lady Antira, Kevin, Edo Stanzah,	Kedua artikel ini memilikki kesamaan melakukan penulisan mengenai	Pada artikel terdahulu terfokus pada keamanan cyber

		Assyeh Annasrul Majid (2023)	managemen keamanan di era digital serta menjelaskan pentingnya manajemen security	
5	Evaluasi Manajemen Keamanan Sistem Informasi Pada Perusahaan Pt. wook Tecnology	Wahyu Sofianda , Taufiqurrahman, Satria Habibi Ritonga, Adnan Buyung Nasution (2023)	Kedua artikel ini membahas mengenai keamanan manajemen, dan pentingnya adanya keamanan manajemen	Artikel terdahulu terfokus pada keamanan dengan ISO 27001 sedangkan penulisan ini hanya secara general pentingnya manajemen security di era digital sebagai implementasi nilai UUD
6	Implementasi Manajemen Security Dalam Mencegah Terjadinya Konflik Antar Narapidana Di Lembaga Pemasyarakatan	Ronaldo Adi Wiratama (2021)	Kedua artikel ini membahas mengenai manajemen keamanan dan pentingnya adanya manajemen keamanan	Artikel ini membahas manajemen keamanan untuk manusia secara langsung sedangkan yang akan penulisa

				<p>buat yaitu engnenai managem en security pada era digital tidak secara langsung. Pada penelitian ini memiliki pedoman pembahas an pada nilai Undang-Undang Nomor 6 tahun 2013 tentang Lembaga pemasyar akatan dan rumah tahanan negara.</p>
7	<p>Evaluasi Lokasi Perparkiran Dibadan Jalan Terhadap Keamanan Dan Kenyamanan Pengguna Jalan</p>	<p>Nuril Mahda Rangkuti (2011)</p>	<p>Kedua artikel ini sama-sama membahas mengenai manajemen keamanan</p>	<p>Pembahas an terfokus pada keamanan lingkungan. Pada pembahas an ini bertumpu pada UUD No.14/19 94 mengenai penyedia fasilitas paker untuk</p>

				parkiran umum.
8	Identifikasi Faktor-Faktor Manajemen Pemeliharaan Dan Implementasinya Pada Rumah Susun Di Dki Jakarta	Eko Priyo Prastyo dan Andreas F. V. Roy (2017)	Kedua artikel ini memiliki kesamaan membahas mengenai manajemen keamanan yang harus dilakukan serta bertumpu pada asas nilai UUD 1945	
9	Perencanaan Sistem Manajemen Keamanan Informasi Bidang Akademik Menggunakan ISO 27001:2013	Tutu hartati (2017)	Keduanya membahas tentang pentingnya manajemen keamanan dapat menjaga kesinambungan.	Artikel terdahulu menjelaskan secara spesifik, sedangkan artikel ini membahas secara umum saja.
10	Perancangan Sistem Manajemen Keamanan Informasi Layanan Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik (LPSE) Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Cianjur Dengan Menggunakan SNI ISO/IEC 27001:2013	Fuad Nasher (2018)	Kedua artikel ini memiliki kesamaan membahas mengenai manajemen keamanan	Pada pembahasan artikel ini terfokus pada penyedia barang jasa
11	Penguatan Reformasi Sektor Keamanan Di Wilayah Perbatasan (Border) Indonesia	Abimanyu Hendi Asyono	Kedua artikel membahas pentingnya manajemen keamanan dan mengapa manajemen	Artikel terdahulu membahas tentang manajemen keamanan yang memiliki topik utama

			keamanan diperlukan .	ISO, sedangkan artikel ini membahas tentang manajemen keamanan secara umum.
1 2	Analisis Risiko Dan Keamanan Informasi Pada Sebuah Perusahaan System Integrator Menggunakan Metode Octave Allegro	B S Deva, R Jayadi (2022)	Kedua artikel membahas tentang hal yang berpotensi menimbulkan risiko.	Artikel terdahulu menggunakan metode OCTAVE Allegro, sedangkan artikel ini tidak menggunakan metode kecuali metode penelitian .
1 3	Manajemen Keamanan Informasi di Perpustakaan Menggunakan Framework SNI ISO/IEC 27001	Muhammad Bahrudin , Firmansyah (2018)	Kedua artikel membahas tentang adanya ancaman keamanan informasi di dunia cyber.	Artikel terdahulu membahas tentang analisis keamanan informasi di sistem, sedangkan artikel ini tidak membahas tentang analisis keamanan informasi di sistem.
1 4	Analisis Tata Kelola Keamanan Indonesia Masa Kini: Studi Kasus UU NO. 34/2004, UU NO. 2/2002, UU NO. 7/2012	Ali Maksum & Surwand	Pada kedua artikel ini membahas mengenai	Pada artikel terdahulu lebih spesifik

		ono (2019)	keamanan dan bertumpu pada nilai UUD 1945	membahas tentang keamanan pada suatu wilayah sedangkan pada pembahasan yang dilakukan penulis mengenai keamanan menyeluruh di era digitalisasi. Pada penulisan ini membahas UU No.7 tahun 2012 tentang penanganan konflik sosial dan UU No. 9 Tahun 2013 tentang pencegahan dan pemberantasan tindakan terorisme
1 5	Konsepsi Dan Implementasi Manajemen Pertahanan Keamanan Negara	Iwan Gunawan	Kedua artikel ini sama-sama membahas mengenai manajemen keamanan	Pada artikel terdahulu membahas mengenai manajemen keamanan

				pada pertahanan di Indonesia .
--	--	--	--	--------------------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

HIPOTESIS

1. Hubungan Manajemen Security sebagai implementasi nilai-nilai NKRI yang ada di Indonesia

Sebagai negara kesatuan yang menjunjung tinggi nilai-nilai NKRI sebagai wujud kemerdekaan Republik Indonesia. Sebagai warga negara Indonesia kita perlu mengimplementasikan nilai-nilai tersebut. NKRI adalah singkatan dari "Negara Kesatuan Republik Indonesia". Ini adalah istilah yang digunakan untuk merujuk kepada sistem pemerintahan Indonesia yang didasarkan pada prinsip kesatuan wilayah, keberagaman budaya, dan kedaulatan yang dimiliki oleh negara.

Perjuangan bangsa dalam menagakkan NKRI hingga saat ini bukan berarti berakhir, akan tetapi harus terus berlanjut dengan mengisi kemerdekaan melalui Pembangunan disegala aspek kehidupan untuk mewujudkan cita-cita dan tujuan nasional. Salah satu contoh implementasi dari nilai NKRI tersebut yaitu management security yang perlu dilakukan dalam era digitalisasi. System keamanan ini memiliki peranan penting dalam menjaga keamanan setiap warga negara Indonesia dikarenakan di era yang sekarang ini kejahatan dapat muncul darimana saja.

Dengan Adanya manajemen security pada era digitalisasi ini diharapkan dapat menurunkan angka kejahatan yang dapat diterima oleh Masyarakat baik secara langsung maupun berbentuk ancaman melalui media elektronik.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin, Firmansyah (2018), Eko Priyo Prastyo dan Andreas F. V. Roy (2017), Ali Maksum & Surwandono (2019). Menunjukkan bahwa management security yang dilakukan pada era digitalisasi ini menunjukkan pengaruh yang positif pada kehidupan manusia sebagai implementasi nilai NKRI. Maka dari uraian tersebut hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Manajemen security di era digitalisasi di Indonesia memiliki pengaruh positif dalam implementasi nilai-nilai NKRI

Keterkaitan Artikel Terdahulu Yang Digunakan Penulis Berdasarkan Nilai-Nilai Kebangsaan

Tabel 1. 2 Keterkaitan Jurnal Dengan Implementasi Kebangsaan

No	Kasifikasi Perbedaan (Y)	Implementasi (X)	Analisa Hipotesis
1	Pada jurnal nomor 7 membahas mengenai UUD 1945 No.14 Tahun 1994 mengenai kebijakan penyediaan fasilitas umum yang ada di Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> • Undang-Undang Dasar 1945 • Nilai NKRI 	<ul style="list-style-type: none"> • Y1 dan X1 memiliki korelasi karena membahas mengenai UUD 1945 pada No.14 Tahun 1994 yaitu kebijakan negara Indonesia mengenai fasilitas umum • Y1 dan X2 memiliki keterkaitan karena dalam implementasi UUD 1945 ini merupakan wujud dari nilai NKRI
2	Pada Jurnal nomor 6 membahas nilai Undang-Undang 1945 Mengenai tata tertib Lembaga pemasyarakatan yang diatur dalam UUD No.6 Tahun 2013		<ul style="list-style-type: none"> • Y2 dan X1 memiliki hubungan karena pada jurnal ini membahas implementasi dari UUD 1945 pada UU NO.6 Tahun 2013 mengenai tata tertib Lembaga pemasyarakatan • Y2 dan X2 memiliki hubungan karena dalam pembahasan ini menunjukkan implementasi dari nilai NKRI.
3	Pada jurnal nomor 14 membahas mengenai penanganan konflik sosial dan pencegahan dan pemberantasan tindak pidana pendanaan terorisme dalam jurnal in dijelaskan diatur dalam UU N0.7 Tahun 2021		<ul style="list-style-type: none"> • Y3 dan X1 memiliki korelasi karena pada artikel tersebut terdapat pembahasan mengenai Undang-Undang Dasar 1945 No. 7 tahun 2013 dan UU No. 9 Tahun 2013 yaitu tentang

	<p>dan UU No. 9 Tahun 2013.</p>		<p>kebijakan penanganan konflik sosial dan pencegahan serta pemberantasan terorisme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Y3 dan X2 memiliki keterkaitan karenan dalam pengimplementasian UUD 1945 merupakan bentuk implementasi dari nilai kebangsaan NKRI.
--	---------------------------------	--	--

Peranan Management Security Pada Teknologi Informasi sebagai implementasi nilai kebangsaan NKRI do era Digitalisasi

Manajemen security informasi yang efektif juga dapat meningkatkan efisiensi operasional organisasi dengan mengurangi waktu dan biaya yang dikeluarkan dalam menanggapi serangan siber dan memulihkan dampak kerusakan yang timbul. Hal ini berpotensi menghemat biaya dan meningkatkan efisiensi seluruh organisasi. Lainnya yaitu pengelolaan keamanan informasi yang efektif juga dapat membangun kepercayaan antara pelanggan dan pihak terkait lainnya. Di era mana keamanan data semakin penting bagi konsumen, organisasi yang mampu menjamin keamanan data yang kuat memiliki potensi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan.(Agus, 2023).

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak organisasi, terutama yang berukuran kecil dan menengah, masih belum memberikan perhatian yang memadai terhadap manajemen keamanan. Organisasi-organisasi ini sering berasumsi bahwa ukuran mereka yang relatif kecil membuat mereka kurang rentan terhadap serangan siber. Meskipun demikian, penelitian menunjukkan bahwa organisasi skala kecil dan menengah juga memiliki risiko rentan terhadap serangan saudara, dan dampaknya dapat lebih merugikan karena seringkali mereka kekurangan sumber daya untuk memulihkan serangan tersebut (Mutiarin & Wijaya, 2017)

Oleh karena itu, penelitian ini menyoroti urgensi peran manajemen dalam memperhatikan keamanan siber dan menerapkan manajemen informasi keamanan yang efektif. Lebih lanjut, penelitian menekankan kebutuhan untuk mengalokasikan sumber daya pada teknologi keamanan dan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran keamanan di dalam organisasi.(Permatasari & Wijaya, 2019) Di era digitalisasi yang semakin berkembang,

manajemen keamanan informasi yang efektif menjadi kunci untuk kelangsungan hidup dan kesuksesan suatu organisasi. Oleh karena itu, organisasi perlu memberikan prioritas pada manajemen keamanan dan secara terus-menerus memperbarui strategi dan teknik mereka guna menangani ancaman security siber yang semakin rumit dan tidak berubah.

Manajemen keamanan memainkan peran yang sangat penting dalam era digitalisasi untuk mengimplementasikan nilai-nilai NKRI, (Ryan & Jones, 2009) terutama dalam konteks menjaga kedaulatan negara, kesatuan, keberagaman, dan kesejahteraan rakyat. Berikut adalah beberapa cara di mana manajemen keamanan berkontribusi dalam mewujudkan nilai-nilai NKRI dalam era digitalisasi: (Putra et al., 2016)

1. Pengamanan Data dan Informasi

Manajemen keamanan bertanggung jawab untuk melindungi data dan informasi sensitif dari serangan cyber dan penyalahgunaan. Dalam konteks NKRI, ini penting untuk menjaga kedaulatan negara dan keamanan nasional.

2. Perlindungan Infrastruktur Kritis

Manajemen keamanan melibatkan upaya untuk mengamankan infrastruktur kritis negara, seperti sistem komunikasi, listrik, air, dan transportasi. Melindungi infrastruktur kritis ini penting untuk menjaga stabilitas negara dan kesejahteraan rakyat.

3. Pencegahan Terorisme dan Ekstremisme

Dalam era digitalisasi, teroris dan kelompok ekstremis dapat menggunakan teknologi untuk menyebarkan propaganda, merekrut anggota, dan merencanakan serangan. Manajemen keamanan bertanggung jawab untuk memantau dan merespons ancaman ini untuk menjaga kedamaian dan keberagaman masyarakat Indonesia sesuai dengan nilai-nilai NKRI.

4. Pemberantasan Kejahatan Siber

Dengan meningkatnya aktivitas digital, kejahatan siber seperti pencurian identitas, penipuan online, dan serangan ransomware menjadi ancaman yang nyata. Manajemen keamanan harus bekerja untuk mencegah dan menanggapi kejahatan siber ini demi melindungi kepentingan negara dan masyarakat.

5. Penguatan Keamanan Digital dalam Pemerintahan

Pemerintah perlu menerapkan kebijakan dan regulasi yang memastikan keamanan digital dalam semua aspek pemerintahan, termasuk dalam penyelenggaraan layanan publik dan pengelolaan data pemerintah. Ini penting untuk menjaga integritas dan kepercayaan terhadap pemerintah, serta untuk memastikan kesejahteraan rakyat.

KESIMPULAN

Manajemen keamanan informasi yang efektif bukan hanya penting untuk menjaga keamanan dan integritas data dalam era digitalisasi, tetapi juga berperan dalam mewujudkan nilai-nilai NKRI. Perlindungan data dan informasi sensitif, pengamanan infrastruktur kritis, pencegahan terorisme dan ekstremisme, pemberantasan kejahatan siber, dan penguatan keamanan digital dalam pemerintahan adalah beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam upaya mencapai tujuan ini. Organisasi, terutama yang berukuran kecil dan menengah, perlu memberikan prioritas pada manajemen keamanan informasi dan terus-menerus memperbarui strategi serta teknik mereka untuk menghadapi ancaman keamanan siber yang semakin kompleks dan tidak berhenti berkembang. Dengan demikian, investasi dalam teknologi keamanan dan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran keamanan di dalam organisasi menjadi sangat penting untuk menjaga kelangsungan hidup dan kesuksesan suatu organisasi di era digitalisasi saat ini.

Sedangkan dari hasil literatur sebanyak 15 jurnal yang memiliki persamaan dengan penulisan yang dilakukan oleh penulis, terdapat tiga jurnal yang memiliki keterkaitan dengan nilai kebangsaan NKRI dan juga pada nilai Undang-Undang Dasar 1945. Jurnal-jurnal tersebut yaitu terdapat pada jurnal nomor 6, 7, dan 14. Pada jurnal nomor 6 membahas mengenai fasilitas parkir umum yang diatur pada UU No.14 tahun 1994, jurnal No.7 membahas mengenai tata tertib Lembaga pelayan publik No. 14 Tahun 2013 dan pada jurnal No.14 membahas mengenai penanganan konflik sosial dan pencegahan dan pemberantasan tindak pidana pendanaan terorisme dalam jurnal ini dijelaskan diatur dalam UU No.7 Tahun 2021 dan UU No. 9 Tahun 2013

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M. R. (2023). *Konstitusionalisme Pelayanan Publik di Era Digital di Negara Republik Indonesia*.
- Asyono, A. H. (2020). Penguatan Reformasi Sektor Keamanan Di Wilayah Perbatasan (Border) Indonesia. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, 3(2), 34–46.
- Mutiarin, D., & Wijaya, J. H. (2017). Evaluasi Penerapan SIAP-PPDB Online Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 21(2), 83–99. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v21i2.67>
- Permatasari, I. A., & Wijaya, J. H. (2019). Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Penyelesaian Masalah Ujaran Kebencian Pada Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 23(1), 27–41. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v23i1.101>

- Putra, A. A., Nurhayati, O. D., & Windasari, I. P. (2016). Perencanaan dan Implementasi Information Security Management System Menggunakan Framework ISO/IEC 20071. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 4(1), 60. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.4.1.2016.60-66>
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. In *Choice Reviews Online* (Vol. 46, Issue 10). <https://doi.org/10.5860/choice.46-5706>
- Sofianda, W., Habibi Ritonga, S., & Buyung Nasution, A. (2023). Evaluasi Manajemen Keamanan Sistem Informasi Pada Perusahaan PT.Wook Tecnology. *Jurnal Jurnal Sains Dan Teknologi (JSIT)*, 3(1), 101–108. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jsit>
- Susanto, E., Antira, Lady, Kevin, K., Stanzah, E., & Majid, A. A. (2023). Manajemen Keamanan Cyber Di Era Digital. *Journal of Business And Entrepreneurship*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.46273/job.e.v11i1.365>



Optimalisasi Tata Letak : Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Layout Optimization : Strategies For Improving Customer Satisfaction

Khadyra Oktaviani Anwar¹, Shelsa Debora²

khadyra.oktaviani.abs422@polban.ac.id, shelsa.debora.abs422@polban.ac.id

Program Studi D4 Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : khadyra.oktaviani.abs422@polban.ac.id

Abstract

This research conducted aims to explore the important aspects of office layout in a motorcycle dealer company which includes the objectives: (1) Identifying effective office layout strategies in motorcycle dealer companies, (2) Analyzing the effect of office layout on customer satisfaction, (3) Finding ways to optimize customer satisfaction of motorcycle dealer companies through office layout. The type of research is descriptive with a qualitative approach based on the results of direct observation at the Honda Naga Mas Motor Bandung office Jl. Soekarno Hatta No. 529, as well as observing customer reviews on Google regarding the layout of the company. The results showed that Honda Naga Mas Motor Bandung implements an efficient office layout strategy, because the applied office layout can optimize customer satisfaction through positive reviews related to the existing office layout in the company with evidenced of customers who feel more comfortable and easy to get service at the office because of the good office layout. These findings can provide insight and awareness to other motorcycle dealer companies regarding the importance of the right office layout strategy for optimal customer satisfaction.

Keywords: *Office layout strategies, office layout optimization, customer satisfaction.*

Abstrak

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengeksplorasi aspek penting tata letak kantor pada perusahaan dealer motor yang mencakup tujuan: (1) Mengidentifikasi strategi tata letak kantor yang efektif pada perusahaan dealer motor, (2) Menganalisis pengaruh tata letak kantor terhadap kepuasan pelanggan, (3) Menemukan cara untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan perusahaan dealer motor melalui tata letak kantor. Jenis dari penelitian adalah deskriptif disertai pendekatan kualitatif berdasarkan hasil dari observasi langsung di kantor Honda Naga Mas Motor Bandung Jl. Soekarno Hatta No. 529, serta pengamatan ulasan pelanggan di Google mengenai tata letak pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Honda Naga Mas Motor Bandung menerapkan strategi tata letak kantor yang efisien, karena tata letak kantor yang diterapkan dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan melalui ulasan positif terkait tata letak kantor yang ada di perusahaan tersebut dengan bukti pelanggan yang merasa lebih nyaman dan mudah mendapatkan pelayanan di kantor karena tata letak kantor yang baik. Temuan ini dapat memberikan wawasan dan kesadaran kepada perusahaan dealer motor lainnya mengenai pentingnya strategi tata letak kantor yang tepat bagi kepuasan pelanggan yang optimal.

Kata kunci: Strategi tata letak kantor, optimalisasi tata letak kantor, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Berbagai aspek layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tentu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satu hal yang penting adalah kesan pertama pelanggan ketika memasuki kantor. Sedarmayanti dalam (Meliyani & Komalasari, 2015) berpendapat bahwa kantor adalah lokasi di mana semua aktivitas terkait dengan pengiriman, pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi dilakukan. Kantor yang memberikan kesan

yang baik, dapat dilihat dari efisiensi operasional dalam memberikan pelayanan di sebuah kantor.

Dalam hal ini, perusahaan Honda Naga Mas Motor Bandung menjadi salah satu perusahaan dealer motor yang memiliki peringkat ulasan tertinggi di wilayah Kota Bandung menurut pencarian Google mengenai pelayanan dan tempat kantor yang nyaman. Artinya, strategi tata letak kantor dealer motor tersebut memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tata letak kantor yang dirancang dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan dengan cara memperhatikan berbagai faktor seperti keteraturan, kenyamanan, dan aksesibilitas pada penempatan layanan servis, area pameran motor, ruang tunggu dan fasilitas layanan sehingga dapat menciptakan kesan yang positif bagi pelanggan dan berpeluang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Memperhatikan keunggulan perusahaan Honda Naga Mas Motor Bandung, penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis strategi tata letak dari perusahaan ini yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Melihat pengaruh strategi tata letak yang telah di analisis, kami berharap Honda Naga Mas Motor Bandung dapat menjadi contoh bagi perusahaan dealer motor lainnya untuk merancang tata ruang kantor yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Definisi Tata Ruang Kantor

Pada dasarnya, tata letak kantor dengan tata ruang kantor memiliki definisi yang sama yaitu kegiatan mengatur dan menata berbagai peralatan dan perlengkapan kantor sehingga ruangan kantor bisa mendukung aktivitas operasional kantor dengan lebih efisien. (Aula & Nugraha, 2020) berpendapat bahwa tata ruang merupakan tindakan menyusun perlengkapan yang biasa dipakai pegawai saat bekerja di kantor dengan benar dan sesuai.

Sedangkan menurut (Avanie, Retnowati, Widyaningrum, & Balafif, 2022), tata ruang kantor adalah perincian kebutuhan ruang secara terperinci, serta penyusunan praktis faktor-faktor fisik yang diperlukan untuk operasional kantor dengan efisiensi biaya yang tepat.

Dari dua pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tata ruang kantor merupakan penataan perlengkapan dan peralatan pada ruang kantor sesuai kebutuhan dengan susunan yang praktis untuk pelaksanaan kerja di kantor dengan biaya yang sesuai dengan kemampuan kantor.

2.2 Bentuk-Bentuk Tata Ruang Kantor

Jika membahas tata ruang kantor, kini tata ruang kantor lebih dari sekedar membahas susunan meja dan kursi. Bentuk-bentuk ruang kantor yang tidak hanya memainkan peran penting dalam produktivitas dan kelancaran operasional tapi juga mencerminkan budaya perusahaan. Ruang kantor memiliki berbagai bentuk yang disesuaikan dengan tugas setiap divisi dan kebutuhan kantor. (Gustiani, 2020) menyebutkan ada tiga bentuk ruang kantor:

1. Kantor Terbuka

Tata ruang kantor terbuka yaitu ketika antar divisi tidak diberi ruangan khusus atau sekat-sekat tertentu di dalam kantor. Bentuk kantor terbuka ini membuat manajer dapat secara mudah mengawasi karyawan yang sedang bekerja dan juga memudahkan pertukaran informasi antar karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

2. Kantor Tertutup

Tata ruang kantor tertutup yaitu bentuk kantor yang setiap karyawannya memiliki ruangan tersendiri berbentuk kamar tertutup untuk bekerja, pengaturan tata ruang kantor tertutup dapat membuat karyawan lebih fokus terhadap pekerjaannya.

3. Kantor Landscape (gabungan)

Tata ruang kantor landscape yaitu bentuk tata ruang kantor yang terdapat sekat pembatas yang tidak terlalu tinggi sekitar 1 sampai 1,5 meter antar tiap karyawan, sehingga walaupun terdapat sekat, karyawan masih bisa berkomunikasi dengan mudah dan setiap karyawan dapat tetap fokus terhadap pekerjaannya.

2.3 Prinsip-Prinsip dalam Penyusunan Tata Ruang Kantor

Lingkungan bisnis yang dinamis membuat penyusunan tata ruang kantor menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan efisien. Prinsip-prinsip yang terbukti efektif ini membuat perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan ruang, meningkatkan kolaborasi, dan mendukung kesejahteraan karyawan.

Menurut Asifa dan Afriansyah dalam (Yusuf, 2022) ada beberapa prinsip penyusunan tata ruang kantor, pertama adalah pekerjaan harus terus mengalir tanpa hambatan sepanjang mungkin, dengan bagian-bagian yang memiliki fungsi serupa ditempatkan berdekatan untuk mengurangi perjalanan dan waktu dalam mengelola pekerjaan, dengan pendekatan aliran kerja yang efisien untuk meminimalkan pergerakan karyawan dan pengiriman surat dalam jarak yang dekat.

Aspek lainnya, perlengkapan kantor perlu ditempatkan dekat dengan penggunanya, termasuk pemilihan meja dan kursi yang seragam ukurannya di dalam ruangan agar tidak ada pegawai yang terkena silau dari sumber cahaya, penempatan satuan atau divisi yang memiliki banyak interaksi dengan masyarakat harus diletakkan di bagian depan, sementara unit atau divisi yang cenderung ramai sebaiknya ditempatkan dekat jendela dan terisolasi dari unit lainnya. Terakhir, arsip kantor sebaiknya ditempatkan di dinding atau di dekat tangga agar mudah diakses oleh petugas.

Memperhatikan prinsip penyusunan tata ruang kantor, perusahaan dapat mengarah pada desain tata ruang kantor yang lebih adaptif dan fleksibel serta dapat meminimalisir resiko penggantian tata letak kantor yang terlalu sering diubah sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

2.4 Manfaat Tata Ruang Kantor

Menata tata ruang kantor tentunya dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu yang dapat dirasakan baik oleh karyawan perusahaan maupun pelanggan, beberapa manfaat pengaturan tata ruang kantor dari perspektif perusahaan dan karyawan menurut (Gustiani, 2020) adalah terjalinnya kolaborasi dan komunikasi yang efektif di antara karyawan didukung oleh penataan kantor yang nyaman, memicu semangat dan kegembiraan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Karyawan menjadi lebih terfokus karena terhindar dari gangguan suara yang mengganggu, memudahkan manajer dalam pengawasan, dan memanfaatkan ruang kerja secara efisien untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas karyawan, dan yang paling terlihat setelah melakukan penataan tata letak yaitu kantor terlihat lebih rapi dan indah.

Jika melakukan tata ruang kantor hanya untuk mendapatkan manfaat bagi perusahaan dan karyawan saja, tentunya kurang lengkap tanpa melibatkan manfaat yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Manfaat tata ruang kantor yang berkaitan antara perusahaan dengan pelanggan diantaranya:

1. Pelanggan mendapatkan kenyamanan saat menerima pelayanan di kantor.
2. Perusahaan mendapatkan kesan profesional dari tata ruang kantor yang rapi dan terorganisir.
3. Memudahkan akses pelayanan bagi pelanggan.
4. Pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat terlaksana dengan lebih efektif dan efisien.

2.5 Faktor yang Dapat Mempengaruhi Kondisi Kantor

Menentukan tata ruang kantor perlu untuk memperhatikan banyak aspek salah satunya merupakan faktor yang mempengaruhi kondisi suatu kantor. Di dalam bukunya, (Chaniago, 2016) menyebutkan lingkungan fisik suatu kantor dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor seperti, cahaya, warna, udara, dan suara. Faktor-faktor ini dapat menjadi penentu sebuah kantor tersebut ergonomis atau tidak.

1. Cahaya

Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan yang mempengaruhi lingkungan kantor adalah “Cahaya”. Pencahayaan yang cukup dapat meningkatkan ketelitian dan ketepatan saat bekerja dan keakuratan hasil serta meningkatkan keselamatan pekerja (mengurangi risiko kerusakan peralatan dan kecelakaan karyawan (misalnya terkena sengatan listrik, luka akibat sayatan dan gunting). Cahaya dibagi kedalam 2 jenis, yaitu:

- **Cahaya alami (natural lighting)**

Cahaya alami adalah cahaya matahari. Cahaya alami ini selain harganya yang sangat murah, juga dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan manusia dan ruangan kantor. Namun kekurangan dari cahaya alami ini adalah sinar matahari yang sangat sulit menembus seluruh ruangan, terutama pada perkantoran bertingkat yang lokasinya padat.

- **Cahaya buatan (artificial lighting)**

Cahaya buatan merupakan cahaya yang bersumber dari alat penerang buatan seperti listrik, lilin, dan lampu lainnya. Cahaya buatan ini diperlukan karena biasanya cahaya alami sulit menjangkau bagian-bagian tertentu pada suatu kantor dikarenakan posisinya yang bertingkat atau lokasi yang terlalu padat. Cahaya buatan dapat dibagi tiga, yaitu:

- a. Cahaya langsung, ini mencakup sinar yang berasal secara langsung dari sumbernya dan menuju berbagai objek seperti: meja, komputer, kertas, dan lainnya.
- b. Cahaya setengah tak langsung, cahaya ini sebagian bersinar tidak langsung ke benda (seperti meja kerja, dll), tersebar melalui lampu penutup, langit-langit, dinding, dan sebagainya.
- c. Cahaya Tak langsung, adalah pencahayaan yang didesain sedemikian rupa sehingga cahaya pertama memancar dari sumbernya ke langit-langit, dinding, atau tudung lampu sebelum kemudian tersebar ke meja kerja atau lantai tempat orang bekerja.

Pencahayaan ruangan kantor yang baik, memiliki ciri-ciri yaitu, memiliki sinar yang cukup terang namun tidak memancarkan silau, cahaya tidak menimbulkan kontras yang tajam, cahaya dapat memancar dengan merata dan tidak menimbulkan bayangan, serta tidak menghasilkan gelombang cahaya yang mengganggu aktivitas kantor.

2. Warna

Dalam konteks bangunan kantor, pemilihan warna yang tepat dapat mendukung berbagai hal:

a. Untuk Karyawan

- Menciptakan suasana yang menyenangkan dan menarik.
- Memiliki dampak tak langsung pada efisiensi dan produktivitas karyawan.
- Mengurangi kebutuhan akan pencahayaan berlebih.
- Memberikan dorongan semangat dan ketenangan dalam bekerja.

b. Untuk Tamu yang Berkunjung

- Membangun kepercayaan terhadap kantor tersebut.
- Mempengaruhi suasana hati secara tidak langsung.
- Meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

3. Udara

Udara merupakan salah satu elemen yang berdampak pada keadaan fisik (stamina) pekerja. Pasokan udara segar (kaya oksigen) yang terus menerus di kantor mengurangi kelelahan karyawan dan membuat mereka tetap segar. Udara juga menjadi salah satu faktor yang dapat menjamin kenyamanan kantor (ergonomi). Mills, Stanford, dan Appery mengatakan bahwa "udara merupakan kondisi yang diperlukan untuk konsentrasi." Ketika udara terlalu panas, terlalu dingin atau pengap, sirkulasi darah terhambat sehingga akhirnya mempengaruhi konsentrasi dan fungsi otak manusia. Kekurangan udara bahkan diduga memicu stres pada manusia. Suhu kerja yang sesuai adalah antara 20°C dan 25°C (Chaniago, 2016).

4. Suara

Kebisingan yang keras akan menghambat pelaksanaan kerja, terutama yang membutuhkan konsentrasi tinggi seperti merancang konsep, perencanaan, perhitungan, dll. Jika keadaan bising ini terus berlanjut akan menimbulkan kesalahan pada hasil kerja karyawan terkait.

5. Budaya

Budaya merupakan kebiasaan-kebiasaan yang sudah menjadi perilaku, tindakan dalam pekerjaan, komunikasi dan hubungan dengan orang lain dan pihak luar. Dalam

lingkungan kerja perlu diciptakan budaya yang sehat, murni, ramah dan demokratis. Penciptaan budaya ini sangat ditentukan oleh jenis kepemimpinan dan orang-orang dalam organisasi yang terlibat.

2.6 Faktor yang Memerlukan Penataan Layout Kantor Kembali

Bayangkan sebuah kantor yang sudah berdiri lama, tempat dimana karyawan bekerja dan pelanggan memperoleh pelayanan. Namun, seiring waktu kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat berubah. Inilah saat yang tepat untuk meninjau kembali penataan ulang tata letak kantor.

Buku Manajemen Kontemporer (Chaniago, 2016) menyebutkan faktor yang memerlukan pengaturan ulang tata letak kantor antara lain adalah penambahan atau pengurangan pegawai di kantor tersebut, penambahan atau penggantian perabot, mesin, dan peralatan kantor, perubahan proses kerja, serta penambahan, pengurangan, atau perubahan fungsi unit terkait, baik dari segi kuantitas maupun kualitas dan terakhir adalah ketika layout terlalu lama tidak mengalami perubahan.

Melalui pemahaman akan faktor-faktor yang mendorong perlunya penataan ulang tata letak kantor, perusahaan dapat menyadari pentingnya lingkungan kantor yang beradaptasi terhadap perubahan dan investasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel dan kreatif. Berpegang pada faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat membayangkan perubahan yang lebih efektif dan mengarah kepada kelancaran operasional jangka panjang.

2.7 Strategi Tata Letak Kantor

Tata letak kantor tidak hanya memperhatikan soal estetika belaka, tetapi juga tentang bagaimana kantor dapat menjadi lingkungan yang memfasilitasi serta menginspirasi karyawan dan pelanggan. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan strategi tata letak kantor yang efektif, Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Rusdiana & Kasmin, 2021) strategi tata letak harus dapat meningkatkan utilisasi ruang, peningkatan aliran informasi, barang, atau orang, peningkatan moral karyawan, kondisi lingkungan kerja yang lebih aman, interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, dan fleksibilitas tata letak. Strategi tata letak ini dapat mengarah pada lingkungan kerja yang lebih dinamis dan memiliki kemampuan bersaing dengan kompetitor lainnya.

2.8 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah aspek yang berhubungan dengan penciptaan nilai bagi pelanggan. Memastikan kepuasan pelanggan berarti memberikan keuntungan bagi perusahaan, seperti menyelaraskan hubungan dengan pelanggan, membangun fondasi yang kuat untuk kepuasan pelanggan, serta menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Hal ini dapat menarik pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan.

Kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk yang bersangkutan dibandingkan dengan kinerja (hasil) yang diharapkan. Ketika hasil tidak sesuai harapan, pelanggan merasa tidak puas. Jika hasilnya sesuai harapan, pelanggan puas. Jika hasilnya melebihi ekspektasi maka pelanggan sangat puas atau senang (Sasongko, 2021). Menurut (Sasongko, 2021) kepuasan adalah perbedaan antara harapan (Yusuf, 2022) dan unjuk kerja. Kepuasan pelanggan bergantung pada usaha untuk menghilangkan atau mengurangi kesenjangan antara harapan dan kinerja. Pendapat lainnya mengenai definisi dari kepuasan yaitu perasaan yang timbul dari membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan, berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Menurut para ahli, kepuasan dapat disimpulkan sebagai perasaan senang yang muncul ketika kebutuhan atau keinginan seseorang terpenuhi.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari evaluasi atau penilaian terhadap fitur produk atau jasa yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka, di mana kinerja produk atau jasa tersebut sesuai atau bahkan melampaui harapan mereka. Menurut (Sasongko, 2021), menyatakan bahwa dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran, (2) Survei kepuasan pelanggan, (3) Ghost shopping, dan (4) Lost customer analysis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode observasi non-partisipatoris. (Qotrun, 2022) menjelaskan pengertian metode penelitian observasi non-partisipatoris adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan memposisikan diri sebagai orang yang tidak berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengamati secara langsung bagaimana strategi tata letak yang ada pada kantor Honda Naga Mas Motor Bandung pada tanggal 29 April 2024.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi naturalistik, (Alexander, 2023) berpendapat bahwa observasi naturalistik adalah metode observasi yang melibatkan pencatatan atau pendokumentasian semua informasi yang relevan sesuai keinginan

pengamat. Dalam metode observasi ini, partisipan yang diamati tidak sadar bahwa perilakunya sedang diamati atau perilakunya dicatat untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan dalam penelitian.

Terdapat dua alat pengumpulan data yang digunakan, diantaranya adalah pengamatan secara langsung untuk mengumpulkan data strategi tata letak kantor yang meliputi bentuk tata letak kantor serta prinsip tata letak kantor serta faktor kondisi kantor dan data kepuasan pelanggan terhadap strategi tata letak kantor Honda Naga Mas Motor Bandung yang didapatkan melalui hasil analisis ulasan di Google.

DISKUSI

Peneliti melakukan observasi langsung dengan mendatangi lokasi kantor Naga Mas Motor Bandung pada tanggal 29 April 2024. Jika diamati dari halaman depan kantor, terlihat motor-motor yang dipajang di dalam kantor melalui tembok kaca yang membentang luas. Terdapat adalah pintu masuk utama yang berada di tengah dan akses masuk motor yang akan di servis menuju bengkel. Saat peneliti masuk melalui pintu utama, pandangan pertama yang dituju adalah motor yang dipajang di tengah ruangan menggunakan panggung kecil berbentuk lingkaran.

Terdapat meja untuk resepsionis di dekat pintu masuk sehingga pelanggan tidak akan kebingungan ketika memasuki kantor, ada etalase kaca yang berisi aksesoris kecil untuk berkendara, terdapat dua meja berbentuk lingkaran dengan dua kursi disetiap mejanya untuk melayani pelanggan yang ingin bertanya-tanya terkait kebutuhan motor, beberapa motor dengan tipe yang berbeda-beda dipajang mulai dari motor yang baru rilis hingga motor yang paling banyak diminati, lalu ada bagian khusus aksesoris motor yang lebih lengkap di bagian tembok sebelah kanan.

Pada bagian kiri kantor terdapat meja lingkaran dan dua kursi, tangga yang berbentuk spiral, beberapa pajangan motor dengan tipe yang lebih eksklusif seperti motor *sport*, panggung kecil yang di atasnya terdapat pajangan motor, meja kecil, dan satu kursi besar, dan juga terdapat meja berbentuk persegi panjang untuk supervisor. Hal tersebut merupakan strategi dari Honda Naga Mas Motor Bandung dalam pemanfaatan ruang kantor. Penempatan pajangan motor, meja dan kursi untuk pelayanan pelanggan, serta etalase aksesoris motor membuat ruangan kantor dimanfaatkan dengan baik pada setiap sudutnya dan tidak terdapat lahan kosong.

Ketika pelanggan ingin motornya di servis, langkah awal yang dilakukan adalah memasukkan motor melalui akses masuk motor sebelah kanan dari pintu masuk menuju ke

tempat bengkel, lalu pelanggan masuk ke pintu yang menghubungkan antara tempat bengkel dan kantor pelayanan pelanggan. Saat masuk, pelanggan diarahkan untuk kebagian pendaftaran servis yang jaraknya cukup dekat sekitar 2 meter. Setelah melakukan pendaftaran dan permohonan servis diterima, pelanggan menaruh helm mereka di tempat penyimpanan helm pada bagian kiri kantor, jarak dari tempat pendaftaran servis sekitar 14 meter.

Biasanya, pelanggan menunggu proses servis di ruang tunggu pada bagian tengah yang terdapat beberapa sekat meja dan kursi di depan kaca yang membentang lebar dari kanan ke kiri untuk melihat proses servis motor. Di dekat ruang tunggu, perusahaan ini juga menyediakan *charging booth*, camilan, dispenser air minum, serta teh dan kopi gratis dengan sistem *self-service*. Perusahaan ini juga menyediakan toilet di bagian ujung kiri kantor dekat dengan rak penyimpanan helm serta menyediakan mushola.

Setelah servis selesai dilakukan, karyawan pada bagian pendaftaran akan memanggil pelanggan untuk mendapatkan kertas pembayaran service. Pelanggan selanjutnya melakukan pembayaran ke kasir, jarak antara tempat pendaftaran ke kasir jaraknya sekitar 15 meter. Alur pelanggan yang memiliki kebutuhan untuk servis motor berada pada satu alur yang sama (Yusuf, 2022), hal ini membuktikan bahwa perusahaan memperhatikan prinsip penyusunan tata letak kantor. Dalam garis tersebut, unit-unit yang berhubungan harus ditempatkan secara berdekatan untuk mengurangi waktu berpergian. Strategi tata letak ini membuat aliran informasi menjadi lebih efisien karena setiap unit yang berhubungan pada satu jalur.

Peneliti melihat kasir dan kantor administrasi terletak bersebelahan menggunakan bentuk kantor tertutup karena antara bagian kasir dan kantor administrasi memiliki ruangan tersendiri berbentuk kamar tertutup (Gustiani, 2020) untuk melakukan pekerjaannya yang bisa saja dimaksudkan untuk melindungi data dan aktivitas kerja masing-masing unit.

Penempatan kasir dan bagian pendaftaran yang tentunya banyak berhubungan dengan masyarakat sudah tepat ditempatkan dibagian depan. Namun, penempatan bagian kasir, bagian administrasi dan bagian pendaftaran cukup dekat dengan ruangan servis yang bersifat gaduh (Yusuf, 2022). Menurut teori, hal ini bisa saja mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan, karena ketika pelanggan bertransaksi suara seorang pegawai bisa saja tidak terdengar dengan jelas karena kegaduhan di ruangan servis.

Peneliti mencoba untuk berinteraksi dengan pegawai yang berada di bagian kasir dan bagian administrasi saat para montir sedang melakukan servis, ternyata peneliti tidak merasa ruangan tempat pelayanan pelanggan terlalu gaduh, hal ini bisa terjadi karena ruangan servis menggunakan peredam suara pada dinding dan antara tempat pelayanan pelanggan dengan

ruangan servis pintunya selalu ditutup dengan rapat, sehingga meminimalisir suara gaduh pada ruang servis masuk ke ruang pelayanan pelanggan.

Penelitian mengkaji seluruh ulasan terhadap Honda Naga Mas Motor yang tersedia di Google, dengan total responden sebanyak 3.658 orang. Ulasan yang paling dominan dalam penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan, yang muncul sebanyak 70 kali. Jumlah ini mengindikasikan bahwa banyak pelanggan sangat memperhatikan dan memberikan penilaian terhadap cara staf Honda Naga Mas Motor melayani mereka. Kualitas pelayanan menjadi sorotan utama karena merupakan salah satu aspek paling krusial dalam pengalaman pelanggan. Komentar-komentar dalam ulasan ini bisa mencakup berbagai hal, mulai dari keramahan dan profesionalisme staf, kecepatan dalam menangani masalah, hingga perhatian terhadap kebutuhan dan kenyamanan pelanggan. Honda Naga Mas Motor tidak hanya berfokus pada penjualan kendaraan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan pelanggan melalui penyediaan berbagai fasilitas tambahan.

Berdasarkan 56 ulasan yang diterima, banyak pelanggan yang menyoroti pentingnya fasilitas berupa penyediaan camilan dan minuman. Mereka menyebutkan bahwa penyediaan makanan ringan dan minuman, seperti dispenser air, menjadi faktor yang cukup signifikan dalam meningkatkan pengalaman berkunjung mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terkesan sepele, perhatian terhadap detail-detail kecil seperti ini dapat membuat pelanggan merasa lebih dihargai dan merasa nyaman, yang pada akhirnya bisa berkontribusi positif terhadap citra dan reputasi dealer tersebut. Dealer yang mampu menghadirkan suasana yang ramah dan nyaman melalui pelayanan tambahan ini tentu akan lebih diingat dan dipilih oleh pelanggan dibandingkan dengan yang hanya berfokus pada aspek transaksi semata.

Terakhir, ruang tunggu di PT. Honda Naga Mas Motor mendapatkan perhatian khusus dalam 40 ulasan yang diterima. Para pelanggan mengapresiasi ruang tunggu yang luas dan nyaman, dilengkapi dengan banyak sofa yang memungkinkan mereka untuk duduk santai atau beristirahat dengan nyaman. Selain itu, kehadiran *charging booth* untuk pengisian daya ponsel menjadi nilai tambah yang signifikan bagi para konsumen. Fasilitas ini tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis pelanggan, tetapi juga menunjukkan perhatian dealer terhadap detail-detail kecil yang dapat meningkatkan kenyamanan selama menunggu. Pengalaman menunggu yang nyaman ini mengindikasikan bahwa PT. Honda Naga Mas Motor memahami betapa pentingnya kenyamanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini membuktikan bahwa teori manfaat tata letak kantor yang diungkapkan (Gustiani, 2020) sejalan dengan kondisi lapangan terutama yang telah terjadi pada PT. Honda Naga Mas Motor. Faktor kenyamanan dengan tata letak kantor yang dirancang perusahaan ini

terbukti menjadi salah satu aspek penting yang berkontribusi pada tingginya tingkat kepuasan pelanggan di PT. Honda Naga Mas Motor.

KESIMPULAN

PT. Honda Naga Mas Motor Bandung berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan melalui berbagai aspek layanan dan fasilitas. Observasi langsung menunjukkan tata letak yang efisien dan strategis, dengan penempatan pajangan motor, meja pelayanan, serta etalase aksesoris yang memanfaatkan setiap sudut ruang kantor secara optimal. Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas tambahan seperti camilan, minuman, *charging booth*, serta ruang tunggu yang luas dan nyaman. Analisis terhadap 3.658 ulasan Google mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan yang mendapat apresiasi, mencakup keramahan dan profesionalisme staf, serta kecepatan dan efisiensi dalam menangani kebutuhan pelanggan. Selain itu, perhatian terhadap detail-detail kecil, seperti penyediaan camilan dan tempat menunggu yang nyaman, turut meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, PT. Honda Naga Mas Motor berhasil mempertahankan reputasi positif melalui layanan pelanggan yang menyeluruh dan berfokus pada kenyamanan, menjadikannya pilihan yang diingat dan dihargai oleh banyak pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, C. (2023, Agustus 24). *30874/3/190610226_Bab%202*. From e-journal.uajy.ac.id: https://e-journal.uajy.ac.id/30874/3/190610226_Bab%202.pdf
- Aula, F. H., & Nugraha, J. (2020). *Pengaruh tata ruang kantor dan sarana prasarana terhadap kinerja pegawai*, 4.
- Avanie, T. A., Retnowati, N., Widyaningrum, M. E., & Balafif, M. (2022). *Analisis Pengaruh Standar Operasional Prosedur, Finger Print dan Tata Letak terhadap Efektivitas Kerja dan Kinerja Pegawai di Universitas Darul Ulum Jombang (Masa Pandemi Covid-19)*, 2.
- Chaniago, H. (2016). In H. Chaniago, *Manajemen Kantor Kontemporer* (p. 130). Bandung: CV AKBAR LIMAS PERKASA.
- Gustiani, R. (2020). *PENGARUH PENGATURAN TATA RUANG KANTOR TERHADAP KINERJA KARYAWAN*, 3.
- Meliyani, & Komalasari, E. (2015). *ANALISIS TATA RUANG KANTOR BANK PERKREDITANRAKYAT MITRA RIAU PEKANBARU*, 2.
- Qotrun. (2022, Juli 9). *literasi/objek-penelitian*. From gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian/>

Rusdiana, & Kasmin. (2021). *HO-MANAJ%20KANTOR%20SegenTA2021*. From etheses.uinsgd.ac.id: <https://etheses.uinsgd.ac.id/38184/1/HO-MANAJ%20KANTOR%20SegenTA2021.pdf>

Sasongko, S. R. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN OYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*, 3.

Yusuf, M. (2022). *IMPLEMENTASI TATA RUANG KANTOR DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*, 3.



Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk *Frozen Food* (Studi Pada Akun Tiktok @Dakonfrozenfood)

Nurhalima

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Megawati

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Akmal Abdullah

Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

Jl. Poros Makassar-Parepare, Sulawesi Selatan

Email Korespondensi nurhalimaaa010102@gmail.com

Abstract. Nowadays, many people choose to eat instant or fast food including frozen food. Dakon Frozen Food is one of the The most complete Frozen Food shop in the Sleman area, Yogyakarta Province. Objective This study is to determine the effect of price and promotion strategies on consumer buying interest in frozen food products offered by Dakon Frozen Food. on consumer buying interest in frozen food products offered by Dakon Frozen Food. by Dakon Frozen Food. The type of data used in this study is quantitative data obtained from distributing questionnaires with 30 respondents. respondents, analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 23. The research process was carried out with the stages of observation, distributing questionnaires, and literature study. questionnaires, and literature studies. Instrument trials using validity and reliability tests. reliability test. The data analysis methods used are classical assumption tests, multiple linear regression tests, partial (t) tests, and multiple linear regression tests. multiple linear regression test, partial test (t), simultaneous test (F), and determination coefficient test. determination. The results showed that partially price does not significant effect on buying interest, while promotional strategies has a significant effect on buying interest. As for the simultaneous price and promotional strategies have a significant effect on buying interest.

Keywords: Price Strategy, Promotion Strategy, Purchase Interest, Dakon Frozen Food.

Abstrak. Saat ini banyak orang memilih mengonsumsi makanan instan atau *fast food* termasuk makanan beku. Dakon Frozen Food merupakan salah satu Toko Frozen Food terlengkap di daerah Sleman, Provinsi Yogyakarta. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh strategi harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada produk *frozen food* yang ditawarkan oleh Dakon Frozen Food. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan 30 responden, dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Proses penelitian dilakukan dengan tahapan observasi, penyebaran kuesioner, dan studi pustaka. Uji coba instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sedangkan strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Adapun secara simultan harga dan strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Strategi Harga, Strategi Promosi, Minat Beli, Dakon Frozen Food.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi di saat sekarang ini memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek terutama dalam bidang bisnis. Teknologi dalam dunia bisnis digunakan untuk membantu meringankan pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih efisien, serta mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Masyarakat seharusnya mampu memanfaatkan

perkembangan teknologi agar tidak ketinggalan zaman, semakin berkembangnya teknologi semakin banyak ilmu pengetahuan dan informasi yang dapat diketahui .(Dewi et al., 2022)

Saat ini pemanfaatan teknologi informasi banyak sekali digunakan dalam pengembangan bisnis baik dari perusahaan maupun dari individu. Yaitu teknologi informasi berbasis jejaring sosial yang banyak dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis. Media sosial seperti *Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok* dan lain sebagainya sekarang banyak dimanfaatkan untuk media bisnis, baik dari produk-produk yang sudah ternama maupun produk baru. Dengan memanfaatkan internet dapat memberikan efisiensi anggaran pemasaran, internet memiliki jangkauan yang luas, mudah diakses dan biaya cukup terjangkau. (Arvanitha, 2019)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. TikTok menjadi salah satu platform yang sedang sangat digemari saat ini. Sebagai salah satu media sosial, tik tok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, video *challenge, lipsync*, lagu, menari, bernyanyi dan lain lain. Karena banyaknya yang menggunakan maka TikTok memberikan peluang sebagai sarana promosi.(Dewa & Safitri, 2021)

Berdasarkan laporan survei 86% masyarakat Indonesia pernah berbelanja melalui platform media sosial dengan *TikTok Shop* (45%) sebagai platform yang paling sering digunakan, diikuti *WhatsApp* (21%), *Facebook Shop* (10%), dan *Instagram Shop* (10%). Mayoritas masyarakat berbelanja pakaian (61%), produk kecantikan (43%), makanan dan minuman (38%), serta *handphone* dan aksesoris (31%) dengan rata-rata pengeluaran sekitar Rp 275.000 setiap bulannya. (Sumber : Info Komputer, 2022 <https://infokomputer.grid.id/read/123490700/survei-kini-masyarakat-paling-doyan-belanja-lewat-tiktok-shop>)

Beberapa kegiatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah menggunakan teknologi informasi untuk operasikan bisnisnya. Makin kompetitifnya persaingan menjadi pertimbangan utama bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam mencapai keunggulan bersaing. Inovasi dalam pemasaran digital merupakan faktor krusial dalam kesuksesan suatu perusahaan. Di era digital saat ini, promosi melalui internet (digital marketing) bukan lagi sebuah konsep baru. Apalagi saat ini hampir semua orang menggunakan media sosial. Pemasaran digital tidak hanya ditujukan untuk menjangkau potensi pasar yang lebih besar tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran produk (Abdullah et al., 2024). Usaha kecil dan menengah sering menghadapi persaingan dari perusahaan besar maupun dari UKM lainnya. Bahkan, usaha kecil ini seringkali mengalami kebangkrutan akibat persaingan bisnis yang semakin ketat (Abdullah et al., 2023). Oleh karena itu usaha kecil perlu menciptakan strategi

pemasaran yang kekinian dimanfaatkan untuk dapat mencapai pangsa pasar yang dituju agar mampu meningkatkan minat beli konsumen.(Abdullah, Baso Adil Natsir, *et al.*, 2022)

Dakon *Frozen Food* adalah salah satu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyediakan produk *Frozen Food* termurah & terlengkap yang ada di Jogja tepatnya di Perum Citra Kedaton 1 No. 11 Jl. Sukun, Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Menjual lebih dari 1.800 produk, mulai dari produk pabrik sampai produk rumahan juga ada. Dakon *Frozen Food* selain memasarkan produk secara langsung juga memasarkan produk melalui media sosial seperti *Instagram*, *WhatsApp* dan *Tiktok*, namun pemasaran di *tiktok* jarang dilakukan. Dakon *Frozen Food* menyediakan produk dengan berbagai macam harga mulai dari harga murah hingga harga untuk kalangan menengah keatas. Untuk menilai bagaimana strategi harga dan promosi yang dilakukan oleh Dakon *Frozen Food* peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh strategi harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada produk *Frozen Food* (Studi Pada Akun *Tiktok* @DakonFrozenFood)

KAJIAN TEORITIS

Harga dapat diartikan sebagai suatu nilai tukar yang ditetapkan oleh produsen kepada konsumen yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok. Strategi harga merupakan suatu strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Strategi harga menjadi hal yang sangat penting, karena strategi tersebut sangat menentukan kenaikan dan penurunan daya beli konsumen.(Rahmayani & Dharmawati, 2023)

Promosi merupakan bagian dari rencana pemasaran berupa pengenalan informasi dan kelebihan-kelebihan produk yang dipasarkan oleh sebuah perusahaan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik, yang dilakukan sesering mungkin guna membangun kedekatan antara produk yang dipasarkan dengan konsumen yang menjadi target pasar yang pada akhirnya membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.(Hermawan, 2022)

Pada hakikatnya, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk tersebut yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Susetyarsi & Harminingtyas, 2021). Perusahaan

menerapkan strategi promosi agar dapat melihat promosi yang paling efektif dengan anggaran promosi di bawah harga pokok penjualan produknya. (Dennisa Teguh Annisa, 2021)

Minat beli adalah rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. (Enggriani & Nabila, 2022)

Frozen food merupakan salah satu cara mengawetkan bahan pangan dengan penerapan suhu tertentu, hingga mencapai titik beku bahan yang dikehendaki (Siahaya et al., 2023). Keunggulan dari teknik pembekuan makanan adalah kualitas makanan seperti nilai nutrisi dan sifat organoleptik tetap terjaga. (Mahardhika & Nurdian, 2022)

TikTok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016. Aplikasi tersebut dipergunakan para penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek mereka sendiri. Berdasarkan data penelitian Fatimah Kartini Bohang (2018), *Tik Tok* menjadi aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali. Dilihat dari pengguna aktif Tik Tok sebesar 625 juta menjadikan Tik Tok sebagai sarana pemberian informasi yang cepat dan menarik saat ini (Suswinda, 2019). Aplikasi tersebut memberikan akses penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten menarik mereka sendiri. (Rahmana et al., 2022)

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Muslimin, 2021). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. (Ahmad et al., 2020)

Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. (Abdullah, Miftahorrozi, et al., 2022)

Metode kualitatif, data berupa angka yang telah diperoleh dari tabulasi data kuesioner yang berupa angka-angka kemudian didukung dengan data deskripsi untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci dan akurat.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dakon *Frozen Food* yang menggunakan *tiktok* dan aktif di *tiktok*.

Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan teori oleh Sugiyono (2019) dimana analisis yang digunakan adalah multivariate dengan korelasi atau regresi berganda maka, jumlah anggota sampel diambil 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel pada penelitian ini terdapat tiga yaitu dua variabel X (strategi harga dan strategi promosi) dan satu variabel Y (minat beli), maka dari itu 10 dikalikan dengan 3 variabel sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan yaitu peneliti itu sendiri sebagai instrumen kunci, kehadiran peneliti sangat penting dalam penelitian ini , peneliti harus berinteraksi dengan manusia lain dan lingkungannya. (Nuryakin & Nurdin, 2021)

Selain itu instrumen lainnya dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan skala likert, dibagikan kepada seluruh konsumen Dakon *Frozen Food* yang menggunakan *tiktok*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala rating dengan model skala likert (*Likert Scale*).

Teknik Pengumpulan Data

Informasi yang dikumpulkan akan mempunyai arti yang akurat, lengkap dan jelas apabila digunakan metode pengumpulan data yang baik dan akurat serta sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.(Maisyaroh, 2019)

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Adapun Rumus dari r tabel yaitu $df = N-2$ jadi $30-2 = 28$, sehingga $r \text{ tabel} = 0,361$.

Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu apabila hasil koefisien alpha > 0.6 , maka item pertanyaan dinyatakan reliabel. Namun jika hasil koefisien alpha < 0.6 , maka item pertanyaan dinyatakan tidak reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel penelitian pada penelitian ini > 0.6 , maka dapat dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda menurut Saunders *et al.* (2016) bukan hanya sebuah teknik, melainkan sebuah kumpulan teknik yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara satu variabel dependen dan beberapa variabel independen.

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + ei$$

Keterangan :

- Y : Minat Beli Konsumen
- a : Konstanta
- b_1 : Koefisien regresi Strategi Harga
- X_1 : Strategi Harga
- b_2 : Koefisien regresi Strategi Promosi
- X_2 : Strategi Promosi
- ei : Faktor kesalahan

Uji parsial (t)

Kriteria Pengujiannya:

Jika nilai t hitung > t tabel, artinya berpengaruh secara parsial. Jika nilai thitung < t tabel, artinya tidak berpengaruh secara parsial.

Rumus mendapatkan nilai t tabel:

Df : N-K-1

Sig : (a/2) Uji Koefisien Determinasi (R²). (Humaerah et al., 2023)

Uji Simultan (F)

Syarat sebuah model dikatakan memenuhi Uji F yaitu:

1. Nilai F hitung > nilai F tabel atau Nilai sig < 0,05, maka model dapat dikatakan signifikan berpengaruh secara simultan (bersama) terhadap variabel dependen (terikat).
2. Nilai F hitung < nilai F tabel atau Nilai sig > 0,05, maka model dapat dikatakan tidak signifikan berpengaruh secara simultan (bersama) terhadap variabel dependen (terikat).(Farrizqy et al., 2023)

Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen digunakan uji koefisien determinasi (R²). Nilai R² ini mempunyai range 0 (nol) sampai 1 (0<R²>1).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah salah satu Toko *Frozen Food* yang ada di Yogyakarta yaitu Dakon *Frozen Food*.

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
Laki-Laki	5	16,7 %
Perempuan	25	83,3 %
Total	30	100%

Sumber : Kuesioner Penelitian 2024

Berdasarkan tabel 1. diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 5 orang atau 16,7% dari jumlah keseluruhan responden, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan terdapat 25 orang responden atau 83,3%. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Dakon Frozen Food yang menjadi responden lebih banyak perempuan daripada laki-laki.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	15-20 tahun	8	26,7%
2	21-25 tahun	15	50%
3	26-30 tahun	1	3,3%
4	31-35 tahun	3	10%
5	36-40 tahun	2	6,7%
6	41-45 tahun	1	3,3%
	Total	30	100%

Sumber : Kuesioner Penelitian 2024

Berdasarkan tabel 2. dapat diketahui bahwa jumlah konsumen Dakon Frozen Food yang menjadi responden yaitu sebanyak 30 orang, responden yang berusia 15-20 tahun terdapat 8 orang atau 16,7%, 15 orang atau 50% yang berusia 21-25 tahun, 1 orang yang berusia antara 26-30 tahun atau 3,3%, ada 3 orang atau 10% yang berusia 31-35 tahun, ada 2 orang atau 10% yang berusia antara 36-40 tahun, dan 1 orang yang berusia 40-45 tahun atau 3,3%.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	3	10%
2	Karyawan	3	10%
3	Lainnya	6	20%
4	Pelajar/Mahasiswa	17	56%
5	Wiraswasta	1	3.3%
Total		30	100%

Sumber : Dianalisis dari data primer 2024

Berdasarkan tabel 3. dapat diketahui bahwa konsumen Dakon *Frozen Food* yang menjadi responden pada penelitian ini dimana dilihat dari pekerjaannya yaitu ada 3 orang atau 10% yang merupakan ibu rumah tangga, 3 orang atau 10% yang merupakan karyawan, ada 6 orang atau 20% dari kategori lainnya dimana pekerjaan 6 orang ini diluar kategori yang telah ditentukan, 17 orang atau 56% dari kalangan pelajar/mahasiswa, dan 1 orang atau 3,3% yang merupakan wiraswasta. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Dakon Frozen Food yang menjadi responden banyak dari kalangan pelajar/mahasiswa, mengingat bahwa daerah Yogyakarta disebut dengan Kota Pelajar dan banyak mahasiswa yang berada di sekitar lokasi Dakon *Frozen Food*.

2. Karakteristik Variabel Penelitian

a) Strategi Harga (X1)

Tabel 4. Skor Kuesioner Harga (X1)

Butir	SS		S		TS		STS		Total	Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	9	30	18	60	1	3,3	2	6,7	30	100
X1.2	14	46,7	13	43,3	1	3,3	2	6,7	30	100
X1.3	11	36,7	16	53,3	2	6,7	1	3,3	30	100
X1.4	13	43,3	13	43,3	4	13,3	0	0	30	100

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel uji frekuensi dapat dilihat data jawaban responden dari kuesioner dengan menampilkan 4 butir pernyataan mengenai variabel Strategi Harga (X1), jawaban responden dengan skor tertinggi sebanyak 14 atau 46,7% yaitu pada butir pernyataan X1.2 dengan keterangan sangat setuju. Butir X1.2 merupakan pernyataan yang berbunyi “Harga produk olahan hasil perikanan di Toko Dakon Frozen Food sesuai dengan kualitas produk”, hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan memilih untuk berbelanja di Dakon *Frozen Food* karena menyediakan produk *Frozen Food* dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

b) Strategi Promosi (X2)

Tabel 5. Skor Kuesioner Variabel Strategi Promosi (X2)

Butir	SS		S		TS		STS		Total	Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	12	40	13	43,3	3	10	2	6,7	30	100
X2.2	10	33,3	18	60	1	3,3	1	3,3	30	100
X2.3	14	46,7	12	40	3	10	1	3,3	30	100
X2.4	14	46,7	11	36,7	2	6,6	3	10	30	100
X2.5	10	33,3	16	53,3	4	13,3	0	0	30	100
X2.6	15	50	11	36,7	2	6,7	2	6,7	30	100
X2.7	11	36,7	15	50	3	10	1	3,3	30	100
X2.8	12	40	16	53,3	2	6,7	0	0	30	100

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jawaban responden dari kuesioner dengan menampilkan 8 butir pernyataan mengenai variabel Strategi Promosi (X2), jawaban responden dengan skor tertinggi sebanyak 15 atau 50% yaitu pada butir pernyataan X2.6 “Banyak calon konsumen yang sering scroll *tiktok* ini menjadi peluang bagi Toko Dakon Frozen Food untuk memperoleh pesanan.”, dengan keterangan sangat setuju hal ini menunjukkan bahwa saat calon konsumen *scroll tiktok* dan melihat promosi produk di akun *tiktok* Dakon *Frozen Food* dapat menarik minat beli dan berpeluang memperoleh pesanan dari postingan tersebut.

c) Minat Beli (Y)

Tabel 6. Skor Kuesioner Variabel Minat Beli (Y)

Butir	SS		S		TS		STS		Total	Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	9	30	18	60	2	6,7	1	3,3	30	100
Y2	15	50	11	36,7	2	6,7	2	6,7	30	100
Y3	14	46,7	13	43,3	1	3,3	2	6,7	30	100
Y4	15	50	11	36,7	2	6,7	2	6,7	30	100

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jawaban responden dari kuesioner dengan menampilkan 4 butir pernyataan mengenai variabel Minat Beli (Y), jawaban responden dengan skor tertinggi sebanyak 15 atau 50% yaitu pada butir pernyataan Y2 “Adanya ketersediaan produk olahan hasil perikanan di Toko Dakon Frozen Food..”, dan Y4 “Saya merasa terpenuhi akan kebutuhan dengan adanya produk olahan hasil perikanan dari Toko Dakon Frozen Food”. Dapat disimpulkan bahwa dengan lengkapnya ketersediaan produk *Frozen Food* di Dakon *Frozen Food* akan menarik minat beli konsumen, selain itu konsumen juga merasa bahwa kebutuhannya cukup terpenuhi dengan produk yang ditawarkan oleh Dakon *Frozen Food*.

3. Analisis Data

a) Uji Validitas

Hasil dari perhitungan validitas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan pernyataan kuesioner nilai r hitung > r tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Nilai *Cronbach’s Alpha* dari seluruh variabel penelitian pada penelitian ini > 0.6, maka dapat dinyatakan reliabel.

c) Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dimana nilai *Exact Sig. (2-tailed)* X1 (Harga) sebesar 0,222 > 0,05, X2 (Strategi Promosi) sebesar 0,196 > 0,05, dan nilai *Exact Sig. (2-tailed)* Y (Minat Beli) sebesar 0,170 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal.

d) Uji Linieritas

Hasil pengujian linearitas antara strategi harga (X1) dengan minat beli (Y) dimana nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi harga (X1) dengan minat beli (Y) tidak memiliki hubungan yang linear.

Hasil pengujian linearitas antara strategi promosi (X2) dengan minat beli (Y) dimana nilai sig. sebesar $0,122 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi promosi (X2) dengan minat beli (Y) memiliki hubungan yang linear.

e) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. nilai *tolerance* strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) sebesar $0,304 > 0,10$, sedangkan nilai *VIF* strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) sebesar $3,288 < 10,00$ maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami masalah multikolinearitas.

f) Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* nilai *Sig.* strategi harga sebesar $0,354$ dan strategi promosi $0,807$ artinya $> 0,05$ maka dikatakan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

g) Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, serta untuk menunjukkan arah hubungan variabel-variabel tersebut.

$$Y = -1,479 + 0,205X_1 + 0,458X_2 + ei$$

Berdasarkan hasil persamaan diatas nilai koefisien regresinya dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Koefisien Konstanta bernilai negatif sebesar $-1,479$ hasil dari regresi linier berganda, disini konstanta $-1,479$ berarti berpengaruh negatif. Artinya bahwa ketika dalam suatu usaha kecil menengah tidak mempertimbangkan penentuan harga dan strategi promosi, maka dapat menimbulkan penurunan minat beli konsumen terhadap suatu produk.

Koefisien Strategi Harga bernilai positif sebesar $0,205$ berarti jika strategi harga (X1) mengalami perubahan sebesar 1% , maka minat beli mengalami perubahan sebesar $0,205\%$. Koefisien strategi harga bernilai positif maka strategi harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Apabila harga meningkat sebesar 1% , maka minat beli akan meningkat sebanyak $0,205\%$.

Koefisien Strategi Promosi bernilai positif sebesar 0,458 berarti jika strategi promosi (X2) mengalami perubahan sebesar 1%, maka minat beli mengalami perubahan sebesar 0,458%. Koefisien bernilai positif maka dapat diartikan bahwa strategi promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Apabila strategi promosi meningkat sebesar 1%, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,458%.

h) Uji Parsial (t)

Berdasarkan hasil uji parsial (t) dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_2 ditolak, dengan nilai Sig. pengaruh strategi harga (X1) terhadap minat beli (Y) sebesar $0,155 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,465 < t$ tabel $2,052$, maka secara individu variabel harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Kemudian untuk H_3 ditolak dan H_4 diterima, dengan nilai Sig. pengaruh strategi promosi (X2) terhadap minat beli (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $6,809 > t$ tabel maka secara individu terdapat pengaruh signifikan strategi promosi (X2) terhadap minat beli (Y).

i) Uji Simultan (F)

Dari hasil uji simultan (F) dapat disimpulkan bahwa H_5 ditolak dan H_6 diterima, variabel bebas strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) secara simultan berkaitan terhadap variabel terikat yaitu minat beli (Y) dimana nilai F hitung $107,093 > F$ tabel $3,354$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan secara simultan strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y).

j) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai R square sebesar 0,888 (88,8%) dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan model variabel strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) menerangkan variasi variabel minat beli (Y) sebesar 88,8% dan sisanya dipengaruhi variabel independen lainnya sebesar 11,2%.

Pembahasan

1. Pengaruh Strategi Harga terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel uji frekuensi pernyataan mengenai variabel Strategi Harga (X1), jawaban responden dengan skor tertinggi pada keterangan sangat setuju yaitu pada butir pernyataan X1.2 "Harga produk olahan hasil perikanan di Toko Dakon *Frozen Food* sesuai dengan kualitas produk", sedangkan pernyataan dengan nilai terendah yaitu pada butir X1.1

“Harga yang ditawarkan oleh Toko Dakon *Frozen Food* cukup terjangkau”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen berminat membeli produk di Dakon *Frozen Food* dengan harga yang sudah ditetapkan karena sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Namun, hanya ada beberapa konsumen yang sangat setuju bahwa harga produk di Dakon *Frozen Food* cukup terjangkau, oleh karena itu Dakon *Frozen Food* perlu mempertimbangkan lagi penetapan harga agar bisa menyediakan lebih banyak produk dengan harga terjangkau agar semua kalangan dapat menikmati produk *frozen food* yang ada di Dakon *Frozen Food*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Enggriani *et al* (2022), dimana pada penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli. Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Muniarti (2021), Ulyah *et al* (2021), Saputra (2021), yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

2. Pengaruh Strategi Promosi terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel uji frekuensi pernyataan mengenai variabel Strategi Promosi (X2), jawaban responden dengan skor tertinggi pada keterangan sangat setuju yaitu pada butir pernyataan X2.6 “Banyak calon konsumen yang sering scroll *tiktok* ini menjadi peluang bagi Toko Dakon *Frozen Food* untuk memperoleh pesanan.”, hal ini menunjukkan bahwa saat calon konsumen *scroll tiktok* dan melihat promosi produk di akun *tiktok* Dakon *Frozen Food* dapat menarik minat beli dan berpeluang memperoleh pesanan dari postingan tersebut. Sedangkan jawaban responden dengan skor terendah yaitu pada pernyataan X2.2 “Admin Toko Dakon *Frozen Food fast respon* dalam menanggapi konsumen pada komentar di setiap postingannya” dan X2.5 “Konten yang ditampilkan Dakon *Frozen Food* melalui *tiktok* cukup sederhana dan dapat menarik minat beli calon konsumen”. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan admin Dakon *Frozen Food fast respon* dan konten promosi yang ditampilkan masih kurang menarik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Qayyumi (2021), yang menyatakan bahwa Promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Bittersweet by Najla dan penelitian yang dilakukan oleh Marshely (2022), dimana hasil penelitiannya yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap ketiga variabel yaitu Promosi Online, Endorsement Selebgram dan Minat Beli Konsumen.

3. Pengaruh Strategi Harga Promosi terhadap Minat Beli

Hasil pengujian secara simultan secara bersama-sama variabel strategi harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk *Frozen Food* di Dakon

Frozen Food Konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Dakon *Frozen* apabila penentuan harga beragam, terjangkau, serta sesuai dengan kualitas produk, dengan ini konsumen tidak terlalu mempertimbangkan harganya. Selain harga, promosi juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen, jika promosi dilakukan dengan pembuatan konten yang sederhana dan menarik tentunya dapat menarik minat beli konsumen. Namun yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *Frozen Food* di Dakon *Frozen Food* yaitu variabel strategi promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uji statistik secara parsial variabel strategi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, ini disebabkan karena konsumen yakin bahwa harga produk terjangkau, sesuai dengan kualitas produk yang dijual dan mampu bersaing dengan toko *frozen food* yang lain, serta sesuai dengan manfaat. Sehingga konsumen tidak perlu mempertimbangkan lagi harga untuk melakukan pembelian ulang, dengan begitu berarti harga tidak mempengaruhi minat beli.

Secara parsial strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, maka dapat disimpulkan bahwa secara individu terdapat pengaruh signifikan strategi promosi (X2) terhadap minat beli (Y).

Sedangkan pengujian statistik secara simultan strategi harga (X1) dan strategi promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli (Y) konsumen pada produk *Frozen Food* di Dakon *Frozen Food*. Namun, diantara kedua variabel tersebut yang paling berpengaruh terhadap minat beli (Y) adalah variabel X2 (strategi promosi).

Saran

Saran yang dapat diberikan penulis kepada *Dakon Frozen Food* yaitu menyediakan produk *frozen food* dengan kemasan kecil agar konsumen yang merasa bahwa harga yang ditawarkan mahal juga dapat menikmati produk *frozen food* dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu penulis juga menyarankan untuk membuat video promosi yang sederhana, menarik dan informatif atau meminta bantuan kepada *endorsement* untuk mempromosikan produknya.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkipli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral dan Ikan Hias). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 90–100. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.122>
- Abdullah, A., Baso Adil Natsir, A., & Pertanian Negeri Pangkep, P. (2022). Epic Model : Efektivitas Sistem Pemasaran Melalui Sosial Media Pada Umkm Produk Olahan Ikan. *Jurnal Sains Agribisnis*, 2(2), 47–56.
- Abdullah, A., Efendi, B., Kasmi, M., & Aman, A. (2024). *Menelaah Pengaruh Pola Pikir Wirausaha , Digital Inovasi Pemasaran dan Jaringan terhadap Kinerja UKM*. 6075, 113–127. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0608>
- Abdullah, A., Miftahorrozi, M., Hendrawan, H., Raharti, R., Nuryana, A., Yuliastuti, H., Verawaty, V., & HM, R. (2022). Analisis Peran Pemasaran Melalui Sosial Media, Harga Produk Adan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Clothing Online Store). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(3), 4992–4995. <https://www.doi.org/10.31316/jk.v6i3.3871>
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Arvanitha, S. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam. *Skripsi*, 8.
- Dennisa Teguh Annisa, R. H. S. (2021). Analisis Strategi Promosi Alauto Garage Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Facebook. *Analisis Strategi Promosi Alauto Garage Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Bekas Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial Facebook*, 8(4), 3890–3896.
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTock Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Dewi, R. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Dinamika, U. (2022). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Guna Academy Surabaya. *Universitas Dinamika*.
- Enggriani, M., & Nabila, A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Aplikasi Online Pada Tempat Makan Bebek Bakar Ayayo Bandung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 165. <http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1617>
- Farrizqy, R. H., Suryono, R. R., Informasi, S., Ratu, L., & Farrizqy, R. H. (2023). *Jurnal teknologi dan sistem informasi*. 4(3), 340–348.
- Hermawan, A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Pada Umkm Rojo Sosis. *SMART Management Journal*, 2(2), 163–179. <https://doi.org/10.53990/smj.v2i2.167>

- Humaerah, S., Fajariani, N., & Amalyah, R. (2023). *Volume 25 Issue 4 (2023) Pages 707-715 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Pengaruh human capital dan motivasi kerja terhadap produktivitas karyawan The effect of human capital and wor.* 25(4), 707–715.
- Mahardhika, Y., & Nurdian, Y. (2022). Resureksi Pangan Olahan Beku Produk Unggulan Walikukun Ngawi. *Jurnal Abditani*, 5(1), 38–44. <https://doi.org/10.31970/abditani.v5i1.86>
- Maisyaroh. (2019). Pengaruh Iklan Handphone Xiaomi Di Media Sosial (Facebook) Terhadap Minat Beli Remaja Siswa / Siswi Smpn 1 Kepenuhan. *Pengaruh Iklan Handphone Xiaomi Di Media Sosial (Facebook) Terhadap Minat Beli Remaja Siswa / Siswi Smpn 1 Kepenuhan.*
- Muslimin, U. (2021). Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Amsir Management Journal*, 1(2), 81–92. <https://doi.org/10.56341/amj.v1i2.22>
- Nuryakin, M. A., & Nurdin, H. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Indihome Terhadap Minat Konsumen Di Kota Bima. *Manajemen Dewantara*, 5(2), 142–151. <https://doi.org/10.26460/md.v5i2.10280>
- Rahmana, P. N., Putri N, D. A., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z. *Akademika*, 11(02), 401–410. <https://doi.org/10.34005/akademika.v11i02.1959>
- Rahmayani, R. D., & Dharmawati, D. M. (2023). *Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Industri Ritel di Era New Normal.* 7(1), 11–17.
- Siahaya, B. P., Lawalata, V. N., & Tetelepta, G. (2023). Kajian Lama Penyimpanan Terhadap Karakteristik Fisikokimia Frozen Food Sukun (*Artocarpus altilis*). *Jurnal Agrosilvopasture-Tech*, 2(1), 62–68. <https://doi.org/10.30598/j.agrosilvopasture-tech.2023.2.1.62>
- Susetyarsi, T., & Harminingtyas, R. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social media (Context,Communication,Collaboration,Connection) Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Old Man Store di Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 13(1), 51–69.



Pengaruh Penganggaran Terhadap Profitabilitas UMKM (Studi Kasus Pada Warung Pentol Ndower Solo di Pasar MMTC Medan)

Lokot Muda Harahap¹, Maya Martiza Sari², Hasiandra Simanjuntak³,
Putri Sandrina Sitompul⁴, Anita Saragih⁵
¹⁻⁵ Universitas Negeri Medan

Korespondensi penulis: lokotmuda14@gmail.com

Abstract. *This research aims to determine the effect of budgeting on profitability. In this research we will carry out market analysis so that we can find out how much influence company budgeting has on profitability. In this research we used quantitative methods with descriptive and explanatory approaches. The research conducted used the dependent variable of profitability and the independent variable, namely budgeting, to show how much budgeting is related to profitability. The research instrument is: We directly carried out an analysis which we carried out for 3 months so that we could find out the profits of the MSMEs that we analyzed. The result is that from the analysis we have carried out, SMEs experience fluctuations caused by unexpected things such as fasting, but from the analysis we have carried out the company makes large profits. With this research, it is hoped that it will be able to help other MSMEs in developing their business because by implementing budgeting in business, MSMEs are able to run their businesses effectively and efficiently.*

Keywords: *Budgeting, Profitability, MSMEs*

Abstrak. . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penganggaran terhadap profitabilitas Pada penelitian kali ini kami akan melakukan analisis Pasar sehingga kami dapat mengetahui seberapa besar pengaruh dari Penganggaran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksplanatif. Penelitian yang dilakukan menggunakan variabel dependennya dari profitabilitas dan variabel independennya yaitu penganggaran dalam menunjukkan seberapa besar keterkaitan Penganggaran terhadap Profitabilitas. Instrumen penelitian adalah Kami secara langsung melakukan analisis dimana kami menjalankannya selama 3 bulan sehingga kami dapat mengetahui profit dari umkm yang kami analisis. Hasilnya adalah dari analisis yang telah kami lakukan umkm mengalami fluktuasi yang di sebabkan oleh hal yabg tidak terduga seperti puasa namun dari analisi yang kami lakukan perusahaan memperoleh profit yang besar. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Mampu membantu umkm lain dalam mengembangkkn bisnisnya karena dengan menerapkan penganggaran dalam bisnis,Umkm mampu menjalankan usahanya dengan efektif dan efisien

Kata kunci: Penganggaran, Profitabilitas, UMKM

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07% pada tahun 2021 dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, banyak UMKM yang masih mengalami kesulitan dalam mencapai profitabilitas yang optimal. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas UMKM adalah penganggaran.

Penganggaran adalah proses penyusunan rencana keuangan yang terperinci untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks UMKM, penganggaran dapat membantu dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien, sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai profitabilitas. Di dalam penyusunan laporan keuangan sendiri memiliki beberapa jenis laporan keuangan yang memiliki kegunaan dan format yang berbeda-beda. Pada dasarnya

laporan keuangan sendiri memiliki beberapa bentuk atau format yang berbeda, namun saling bersangkutan antara satu dengan yang lainnya.

Laporan keuangan sendiri memiliki arti yang berbeda-beda namun inti atau kesimpulan dari laporan keuangan itu sendiri yaitu sebuah laporan yang mencatat transaksi-transaksi yang ada pada sebuah perusahaan, organisasi maupun instansi lainnya. Dalam laporan sendiri memiliki beberapa istilah yakni aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, beban, prive, dan lain lain. Maka dari itu tujuan dari penyusunan makalah ini guna untuk menjelaskan mengenai pengertian laporan keuangan, format penyusunan laporan keuangan, dan istilah – istilah yang ada. dan masalah yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penganggaran terhadap profitabilitas UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam meningkatkan profitabilitas UMKM.

KAJIAN TEORITIS

Anggaran merupakan rencana tertulis mengenai kegiatan suatu organisasi yang dinyatakan secara kuantitatif untuk jangka waktu tertentu dan umumnya dinyatakan dalam satuan uang, tetapi dapat juga dinyatakan dalam satuan bidang dan jasa. Menurut Nafari (2000) Penganggaran (Budgeting) adalah “proses penyusunan anggaran yang dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba.” Pengertian di atas menyatakan bahwa Anggaran (budget) adalah hasil dari penganggaran (budgeting); atau hasil dari proses penganggaran. Anggaran merupakan suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang (Tambun, 2020). Secara lebih terperinci, proses kegiatan yang tercakup dalam budgeting tersebut antara lain: 1) Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan untuk menyusun anggaran. 2) Pengolahan dan penganalisaan data dan informasi tersebut untuk mengadakan taksirantaksiran dalam rangka menyusun anggaran. 3) Menyusun anggaran serta menyajikannya secara teratur dan sistematis. 4) Pengkoordinasian pelaksanaan anggaran. 5) Pengumpulan data dan informasi untuk keperluan pengawasan kerja, yaitu untuk mengadakan penilaian (evaluasi) terhadap pelaksanaan anggaran. 6) Pengolahan dan penganalisaan data tersebut untuk mengadakan interpretasi dan memperoleh kesimpulan-kesimpulan dalam rangka mengadakan penilaian (evaluasi) terhadap kerja yang dilaksanakan, serta menyusun kebijakankebijakan sebagai tindak lanjut dari kesimpulan-kesimpulan tersebut (Tambun, 2020).

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Berdasar informasi dari Kementerian Bagian Data – Biro Perencanaan Kementerian Negara Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM memberi berbagai jenis kontribusi, diantaranya adalah kontribusi UMKM terhadap penciptaan investasi nasional, Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, kontribusi UMKM dalam penyerapan tenaga kerja nasional, dan kontribusi UMKM terhadap penciptaan devisa nasional. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan pilar utama (soko guru) perekonomian Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bagaimana peran UMKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga pemberdayaan UMKM merupakan sesuatu yang penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Sumbangsih UMKM terhadap PDB menjadikan indikator pentingnya UMKM dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Eksistensi dan kinerja UMKM yang semakin menggeliat tersebut bukan tanpa masalah dan kendala.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran sentral dalam pembangunan ekonomi di banyak negara, dan merupakan sumber utama keterampilan kewirausahaan, inovasi, dan lapangan kerja, yang menyumbang sebagian besar bisnis di seluruh dunia (Gherghina et al., 2020; Pedraza, 2021; Varga, 2021). Namun, UMKM menghadapi berbagai tantangan, termasuk terbatasnya akses pendanaan, rendahnya tingkat pendidikan dan keahlian, kesulitan dalam memperoleh perizinan, kurangnya akses ke modal, dan kurangnya dukungan infrastruktur (Suwarsi et al., 2022). Di negara-negara berkembang, UMKM berkontribusi pada sebagian besar kegiatan ekonomi, namun terkadang peran mereka belum sepenuhnya dipahami oleh para politisi dan pebisnis (Gherghina et al., 2020; Pedraza, 2021; Varga, 2021). Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah terbatasnya akses terhadap pendanaan. Di India, misalnya, pangsa kredit bank komersial yang diberikan kepada sektor UMKM menurun, dan kurangnya jaminan yang memadai semakin menghambat ketersediaan dana untuk sektor ini (Reddy, 2014). Untuk mengatasi masalah ini, menyediakan berbagai pilihan modal berisiko bagi sektor UMKM sangatlah penting (Reddy, 2014). Di Indonesia, kemunculan Peer-to-Peer (P2P) lending menjadi penting sebagai sumber pendanaan alternatif bagi UMKM (Kohardinata et al., 2020; Tambunan et al., 2021). Selain itu, literasi keuangan merupakan aspek lain yang tidak boleh dilewatkan dari bidang pendidikan dan keahlian, karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM (Suwarsi et al., 2022).

Profitabilitas merupakan indikator kunci yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari kegiatan operasionalnya. Konsep ini menjadi

tolok ukur utama efisiensi dan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya dan menjalankan operasi bisnis. Margin keuntungan, yang merupakan rasio antara laba bersih dan pendapatan total, memberikan gambaran langsung tentang seberapa besar persentase pendapatan yang berhasil diubah menjadi laba bersih. Ini memberikan indikasi mengenai daya hasil operasional perusahaan (Erindani, n.d.). Return on Investment (ROI) dan Return on Equity (ROE) adalah metrik penting lainnya yang memberikan pandangan lebih mendalam terkait pengembalian investasi dan keuntungan bagi pemegang saham. ROI mengukur efisiensi penggunaan modal secara keseluruhan, sementara ROE mengevaluasi sejauh mana laba bersih memberikan pengembalian kepada pemegang saham tertentu (Sulastrri & Ryanto, 2021).

Kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba juga tercermin dalam Return on Assets (ROA), yang memberikan informasi mengenai efektivitas penggunaan aset dalam menciptakan nilai. Dengan menggunakan metrik-metrik ini, evaluasi profitabilitas menjadi kunci dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan, memberikan wawasan yang mendalam tentang keberhasilan operasional dan kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan keuangan (Pariyanti & Zein, 2018).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini kami menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksplanatif. Penelitian yang dilakukan menggunakan variabel dependennya dari profitabilitas dan variabel independennya yaitu penganggaran. Adapun lokasi penelitian pada Warung Pentol Ndower Solo di Pasar MMTC Medan dengan objek penelitiannya yaitu Warung Pentol Ndower Solo dengan waktu penelitian selama 3 bulan yakni bulan Maret sampai dengan Mei 2024. Pada penelitian ini menggunakan data primer dan juga sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik warung, observasi kegiatan operasional warung, dan dokumentasi terkait penganggaran dan keuangan warung. Adapun data sekunder diperoleh dari laporan keuangan warung, data statistik terkait pasar dan ekonomi di Medan, dan literatur terkait penganggaran dan UMKM. Data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis perumusan laba rugi. Data primer dan sekunder dianalisis dengan cara mentranskripsikan hasil wawancara, mencatat hasil observasi, dan menganalisis dokumen. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung rasio profitabilitas, seperti laba bersih terhadap penjualan dan laba bersih terhadap modal. Kemudian hubungan antara penganggaran dan profitabilitas dianalisis dengan menggunakan rumus laba rugi.

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat untuk memahami pengaruh penganggaran terhadap profitabilitas UMKM. Temuan penelitian ini

dapat digunakan untuk membantu pemilik UMKM dalam meningkatkan profitabilitas usaha mereka melalui penerapan penganggaran yang efektif dan efisien

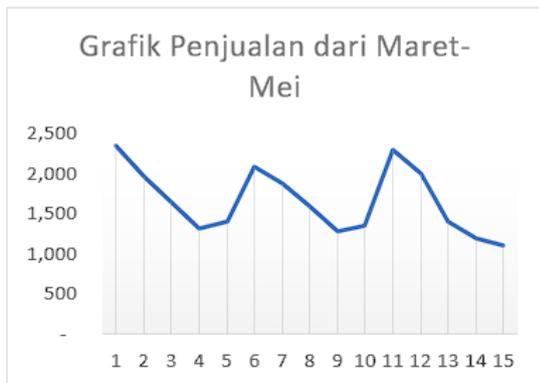
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bulan	Kode	Nama Produk	QTY Tersedia	QTY Terjual	QTY Tersisa	Satuan	Harga	Jumlah Terjual	Jumlah Tidak Terjual	Modal	Total Penjualan	Lab Kotor	Lab Bersih
Maret	1	Corndog Mozarella	3.000	2.348	652	pcs	10.000	Rp. 23.480.000	Rp 6.520.000	Rp 8.000	Rp 233.762.000	Rp 208.744.000	Rp 134.392.000
	2	Sostel	2.250	1.970	280	pcs	5.000	Rp 9.850.000	Rp 1.400.000	Rp 3.000			
	3	Pentol	1.800	1.651	149	Pcs	13.000	Rp 21.463.000	Rp 1.937.000	Rp 10.000			
	4	Thai Tea	1.500	1.328	172	pcs	10.000	Rp 13.280.000	Rp 1.720.000	Rp 8.000			
	5	Chocolate	1.500	1.409	91	Pcs	10.000	Rp 14.090.000	Rp 910.000	Rp 8.000			
April	1	Corndog Mozarella	2.300	2.098	202	Pcs	10.000	Rp 20.980.000	Rp 2.020.000	Rp 8.000			
	2	Sostel	2.000	1.874	126	pcs	5.000	Rp 9.370.000	Rp 630.000	Rp 3.000			
	3	Pentol	1.700	1.593	107	Pcs	13.000	Rp 20.709.000	Rp 1.391.000	Rp 10.000			
	4	Thai Tea	1.400	1.276	124	Pcs	10.000	Rp 12.760.000	Rp 1.240.000	Rp 8.000			
	5	Chocolate	1.450	1.358	92	Pcs	10.000	Rp 13.580.000	Rp 920.000	Rp 8.000			
Mei	1	Corndog Mozarella	2.500	2.300	200	Pcs	10.000	Rp 23.000.000	Rp 2.000.000	Rp 8.000			
	2	Sostel	2.200	2.000	200	Pcs	5.000	Rp 10.000.000	Rp 1.000.000	Rp 3.000			
	3	Pentol	1.500	1.400	100	Pcs	13.000	Rp 18.200.000	Rp 1.300.000	Rp 10.000			
	4	Thai Tea	1.400	1.200	200	Pcs	10.000	Rp 12.000.000	Rp 2.000.000	Rp 8.000			
	5	Chocolate	1.100	1.100	-	pcs	10.000	Rp 11.000.000	-	Rp 8.000			
			27.600	24.905	2.695		144.000	Rp 233.762.000	Rp 24.988.000	Rp 111.000			

Disini kami melakukan analisis pada 3 bulan penjualan pada pentol ndower solo. Dari analisis yang kami lakukan, pada bulan pertama pentol ndower solo mampu menjual 8.706 pcs dari persediaan awal yakni 10.050 pcs yang berarti pada bulan pertama yang berarti disini pentol ndower solo dapat menjual 4/5 dari jumlah kuantitas yang tersedia.

Pada bulan ke 2, pentol ndower solo mampu menjual 8.199 pcs dari persediaan awal yaitu 8.850 dimana 8.850 ini yaitu sisa penjualan bulan lalu sebanyak 1334 pcs ditambah dengan 7056 pcs untuk bulan april. Pada bulan ini, pentol ndower solo mengalami penurunan penjualan dan penurunan kuantitas persediaan. Hal ini terjadi, karena adanya kegiatan puasa yang membuat mereka menurunkan kuantitas persediaan karena dari riset pasar yang dilakukan, konsumen akan cenderung mengonsumsi makanan lain dibanding ke 5 item makanan yang ada di atas.

Pada bulan ke 3, pentol ndower solo mampu menjual sebanyak 8.000 pcs dari 8.700 pcs dimana 8.700 ini yaitu sisa penjualan bulan lalu sebanyak 651 pcs ditambah dengan 8.049 pcs untuk bulan mei. Pada bulan ini pentol ndower solo mengalami kenaikan penjualan serta kenaikan kuantitas persediaan awal.



Analisis profitabilitas

Dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa untuk penjualan pentol ndower solo mengalami fluktuasi hal ini dapat disebabkan oleh hal-hal tertentu seperti contoh yang sudah kami sebut yaitu karena adanya kegiatan puasa yang membuat jumlah penjualan dan kuantitas mengalami penurunan jadi kesimpulan yang kami buat terkait fungsi penggaran terhadap penggaran ialah Penganggaran memiliki peran membantu dalam merencanakan kegiatan dan mengalokasikan sumber daya secara efektif, memprediksi kebutuhan keuangan di masa depan dan memastikan ketersediaan dana untuk mencapai tujuannya, serta Penganggaran juga membantu dalam mengendalikan pengeluaran dan memastikan bahwa dana digunakan secara efisien dan efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang bisa kami ambil dari penelitian kami kali penganggaran sangat berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan terbukti dari hasil riset yang telah kami lakukan, pada umkm pentol ndower solo mereka menggunakan penganggaran guna meningkatkan profitabilitas bisnis dimana dengan membuat penganggaran umkm mampu menjalankan bisnis dengan efekti dan juga efisien.

Diharapkan semua umkm menerapkan kegiatan yang dilakukan pentol ndower solo guna meningkatkan profitabilitas dari bisnis yang sedang dijalani.

DAFTAR REFERENSI

- Dewi, D. M. (2016). Pengaruh likuiditas, leverage, ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen tunai dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 23(1), 12–19. <https://www.neliti.com/publications/76451/pengaruh-likuiditas-leverage-ukuran-perusahaan-terhadap-kebijakan-dividen-tunai>
- Endarto, E. A. P., & Tirtana, A. A. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap profitabilitas usaha mikro kecil dan menengah di Kota Tangerang. *Ultimaccounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 12(2), 270–293. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v12i2.1877>
- Setiawati, E., Rois, D. I. N., & Aini, I. N. (2017). Pengaruh kecukupan modal, risiko pembiayaan, efisiensi operasional dan likuiditas terhadap profitabilitas (Studi pada bank syariah dan bank konvensional di Indonesia). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 109–120. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i2.4886>
- Sukadana, I. K. A., & Triaryati, N. (2018). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan food and beverage BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6239. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p16>
- Suryaatmaja. (2020). Metadata, citation and similar papers at core.ac.uk 4. *Донну*, 5(December), 118–138.



Analisis Dampak Endorsment Selebriti Terhadap Minat Beli Skincare Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan (UNIMED)

**Agustina Nainggolan¹, Maya Martiza Sari², Anita Br Saragih³,
Imamul Khaira⁴, Zulkarnain Siregar⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Medan

JL. William Iskandar Psr V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia

Korespondensi penulis : agustinanainggolan02@gmail.com

***Abstract.** This study aims to determine the effect of Celebrity Endorsement on Skincare Purchase Intention in Management Students of Medan State University (Unimed). The subjects of this study were 30 management students of Medan State University (Unimed). The analysis prerequisite test includes normality test, linearity test and R test. The data analysis technique used is simple linear regression analysis. The results showed that there is a positive and significant relationship between celebrity endorsement and purchase intention.*

***Keywords:** Endorsment, Purchase Intention, Skincare, Student*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Endorsment Selebriti terhadap Minat Beli Skincare pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan (Unimed). Subjek penelitian ini adalah mahasiswa manajemen di Unimed sebanyak 30 mahasiswa. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas dan uji R. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara endorsement selebriti dengan minat beli.

Kata kunci: Endorsment, Minat Beli, Skincare, Mahasiswa

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri skincare di Indonesia semakin pesat, terutama di kalangan mahasiswa. Skincare telah menjadi bagian penting dari rutinitas perawatan diri, baik untuk tujuan kesehatan kulit maupun peningkatan penampilan. Dalam mempromosikan produk skincare, banyak perusahaan menggunakan strategi endorsement oleh selebriti populer sebagai upaya untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Menurut Royan (2004:6) penggunaan tokoh celebrity endorser di dalam periklanan mampu mendukung dalam menciptakan dua hal seperti menciptakan kepribadian terhadap merek yang dapat meningkatkan jumlah penjualan produk dalam waktu yang sangat singkat. Keputusan menggunakan celebrity mempertimbangkan dua hal yaitu memilih tokoh celebrity yang sedang naik daun yang berkaitan dengan kecocokan antara celebrity dengan produk yang diiklankan dan mempertimbangkan kesesuaian keuangan perusahaan, sehingga dengan adanya tokoh celebrity endorser dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap suatu produk.

Mahasiswa Manajemen di Universitas Negeri Medan (Unimed) merupakan kelompok yang penting dalam pasar skincare mengingat mahasiswa adalah anak muda yang suka menggunakan skincare. Mereka adalah calon konsumen yang aktif dan memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren kecantikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak dari endorsement selebriti terhadap minat beli skincare pada mahasiswa manajemen di Unimed.

Endorsement selebriti adalah strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan selebriti terkenal untuk mempromosikan produk atau merek. Dalam konteks skincare, kehadiran selebriti sebagai brand ambassador dapat memberikan pengaruh positif terhadap persepsi dan minat beli konsumen. Dengan menggunakan wajah-wajah terkenal, perusahaan skincare berharap dapat meningkatkan citra merek dan mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa manajemen di Unimed.

Namun, meskipun popularitas endorsement selebriti dalam industri skincare, masih belum banyak penelitian yang mengkaji dampaknya terhadap minat beli pada mahasiswa manajemen di Unimed. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak endorsement selebriti terhadap minat beli.

KAJIAN TEORITIS

Konsep Minat Beli

Definisi Minat Beli

Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Menurut Yamit (2001:77), minat beli konsumen adalah evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Sementara itu, menurut Durianto, dkk (2003:109), minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu. Pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk; hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas

produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan penurunan minat beli konsumen.

Minat (Interest) digambarkan sebagai situasi di mana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler 2005:15).

Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan kebutuhannya dalam menggunakan suatu produk. Berdasarkan hal tersebut, maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Cara terbaik untuk mempengaruhi minat beli adalah mempelajari apa yang dipikirkannya, dengan demikian akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini dinamakan “The Buying Process” (proses pembelian) menurut Kotler (2009:32). Proses pembelian meliputi lima hal yaitu:

- a. Need (kebutuhan): Proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.
- b. Recognition (pengenalan): Kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri diperlukan untuk dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.
- c. Search (pencarian): Merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.
- d. Evaluation (evaluasi): Suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.

Teori Konsumsi

Teori Keynes (Keynesian Consumption Model)

a. Hubungan Pendapatan Disposabel dan Konsumsi

Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini (current consumption) sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposabel saat ini (current disposable income). Menurut Keynes, ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung pada tingkat pendapatan. Artinya, tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi walaupun tingkat pendapatan sama

dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus (autonomous consumption). Jika pendapatan disposabel meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat. Hanya saja peningkatan konsumsi tersebut tidak sebesar peningkatan pendapatan disposabel (Rahardja & Manurung, 2008:41).

b. Kecenderungan Mengkonsumsi Marjinal (Marginal Propensity to Consume)

Kecenderungan mengkonsumsi marjinal (Marginal Propensity to Consume) atau MPC adalah konsep yang memberikan gambaran tentang berapa konsumsi akan bertambah bila pendapatan disposabel bertambah satu unit. Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marjinal berada di antara nol dan satu. Ini berarti setiap tambahan pendapatan akan menyebabkan tambahan konsumsi, namun tidak sebesar tambahan pendapatan itu sendiri.

c. Kecenderungan Mengkonsumsi Rata-Rata (Average Propensity to Consume)

Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (Average Propensity to Consume atau APC), akan turun ketika pendapatan naik. Ia percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia berharap orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka dibandingkan dengan orang miskin (Mankiw, 2003:425).

Konsep Minat Beli

Definisi Minat Beli

Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Menurut Yamit (2001:77), minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Sementara itu, menurut Durianto, dkk (2003:109), minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu. Pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk; hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan penurunan minat beli konsumen.

Minat (interest) digambarkan sebagai situasi di mana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler 2005:15).

Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut yang sesuai dengan kebutuhannya dalam menggunakan suatu produk. Berdasarkan hal tersebut, analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan. Cara terbaik untuk mempengaruhi minat beli adalah mempelajari apa yang dipikirkannya. Dengan demikian, akan didapatkan tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga bagaimana proses informasi itu dapat berjalan dan bagaimana memanfaatkannya. Hal ini dinamakan “The Buying Process” (proses pembelian) menurut Kotler (2009:32). Proses pembelian meliputi lima hal yaitu:

- a. Need (kebutuhan): Proses pembelian berawal dari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi atau kebutuhan yang muncul pada saat itu dan memotivasi untuk melakukan pembelian.
- b. Recognition (pengenalan): Kebutuhan belum cukup untuk merangsang terjadinya pembelian karena mengenali kebutuhan itu sendiri diperlukan untuk dapat menetapkan sesuatu untuk memenuhinya.
- c. Search (pencarian): Merupakan bagian aktif dalam pembelian yaitu mencari jalan untuk mengisi kebutuhan tersebut.
- d. Evaluation (evaluasi): Suatu proses untuk mempelajari semua yang didapat selama proses pencarian dan mengembangkan beberapa pilihan.
- e. Decision (keputusan): Langkah terakhir dari suatu proses pembelian untuk mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diterima.

Menurut Farki dkk. (2016:27), minat beli konsumen terhadap produk online dipengaruhi oleh faktor review dan rating yang dilakukan oleh konsumen lain yang terlebih dahulu telah membeli suatu produk. Kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa harus memiliki faktor tertentu untuk dapat mempengaruhi konsumen agar meningkatkan minat beli, terkadang menggunakan seorang selebriti atau tokoh terkenal sebagai endorser. “Atribut-atribut yang mereka miliki seperti keahlian, keterampilan, pengetahuan, pengalaman, kecerdasan, sifat, kecantikan, keberanian, dan

prestasi dapat dijadikan poin penting untuk memikat (calon) konsumen” (Pradhan, et al., 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abdul (2016:61), diketahui bahwa variabel daya tarik, kepercayaan, serta keahlian mampu mempengaruhi minat beli konsumen pada produk. Daya tarik selebriti menjadi faktor yang dominan untuk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Namun, kepercayaan konsumen terhadap selebriti yang mendukung produk memiliki nilai negatif terhadap minat beli konsumen.

Teori Promosi

Definisi Promosi

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting dalam melakukan kegiatan penjualan. Dengan adanya kekuatan akan daya tarik, keahlian, dan kepercayaan dalam mempromosikan sebuah produk, maka dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk. Dewasa ini, salah satu cara yang paling ampuh dalam melakukan promosi adalah dengan celebrity endorsement. Untuk itu, hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh para celebrity endorser adalah daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*), agar informasi yang disampaikan dapat mempengaruhi setiap konsumen.

Menurut Swastha dan Irawan (2005:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Shinta (2011:127), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Jenis-Jenis Promosi

Perusahaan memiliki banyak jenis promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan. Adapun sarana promosi utama menurut Kotler dan Armstrong (2008:117) adalah sebagai berikut:

- a. **Periklanan (advertising):** Semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:151), tujuan periklanan adalah untuk mencapai tugas komunikasi

tertentu dengan pemirsa sasaran tertentu selama periode waktu tertentu. Tujuan periklanan dapat digolongkan menjadi menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan.

- b. Promosi penjualan (sales promotion):** Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:206), sarana yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi penjualan meliputi:
- Alat promosi konsumen: Sampel produk, kupon, pengembalian tunai, harga khusus, premi, barang khusus iklan, undian, serta permainan.
 - Alat promosi dagang: Membujuk penjual perantara untuk menjual merek, memberikan ruang rak, mempromosikan merek dalam iklan, dan menawarkannya kepada konsumen. Contohnya adalah kontes, diskon langsung dari harga resmi, barang gratis, dan kemasan ekstra yang ditujukan kepada penjual perantara yang membeli dalam jumlah tertentu.
 - Alat promosi bisnis: Digunakan untuk menghasilkan arahan bisnis, mendorong pembelian, menghargai pelanggan, dan memotivasi wiraniaga.
- c. Hubungan masyarakat (public relations):** Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita, dan kejadian yang tidak menyenangkan.
- d. Penjualan personal (personal selling):** Presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:182), penjualan personal adalah salah satu profesi yang paling tua di dunia. Orang-orang yang melakukan penjualan mendapat banyak sebutan seperti wiraniaga, manajer distrik, account executive, agen, konsultan penjualan, dan lainnya.
- e. Pemasaran langsung (direct marketing):** Hubungan langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Ini mencakup penggunaan surat langsung, telepon, televisi respons langsung, e-mail, Internet, dan sarana lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu.

Celebrity Endorsement

Definisi Endorsement

Endorsement saat ini dapat dirasakan kehadirannya secara luas. Dengan meluasnya kegiatan ini, endorsement dapat menjadi salah satu strategi iklan yang diandalkan oleh pebisnis, terutama dalam perdagangan online. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan celebrity endorsement memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas pemasaran dalam menarik perhatian dan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Endorsement dapat diartikan sebagai dukungan atau saran (Shimp, 2014:459), serta sebagai tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu.

Dewasa ini, endorsement sering dilakukan oleh artis atau selebgram di media sosial untuk memberikan dukungan kepada suatu produk agar produk tersebut lebih dikenal oleh masyarakat. Menurut Martin Roll (Saporso dan Dian, 2009:162), “endorsement adalah saluran komunikasi merek di mana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial mereka.” Pratiwi (2014:2) menyatakan bahwa “endorsement adalah strategi komunikasi pemasaran yang menggunakan tokoh terkenal seperti artis, fashion blogger, fashion stylist, dan lain-lain sebagai alat pendukung untuk menarik ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan di media sosial.”

Celebrity endorsement melibatkan tokoh terkenal (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya di bidang yang berbeda dari produk yang didukung. Selebriti sering diminta sebagai juru bicara produk. Shimp (2014:460) berpendapat bahwa celebrity endorsement menggunakan artis sebagai bintang iklan di berbagai media, termasuk media cetak, media sosial, dan televisi. Selebriti digunakan karena atribut kesohorannya seperti ketampanan, keberanian, talenta, keanggunan, kekuatan, dan daya tarik seksual, yang sering kali mewakili daya tarik yang diinginkan oleh merek yang mereka iklankan. Penggunaan celebrity endorsement diharapkan mampu mewakili citra merek yang berdampak pada keputusan pembelian. Kata-kata dan kharisma selebriti dapat mempengaruhi seseorang untuk berhenti dan memperhatikan iklan tersebut.

Karakteristik dan Atribut Celebrity Endorsement

Dalam memilih selebriti untuk endorsement, diperlukan pertimbangan karakteristik yang dapat mewakili produk, karena kecocokan karakter endorsement terhadap produk sangat berpengaruh dalam mengangkat citra produk dan meningkatkan penjualan. Endorsement yang baik harus memenuhi kriteria pencapaian Advertising goal (Kotler & Keller, 2009):

a. Informasi (Informing)

- Menciptakan kesadaran merek.
- Mengkomunikasikan informasi produk.
- Menginformasikan pasar mengenai keberadaan produk atau jasa, ciri-ciri, dan lokasi penjualan.
- Memberikan pengetahuan tentang produk baru atau fitur baru produk yang sudah ada.

b. Persuasif (Influencing)

- Efektif dalam membujuk dan mempengaruhi calon pelanggan untuk mencoba produk dan jasa.
- Menciptakan kesukaan, preferensi, dan keyakinan sehingga konsumen mau membeli dan menggunakan barang dan jasa.

c. Peningat (Reminding)

Efektif dalam menstimulasi ingatan konsumen mengenai produk atau jasa sehingga terjadi pembelian.

d. Pengulangan (Pervasiveness)

Intensitas endorsement yang sama diulang-ulang untuk memantapkan dan meyakinkan penerimaan informasi.

Penelitian Terkait

Dalam mengadakan penelitian, tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang relevan. Tujuannya adalah untuk memperkuat hasil penelitian, menjadi pedoman penelitian, dan membandingkan dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah beberapa penelitian terkait:

a. Penelitian oleh Soesatyo dan Julivan (2013)

Terkait endorsement model: sikap audience terhadap iklan dan merek serta pengaruhnya pada minat beli “Top Coffee.”

Metode: penelitian kualitatif deskriptif.

Hasil: Penggunaan celebrity endorsement dapat meningkatkan respon audience terhadap produk yang diiklankan.

b. Penelitian oleh Dita dkk (2016)

Terkait pengaruh celebrity endorsement di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab (studi kasus pada akun Instagram: @zahratuljannah, @joyagh).

Hasil: Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen adalah visibility, product match up, credibility, dan power.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk penelitian ini adalah Metode Penelitian Kuantitatif. penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melibatkan jumlah data yang banyak, bisa puluhan atau mungkin ribuan, sebab populasi responden penelitian kuantitatif sangatlah luas. Selain itu, data dalam penelitian kuantitatif biasanya melibatkan data numerik atau berupa angka. Penelitian kuantitatif sangat sesuai untuk meneliti masalah yang jelas, populasinya luas, dan mempunyai tujuan untuk menguji hipotesis. Berkaitan dengan pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Teknik kuantitatif termasuk survei, eksperimen, analisis regresi, dan analisis statistik lainnya.

Dalam penelitian ini, kami menggunakan metode pengumpulan data survei atau kuisisioner yang dimana teknik sebar kuisisioner adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data numerik dari responden dalam populasi tertentu. Dalam metode ini, peneliti merancang kuisisioner yang terstruktur dengan baik untuk mengumpulkan informasi tentang variabel-variabel yang ingin diteliti. Kuisisioner tersebut kemudian disebar kepada sampel responden yang mewakili populasi yang lebih besar. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner secara tertulis atau online, sesuai dengan metode distribusi yang dipilih. Setelah kuisisioner dikumpulkan, data kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel, menguji hipotesis, dan menghasilkan temuan yang dapat diinterpretasikan secara ilmiah. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang kuat tentang fenomena yang diteliti dalam skala yang luas, dan hasilnya dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar.

Populasi dalam penelitian "Analisis Dampak Endorsment Selebriti terhadap Minat Beli Skincare pada Mahasiswa Manajemen Universitas Negeri Medan (Unimed)" adalah seluruh mahasiswa aktif program studi Manajemen di Universitas Negeri Medan (Unimed) pada tahun 2021 dan 2022. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik probability sampling, yaitu simple random sampling. Teknik ini dilakukan dengan cara pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau kelompok tertentu. Sampel penelitian ini berjumlah 30 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI NORMALITAS

Uji normalitas adalah sebuah uji statistik yang digunakan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal adalah distribusi yang terpusat di tengah, dengan sebagian besar data yang terkonsentrasi di sekitar titik tengah dan sebagian kecil yang tersebar di sekitar ujung atas dan bawah Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

H0: Distribusi populasi normal, jika nilai sig. > 0,05. Dan HO diterima

H1: Distribusi populasi tidak normal, jika nilai sig.< 0,05 dan HO di tolak.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TX
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	27.70
	Std. Deviation	4.527
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.084
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan output yang diperoleh terlihat bahwa nilai Asymp.Sig(2-tailed) adalah 0,200 lebih Besar dari 0,05 yang berarti Dampak endorsement dari selebriti berdistribusi normal.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TY
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.70
	Std. Deviation	3.798
Most Extreme Differences	Absolute	.105

	Positive	.081
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan output yang diperoleh terlihat bahwa nilai Asymp.Sig(2-tiled) adalah 0,200 lebih Besar dari 0,05 yang berarti Pengaruhnya terhadap minat beli berdistribusi normal.

UJI LINEARITAS

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	204.167	14	14.583	1.022	.482
	Linearity	70.921	1	70.921	4.968	.042
	Deviation from Linearity	133.246	13	10.250	.718	.723
Within Groups		214.133	15	14.276		
Total		418.300	29			

Berdasarkan nilai output yang diperoleh di atas, dapat diambil kesimpulan mengenai hasil uji linearitas yang mana disimpulkan melalui 2 cara, yaitu:

1. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) : Dari hasil output di atas, diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig yaitu $0,723 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel endorsment selebriti (X) dengan variabel Minat beli (Y).
2. Berdasarkan Nilai F : Dari hasil output di atas, diperoleh nilai F hitung adalah $0,484 < F$ tabel 4.20 yang mana nilai Fhitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel endorsement selebrity (X) dengan variabel Minat beli (Y).

UJI R

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-----------------	---	----------------------------

1	.412 ^a	.170	.140	3.522
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), TX

Berdasarkan tabel hasil output diatas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,412. Nilai R Square 0,170 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu $0,412 \times 0,412 = 0,169$ dibulatkan ke atas menjadi 0,170. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,412 atau sama dengan 41,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Endorsment selebrity (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Minat beli (Y) sebesar 41,2% . Sedangkan sisanya ($100\% - 41,2\% = 58,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Correlations

		TX	TY
TX	Pearson Correlation	1	.412*
	Sig. (2-tailed)		.024
	N	30	30
TY	Pearson Correlation	.412*	1
	Sig. (2-tailed)	.024	
	N	30	30

Berdasarkan hasil output analisis korelasi secara parsial yang diatas dapat disimpulkan bahwa diketahui nilai koefisien korelasi (Correlations) sebesar 0,412 (positif) dan nilai signifikansi adalah $0,00 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bawah ada hubungan yang positif dan signifikan antara Pengaruh endorsement selebrity dengan Minat beli. Sementara nilai correlations sebesar 0,412 ini termasuk ke dalam kategori korelasi Sedang.

Jadi, hasil analisis seluruh data diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara endorsement selebriti dengan minat beli. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat endorsement selebriti, semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa endorsement selebriti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengujian normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dengan nilai

Asymp.Sig(2-tailed) sebesar 0.200 yang lebih besar dari 0.05. Pengujian linearitas juga menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel endorsement selebriti (X) dan minat beli (Y), baik berdasarkan nilai signifikansi ($0.723 > 0.05$) maupun nilai F hitung ($0.484 < 4.20$). Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.412 atau 41.2% menunjukkan bahwa variabel endorsement selebriti berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 41.2%, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Untuk meningkatkan minat beli konsumen, perusahaan sebaiknya terus menggunakan strategi endorsement selebriti yang tepat. Pemilihan selebriti yang memiliki citra positif dan relevan dengan produk akan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, perusahaan sebaiknya terus menggunakan strategi endorsement selebriti yang tepat. Pemilihan selebriti yang memiliki citra positif dan relevan dengan produk akan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

Selain menggunakan selebriti, perusahaan juga dapat mempertimbangkan menggunakan micro-influencers atau orang-orang berpengaruh dalam komunitas tertentu yang lebih dekat dengan target pasar, untuk menambah variasi dan kedalaman dalam strategi pemasaran. Endorsement selebriti sebaiknya dikombinasikan dengan strategi pemasaran lainnya seperti diskon, promosi penjualan, dan program loyalitas untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan memaksimalkan hasil pemasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Handayani, A. S., & Astuti, R. D. (2016). Pengaruh endorsement selebriti terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 15-23.
- Kusumawati, R., & Utomo, I. W. (2017). Pengaruh endorsement selebriti terhadap minat beli kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 77-84.
- Lestari, S. P., & Suhartanto, D. (2018). Dampak endorsement selebriti terhadap minat beli produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(3), 295-309.
- Nurmalia, R., & Riandini, R. (2019). Pengaruh endorsement selebriti terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 63(2), 36-43.

- Pratiwi, D. P., & Lestari, S. P. (2020). Pengaruh endorsement selebriti terhadap minat beli pada produk skincare (Studi pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 95-105.
- Saragih, N., & Junaedi, M. F. (2017). Pengaruh kredibilitas selebriti endorser nasional vs internasional pada niat beli Luwak White Koffie. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 71-84.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi & aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu, Jilid I (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku konsumen (Teori dan penerapannya dalam pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.



Membangun Lingkungan Kerja Yang Ergonomis Pada PT Dwi Mitra Teknindo

Building An Ergonomic Work Environment At The Dwi Mitra Teknindo Company

Busyaro Hasab Najmi Hakim, Muhamad Mahmud Yusup

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga

Politeknik Negeri Bandung

busyaro.hasab.abs422@polban.ac.id, muhamad.mahmud.abs422@polban.ac.id

Alamat : Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : busyaro.hasab.abs422@polban.ac.id

Abstract. *An ergonomic work environment is designed to enhance the comfort, efficiency, and well-being of employees by optimizing the interactions between individuals and their workspaces. This approach encompasses the arrangement of furniture, the selection of equipment, and the configuration of the physical workspace to prevent musculoskeletal disorders, reduce fatigue, and improve productivity. Key elements include adjustable chairs and desks, proper lighting, adequate ventilation, and the strategic placement of computer monitors and keyboards. By incorporating ergonomic principles, organizations can mitigate the risk of repetitive strain injuries and other work-related ailments, fostering a healthier and more engaged workforce. The implementation of ergonomic solutions not only contributes to physical health but also supports mental well-being by reducing stress and enhancing overall job satisfaction. As a result, businesses benefit from increased employee performance, lower absenteeism, and a more positive organizational culture.*

Keywords : *Ergonomic, workplace, design, noise, productivity, health, culture*

Abstrak. Lingkungan kerja yang ergonomis dirancang untuk meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan kesejahteraan karyawan dengan mengoptimalkan interaksi antara individu dan ruang kerja mereka. Pendekatan ini meliputi penataan furnitur, pemilihan peralatan, dan konfigurasi fisik ruang kerja untuk mencegah gangguan muskuloskeletal, mengurangi kelelahan, dan meningkatkan produktivitas. Elemen kuncinya meliputi kursi dan meja yang dapat disesuaikan, pencahayaan yang tepat, ventilasi yang memadai, dan penempatan monitor komputer dan keyboard yang strategis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ergonomis, organisasi dapat memitigasi risiko cedera regangan berulang dan penyakit terkait pekerjaan lainnya, sehingga menciptakan tenaga kerja yang lebih sehat dan lebih terlibat. Penerapan solusi ergonomis tidak hanya berkontribusi terhadap kesehatan fisik tetapi juga mendukung kesejahteraan mental dengan mengurangi stres dan meningkatkan kepuasan kerja secara keseluruhan. Hasilnya, bisnis mendapatkan manfaat dari peningkatan kinerja karyawan, penurunan tingkat ketidakhadiran, dan budaya organisasi yang lebih positif.

Kata kunci : Ergonomis, tempat kerja, desain, kebisingan, produktivitas, kesehatan, budaya

PENDAHULUAN

Lingkungan kerja yang ergonomis merupakan fondasi bagi kesejahteraan dan produktivitas karyawan di suatu perusahaan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, suatu Perusahaan perlu menempatkan penerapan prinsip-prinsip ergonomi sebagai inti dari strategi manajemen sumber daya manusianya. Mereka perlu memahami bahwa karyawan yang merasa nyaman dan

didukung oleh lingkungan kerja yang sesuai dengan kebutuhan fisik dan psikologisnya akan cenderung lebih produktif dan berdaya tahan dalam menghadapi tuntutan pekerjaan.

Investasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang ergonomis bukan hanya sebatas kebutuhan akan kenyamanan, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi dan hasil kerja. Perusahaan harus menyadari bahwa upaya untuk memperhatikan aspek ergonomi di tempat kerja dapat memiliki dampak yang signifikan, mulai dari peningkatan produktivitas hingga pengurangan cedera kerja. Oleh karena itu, mereka tidak hanya melihat hal ini sebagai tanggung jawab moral, tetapi juga sebagai investasi jangka panjang dalam pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan.

Dalam artikel ini, akan dijelaskan bagaimana PT Dwi Mitra Teknindo membangun lingkungan kerja yang ergonomis. Langkah-langkah konkret yang diambil oleh perusahaan tersebut akan diuraikan, mulai dari desain ruang kerja hingga integrasi teknologi ergonomis. Selain itu, peneliti akan mengeksplorasi dampak positif yang dihasilkan dari upaya mereka, baik bagi karyawan secara individu maupun bagi keseluruhan organisasi.

Memperhatikan aspek-aspek yang memengaruhi kondisi lingkungan kerja, diharapkan PT Dwi Mitra Teknindo dapat menciptakan lingkungan yang tidak hanya produktif, tetapi juga mendukung kesejahteraan dan perkembangan karyawan secara holistic yang dapat meningkatkan hasil yang maksimal pada karyawan. Dalam konteks yang lebih luas, upaya suatu perusahaan ini juga menjadi bagian dari tren global di mana perusahaan semakin menyadari pentingnya mengutamakan kesejahteraan karyawan sebagai strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang.

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Definisi Lingkungan Kerja

Menurut Afandi (2016:51) Lingkungan kerja mencakup segala sesuatu di sekitar para pekerja yang bisa memengaruhi mereka dalam melaksanakan tugas-tugas mereka. Faktor-faktor ini termasuk suhu, kelembapan, ventilasi, pencahayaan, kebisingan, kebersihan tempat kerja, dan kecukupan alat-alat kerja.

Nitisemito (2015: 109) Menyatakan bahwa lingkungan kerja mencakup segala sesuatu di sekitar pekerja yang dapat memengaruhi mereka dalam menjalankan tugas-tugas. Contohnya termasuk kebersihan, musik, dan sebagainya. Karena hal-hal tersebut dapat berdampak pada pekerjaan yang dilakukan, setiap perusahaan harus berupaya agar faktor-faktor ini memberikan pengaruh positif bagi karyawan.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar pekerja dan dapat mempengaruhinya dalam melaksanakan tugasnya. Hal ini mencakup kondisi fisik tempat kerja, seperti suhu, kelembaban, ventilasi, pencahayaan, kebisingan, kebersihan dan peralatan kerja yang memadai. Lingkungan kerja juga mencakup kondisi non fisik seperti struktur organisasi, budaya kerja, hubungan pegawai dan kepemimpinan. Faktor-faktor ini dapat memengaruhi motivasi, produktivitas, dan kesehatan mental karyawan. Oleh karena itu, lingkungan kerja yang baik adalah lingkungan yang membantu karyawan bekerja dengan nyaman, aman dan efektif. Hal ini dapat dicapai dengan menciptakan kondisi material dan non material yang optimal bagi karyawan.

2.1.2 Jenis – Jenis Lingkungan Kerja

1. Lingkungan kerja fisik

Lingkungan kerja fisik adalah segala kondisi fisik yang ada di tempat kerja dan dapat mempengaruhi pekerja secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan kerja fisik dibedakan menjadi dua macam, yaitu: Lingkungan kerja yang berhubungan langsung dengan karyawan seperti area kerja, kursi, meja, dan lain-lain. Lingkungan perantara atau lingkungan umum juga dapat dianggap sebagai lingkungan kerja yang mempengaruhi kondisi manusia, misalnya suhu, kelembaban, sirkulasi udara, penerangan, kebisingan dan getaran mekanik, bau tidak sedap, warna, dan lain-lain.

2. Lingkungan kerja non fisik

Lingkungan kerja non fisik meliputi seluruh kondisi kerja yang berkaitan dengan hubungan kerja, baik hubungan dengan atasan, dengan rekan kerja maupun dengan derajat yang lebih rendah. Lingkungan kerja non fisik ini juga merupakan kelompok lingkungan kerja yang wajib dimiliki. Perusahaan harus mencerminkan kondisi yang mendukung kerjasama antara atasan, bawahan dan orang-orang yang mempunyai kedudukan yang sama dalam perusahaan.

Kondisi yang perlu diciptakan adalah suasana kekeluargaan, komunikasi yang baik dan kemandirian. Kondisi lingkungan kerja non fisik meliputi:

- a. Faktor lingkungan sosial Lingkungan sosial yang sangat mempengaruhi kinerja karyawan adalah konteks keluarga, yaitu situasi keluarga, jumlah anggota keluarga, tingkat kebahagiaan, dan lain-lain.
- b. Faktor status sosial Semakin tinggi kedudukan seseorang maka semakin besar pula kekuasaan dan kebebasan dalam mengambil keputusan.
- c. Unsur-unsur hubungan kerja di perusahaan Hubungan kerja di perusahaan adalah hubungan kerja antara pekerja dengan pekerja dan antara pekerja dengan atasan.
- d. Elemen sistem informasi Hubungan kerja akan baik apabila terjalin komunikasi yang baik antar anggota perusahaan.

Dengan komunikasi yang baik di lingkungan perusahaan, maka anggota perusahaan akan berinteraksi dan saling memahami dengan lebih baik, sehingga menghilangkan perselisihan dan kesalahpahaman.

2.1.3 Manfaat Lingkungan Kerja

Menurut Afandi (2016:57) Manfaat lingkungan kerja adalah menginspirasi semangat kerja, yang pada akan meningkatkan produktivitas. Ini berarti pekerjaan dapat diselesaikan dengan standar yang tepat dan dalam waktu yang ditetapkan.

Menurut Enny (2019:57) Manfaat lingkungan kerja adalah menciptakan semangat kerja yang menghasilkan peningkatan produktivitas dan kinerja. Bekerja dengan rekan-rekan yang termotivasi juga memberikan manfaat, karena pekerjaan dapat diselesaikan dengan akurat. Ini berarti pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar yang benar dan dalam waktu yang ditetapkan. Individu akan memantau prestasi kerjanya sendiri, mengurangi kebutuhan pengawasan yang berlebihan, dan semangatnya akan tinggi.

2.1.4 Indikator Lingkungan Kerja

1. Menurut Nitisemito (2012:159), indikator lingkungan kerja meliputi: Suasana Kerja, yang mencerminkan kondisi sekitar pegawai saat menjalankan tugas yang dapat mempengaruhi kinerja.

2. Hubungan antar rekan kerja merujuk pada hubungan yang harmonis dan bebas dari konspirasi antar rekan kerja. Salah satu faktor yang memengaruhi retensi pegawai dalam organisasi adalah hubungan yang harmonis antar sesama rekan kerja.
3. Hubungan antara Bawahan dan Pemimpin, khususnya hubungan yang baik dan harmonis antara pegawai dan pimpinan di tempat kerja, menjadi faktor penting yang mempengaruhi kinerja pegawai.
4. Ketersediaan fasilitas kerja mencakup kelengkapan peralatan yang digunakan untuk menjalankan operasi dengan baik. Ketersediaan fasilitas kerja yang lengkap harus mencakup semua proses pendukung, bukan hanya salah satu saja.

2.2 Konsep Ergonomi

Ergonomi adalah ilmu yang mempelajari interaksi antara manusia dan mesin, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan tujuan meningkatkan kinerja sistem secara keseluruhan. Asal katanya berasal dari bahasa Yunani, yaitu “ergos” yang berarti “kerja” dan “nomos” yang berarti “aturan”. Dalam istilah yang lebih spesifik, ergonomi mengacu pada penyesuaian pekerjaan atau tugas terhadap kapabilitas pekerja. Menurut Sitalaksana (1979), Ergonomi adalah cabang ilmu yang secara sistematis memanfaatkan informasi tentang sifat, kemampuan, dan keterbatasan manusia untuk merancang sistem kerja. Tujuannya adalah agar manusia dapat hidup dan bekerja dalam sistem tersebut dengan baik, mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif, aman, dan nyaman. Sementara itu Tarwaka (2004) mendefinisikan Ergonomi adalah ilmu, seni, dan penerapan teknologi yang bertujuan untuk menyesuaikan atau menyeimbangkan semua fasilitas yang digunakan, baik saat beraktivitas maupun beristirahat, dengan kemampuan dan keterbatasan fisik serta mental manusia, sehingga meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Dari dua definisi tersebut dapat disimpulkan ergonomi adalah suatu disiplin ilmu yang melibatkan pendekatan sistematis dalam memanfaatkan pengetahuan tentang karakteristik manusia untuk merancang lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan dan produktivitas dengan mengintegrasikan aspek fisik, psikologis, dan sosial manusia dengan fasilitas yang digunakan dalam aktivitas sehari-hari untuk menciptakan kondisi yang aman, nyaman, dan efisien agar manusia dapat mencapai tujuan pekerjaan dengan baik disertai adanya peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan.

2.2.1 Tujuan dan Manfaat Ergonomi

Menurut Tarwaka (2004), tujuan penerapan ergonomi di dunia kerja adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesejahteraan fisik dan mental dengan mencegah penyakit akibat kerja, mengurangi beban kerja fisik dan mental, serta mempromosikan kepuasan kerja.
2. Meningkatkan kesejahteraan sosial dengan memperbaiki kualitas kontak sosial, mengelola dan mengoordinasi kerja secara efektif, dan meningkatkan jaminan sosial baik selama masa produktif maupun setelahnya.
3. Menciptakan keseimbangan yang rasional antara berbagai aspek teknis, ekonomis, dan budaya dalam setiap sistem kerja, sehingga tercipta kualitas kerja dan kualitas hidup yang tinggi.

Sementara itu Pheasant (2003) menyebutkan beberapa manfaat ergonomi dalam pelaksanaan pekerjaan sebagai berikut :

1. Peningkatan hasil produksi yang menguntungkan secara ekonomi disebabkan oleh: meningkatnya efisiensi waktu kerja, peningkatan kualitas kerja, dan rendahnya tingkat pergantian karyawan.
2. Menurunnya kemungkinan terjadinya kecelakaan, yang mengurangi biaya pengobatan dan kebutuhan akan kapasitas darurat.
3. Penggunaan antropometri memungkinkan perencanaan atau desain pakaian kerja, ruang kerja, lingkungan kerja, peralatan atau mesin, dan produk konsumen.

2.2.2 Ruang Lingkup Ergonomi

Permasalahan ergonomi dibagi dalam beberapa kelompok ruang lingkup, yaitu:

1. **Antropometri.** Antropometri berkaitan dengan konflik dimensi antara ruang geometris fungsional dan tubuh manusia. Ini melibatkan pengukuran dimensi tubuh secara linear, termasuk berat dan volume, serta jarak jangkauan, tinggi mata saat duduk, dan lainnya. Masalah antropometri muncul dari ketidakcocokan antara dimensi tubuh dan desain ruang kerja. Solusinya adalah memodifikasi desain dan menyesuaikannya untuk kenyamanan.
2. **Kognitif.** Masalah kognitif muncul ketika beban informasi kerja terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan kebutuhan proses. Baik jangka pendek maupun jangka panjang, ini bisa menyebabkan ketegangan. Fungsi kognitif yang tidak optimal juga bisa menghambat performa.

Solusinya adalah melengkapi fungsi manusia dengan fungsi mesin untuk meningkatkan kinerja dan pengembangan pekerjaan.

3. **Muskuloskeletal.** Ketegangan pada otot dan sistem kerangka masuk dalam kategori ini. Hal ini dapat menyebabkan insiden kecil atau trauma kumulatif. Solusi untuk masalah ini adalah menyediakan alat bantu kerja atau mendesain ulang pekerjaan agar sesuai dengan batas kemampuan manusia.
4. **Kardiovaskular.** Masalah ini berhubungan dengan ketegangan pada sistem sirkulasi, termasuk jantung. Akibatnya, jantung harus memompa lebih banyak darah ke otot untuk memenuhi kebutuhan oksigen yang tinggi. Solusinya adalah mendesain ulang pekerjaan untuk melindungi pekerja dan melakukan rotasi pekerjaan.
5. **Psikomotor.** Masalah ini berhubungan dengan ketegangan pada sistem psikomotor, yang menunjukkan bahwa kebutuhan pekerjaan harus disesuaikan dengan kemampuan manusia dan menyediakan bantuan kerja untuk meningkatkan performa.

METODE PENELITIAN

Penelitian observasi merupakan salah satu metode penelitian yang efektif dalam menganalisis suatu objek. Dengan metode tersebut, peneliti dapat melihat secara langsung bagaimana kondisi suatu objek. Penelitian observasi yang dilakukan pada PT Dwi Mitra Teknindo membuat peneliti mendapatkan banyak informasi yang relevan dengan kondisi kantor Perusahaan tersebut. Informasi yang diperoleh berupa bentuk kantor, penyusunan meja kerja, dan faktor – faktor yang mempengaruhi kondisi kantor pada Perusahaan tersebut.

DISKUSI

Berdasarkan lingkungan kerja kantor PT Dwi Mitra Teknindo kami menganalisis beberapa hal dalam membangun lingkungan kerja yang ergonomis pada ruangan kantor seperti bentuk kantor, penyusunan meja kerja, dan factor yang mempengaruhi kondisi kantor. Berikut penjelasan mengenai masing – masing topik.

4.1. Bentuk Kantor

Bentuk kantor yang diterapkan oleh Perusahaan termasuk dalam kategori kantor terbuka, di mana tidak ada sekat-sekat atau pembatas lain yang memisahkan tempat kerja setiap pegawai. Dalam lingkungan kantor terbuka, setiap anggota tim atau karyawan bekerja dalam

satu ruangan yang luas dan terbuka, memungkinkan mereka untuk saling melihat satu sama lain dengan mudah. Konsep ini mendorong komunikasi dan kolaborasi yang lebih terbuka antarpegawai, menghapus hambatan-hambatan fisik yang dapat menghambat interaksi dan pertukaran ide. Dengan tidak adanya sekat-sekat, karyawan dapat dengan mudah berinteraksi satu sama lain, bertukar pikiran, dan bekerja sama dalam proyek-proyek yang melibatkan beberapa tim atau departemen. Selain itu, keuntungan dari kantor terbuka adalah penggunaan bersama peralatan kantor. Dalam lingkungan yang terbuka seperti ini, peralatan kantor seperti printer dan perangkat lainnya biasanya ditempatkan di area yang mudah diakses oleh semua karyawan, memudahkan kolaborasi dan aksesibilitas. Dengan demikian, kantor terbuka tidak hanya menciptakan suasana kerja yang inklusif dan terbuka, tetapi juga mendorong produktivitas dan kolaborasi yang lebih besar di antara karyawan.

4.2 Penyusunan Meja Kerja

Kantor Perusahaan tersebut menghadirkan dua konfigurasi yang berbeda di setiap lantainya. Di lantai pertama, meja kerja didesain dalam bentuk persegi panjang dengan kursi-kursi pegawai yang saling berhadapan. Dalam konfigurasi seperti ini, komunikasi antarpegawai lebih terbuka dan mudah terjadi. Dengan kursi yang menghadap satu sama lain, karyawan dapat dengan cepat berinteraksi, berdiskusi, dan berkolaborasi secara langsung tanpa hambatan. Ini menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan mendukung kolaborasi tim yang intensif.

Sementara itu, di lantai dua, setiap pegawai memiliki meja kerjanya sendiri yang menghadap ke satu arah. Meskipun lebih individualistik, pendekatan ini memberikan keuntungan dalam hal privasi dan fokus. Dengan setiap karyawan memiliki ruang kerja sendiri yang terfokus, mereka dapat lebih mudah memusatkan perhatian pada tugas-tugas mereka tanpa gangguan eksternal. Namun, penting untuk memastikan bahwa meskipun meja kerja berorientasi ke arah yang sama, tetap terbuka ruang untuk kolaborasi dan komunikasi antarkaryawan.

Dua konfigurasi ini mungkin mencerminkan kebutuhan dan preferensi yang berbeda di antara departemen atau tingkat organisasi yang berbeda. Meskipun berbeda dalam desain, kedua lantai tersebut tetap berusaha menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas, kolaborasi, dan kesejahteraan karyawan. Dengan memahami keunikan dan kebutuhan dari masing-masing lantai, Perusahaan dapat memastikan bahwa pengaturan kantor mereka sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis mereka.

4.3 Faktor yang mempengaruhi kondisi kantor

4.3.1 Cahaya

Cahaya memegang peranan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan produktif. Di kantor tersebut, setiap lantai memiliki dua sumber cahaya utama: cahaya alami dan cahaya buatan. Cahaya alami diperoleh dari sinar matahari yang memasuki ruangan melalui jendela-jendela pada pagi hari hingga sore hari. Keberadaan cahaya alami memberikan beragam manfaat, termasuk meningkatkan mood dan kesejahteraan karyawan, serta mengurangi kelelahan visual.

Sementara itu, cahaya buatan diperoleh melalui penerangan lampu yang terpasang di seluruh kantor. Lampu-lampu ini menyediakan sumber cahaya yang stabil dan konsisten, yang sangat berguna ketika cahaya alami tidak mencukupi, seperti pada malam hari atau di area dengan keterbatasan akses cahaya alami. Pemilihan lampu yang tepat juga dapat memengaruhi kenyamanan dan produktivitas karyawan, dengan memperhatikan faktor seperti kecerahan, warna cahaya, dan penyebaran cahaya yang merata.

Dengan memanfaatkan kedua sumber cahaya ini secara optimal, kantor tersebut dapat menciptakan lingkungan kerja yang seimbang dan nyaman sepanjang hari. Cahaya alami memberikan suasana yang segar dan menyegarkan, sementara cahaya buatan memberikan pencahayaan yang diperlukan untuk menjaga produktivitas dan kenyamanan kerja di berbagai kondisi. Kombinasi antara cahaya alami dan cahaya buatan merupakan strategi yang efektif dalam menciptakan lingkungan kerja yang ideal bagi karyawan di kantor tersebut.

4.3.2 Warna

Penggunaan warna pada suatu kantor dapat merangsang emosi dan otak manusia. Warna yang tepat untuk dekorasi, peralatan, dan ruang kerja akan menimbulkan kenyamanan serta peningkatan produktivitas kerja. Warna yang digunakan pada kantor tersebut yaitu putih. Manfaat penggunaan warna putih pada kantor tersebut memberikan beberapa manfaat seperti berikut.

- **Menciptakan Kesempatan Cahaya yang Lebih Baik**

Warna putih memiliki sifat yang mampu memantulkan cahaya dengan sangat baik. Ketika dinding dan ubin berwarna putih, cahaya alami dari jendela atau lampu akan dipantulkan

kembali ke dalam ruangan, menciptakan kesan ruang yang lebih terang dan terbuka. Ini membantu mengurangi ketergantungan pada pencahayaan buatan dan dapat mengurangi biaya energi.

- Memberikan Kesempatan untuk Eksplorasi Warna

Warna putih merupakan latar belakang netral yang cocok dengan hampir semua warna. Dengan demikian, penggunaan warna putih pada dinding dan ubin memberikan fleksibilitas untuk eksperimen dengan aksen warna yang berbeda. Misalnya, furnitur, dekorasi, atau elemen-elemen desain lainnya dapat ditambahkan untuk memberikan sentuhan warna yang lebih hidup tanpa khawatir akan benturan visual dengan warna dinding atau ubin.

- Menciptakan Tampilan yang Bersih dan Profesional

Warna putih sering kali dikaitkan dengan kesan kebersihan dan profesionalisme. Dinding dan ubin berwarna putih memberikan tampilan yang bersih dan rapi, memberikan kesan bahwa ruangan kantor terpelihara dengan baik. Ini penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang serius dan terorganisir, yang dapat meningkatkan citra perusahaan di mata karyawan dan pengunjung.

- Meningkatkan Persepsi Ruang yang Lebih Besar

Warna putih memiliki kemampuan untuk "membuka" ruang visual. Dinding dan ubin berwarna putih dapat memberikan kesan bahwa ruangan kantor lebih besar dan lebih luas daripada yang sebenarnya. Ini sangat berguna dalam ruangan yang relatif kecil atau sempit, di mana penggunaan warna-warna gelap dapat membuat ruangan terasa lebih sesak.

- Mendorong Fokus dan Konsentrasi

Warna putih memiliki sifat netral yang tidak mengganggu. Ini dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang tenang dan damai, yang mendukung fokus dan konsentrasi karyawan. Dengan latar belakang yang minim distraksi, karyawan cenderung lebih mudah untuk berpikir jernih dan menyelesaikan tugas-tugas mereka dengan efisien.

4.3.3 Udara

Udara memegang peranan krusial dalam kondisi fisik dan kenyamanan saat bekerja. Di kantor tersebut, udara merupakan salah satu faktor utama yang diperhatikan untuk menciptakan lingkungan kerja yang optimal. Ventilasi di kantor tersebut didukung oleh jendela-jendela, yang menjadi sumber utama udara segar dari luar ruangan. Jendela-jendela ini tidak hanya memberikan sirkulasi udara yang baik, tetapi juga memungkinkan masuknya cahaya alami dari matahari. Kehadiran udara segar dan cahaya alami memiliki beragam manfaat bagi karyawan.

Udara segar yang masuk melalui ventilasi jendela membantu menjaga kualitas udara di dalam ruangan dengan mengalirkan udara bersih dan mengeluarkan udara yang tercemar atau terasa pengap. Ini dapat mengurangi risiko terpapar polusi udara dalam ruangan dan meningkatkan kesehatan pernapasan karyawan. Selain itu, udara segar juga dapat meningkatkan tingkat konsentrasi dan kewaspadaan, serta mengurangi kelelahan yang disebabkan oleh udara yang kurang bersirkulasi.

4.3.4 Suara

Suara yang gaduh memang dapat menjadi gangguan serius bagi karyawan, terutama saat mereka sedang melakukan pekerjaan yang memerlukan tingkat konsentrasi tinggi. Di kantor tersebut, beberapa sumber suara gaduh telah diidentifikasi sebagai penyebab potensial ketidaknyamanan bagi karyawan. Suara dari luar jendela, misalnya, bisa datang dari lalu lintas kendaraan atau aktivitas luar ruangan lainnya. Selain itu, suara dari perangkat seperti printer dan televisi, terutama ketika sedang digunakan, juga dapat menjadi gangguan yang signifikan.

Meskipun suara dari luar jendela mungkin sulit untuk dihindari sepenuhnya, perusahaan belum menggunakan perabot atau perlengkapan lain yang dapat membantu mengurangi suara gaduh yang masuk ke dalam ruangan. Penggunaan material peredam suara pada jendela atau dinding, penggunaan karpet atau penyerap suara pada lantai bisa menjadi langkah-langkah yang efektif untuk mengurangi tingkat kebisingan.

Ketidakmampuan untuk mengurangi suara gaduh ini dapat berdampak negatif pada konsentrasi dan produktivitas karyawan. Karyawan mungkin kesulitan untuk fokus pada tugas-tugas mereka, dan hal ini dapat menghambat pencapaian tujuan kerja serta meningkatkan tingkat stres. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengidentifikasi dan mengatasi sumber suara gaduh di lingkungan kerja, demi menciptakan kondisi kerja yang lebih tenang, nyaman, dan produktif bagi semua karyawan.

5. Kesimpulan

Kantor yang memiliki lingkungan kerja yang ergonomis merupakan hal yang penting bagi karyawan dalam bekerja. Dalam membangun kondisi tersebut, perlu dilakukan analisis dan evaluasi terhadap kantor pada PT Dwi Mitra Teknindo. Peneliti memperoleh informasi yang dapat dijadikan evaluasi oleh Perusahaan mengenai tata letak kantor seperti bentuk kantor,

penyusunan meja kerja, dan faktor yang dapat mempengaruhi kondisi kantor pada Perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil analisis peneliti terhadap kantor pada PT Dwi Mitra Teknindo, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Bentuk Kantor

- Bentuk kantor yang digunakan pada Perusahaan tersebut termasuk ke dalam kategori kantor terbuka sehingga komunikasi dan kolaborasi antar karyawan lebih terbuka, selain itu juga dapat menghapus hambatan-hambatan fisik yang dapat menghambat interaksi dan pertukaran ide.

2. Penyusunan Meja Kerja

- Penyusunan meja kerja pada tiap lantai disusun berbeda. Pada lantai pertama, meja memiliki bentuk persegi panjang tanpa adanya pemisah yang berarti antar karyawan dapat duduk berhadapan yang dapat mendorong karyawan untuk lebih berinteraksi. Sedangkan pada lantai kedua, meja disusun menghadap ke satu arah yang berarti susunan meja pada lantai tersebut lebih individualistik; pendekatan ini memberikan keuntungan dalam hal privasi dan fokus.

3. Faktor yang Mempengaruhi Kondisi Kantor

- Cahaya: Kantor perusahaan memiliki dua sumber cahaya yaitu sumber alami dan buatan yang sudah memenuhi standar pencahayaan yang baik. Cahaya alami masuk melalui jendela besar, sementara pencahayaan buatan menggunakan lampu LED yang efisien.
- Warna: Warna dinding kantor menggunakan warna putih yang membuat ruangan lebih cerah dan terang, membantu meningkatkan suasana kerja yang nyaman dan produktif.
- Udara: Ruangan kantor memiliki jendela yang cukup untuk memberikan udara segar dari luar, yang sangat penting untuk kesehatan dan kenyamanan karyawan.
- Suara: Ruangan kantor memiliki beberapa sumber suara gaduh yang berasal dari jendela, televisi, dan printer. Ini dapat mengganggu konsentrasi karyawan dan perlu adanya solusi untuk mengurangi kebisingan tersebut.

4. Ergonomi dan Kesehatan Karyawan

- Penataan yang ergonomis penting untuk mengurangi risiko cedera dan meningkatkan kenyamanan karyawan. Perusahaan perlu mempertimbangkan penggunaan perabot yang mendukung postur tubuh yang baik dan penataan yang meminimalkan gerakan berulang yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan atau cedera.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, Pandi. (2018). Manajemen sumber daya manusia teori, konsep dan indikator. Pekanbaru: Zanafa Publishing.

Sedarmayanti. (2017). Manajemen sumber daya manusia. Bandung: Refika Aditama.

Sukanto, R., Indriyo, G. (2018). Manajemen produksi. Yogyakarta: BPFE.

Sunyoto, Danang. (2015). Penelitian sumber daya manusia. Jakarta: Penerbit PT. Buku Seru.

Winata, E. (2022). Managemen Sumberdaya Manusia Lingkungan Kerja. NTB: Penerbit P4I



Pengaruh Etos Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Mediasi Pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi

Christiani Br Pintubatu

Universitas Jambi

Rohman Wilian

Universitas Jambi

Alamat: JL. Jambi – Muara Bulian No.KM. 15, Mendalo Darat, Kec. Jambi Luar Kota,
Kabupaten Muaro Jambi, Jambi

Korespondensi penulis: christianipintubatu68@gmail.com, rohmanwilian@gmail.com,
dwi.kurniawan13@unja.ac.id

Abstrack This research aims to describe and determine the influence of work ethic on employee performance with work discipline as a mediating variable at the Jambi Province Regional Civil Service Agency. The analytical method used is quantitative analysis. The research population and sample were all employees at the Jambi Province Regional Civil Service Agency, totaling 81 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. The statistical analysis used is the Structural Equation Modeling (SEM) technique with Partial Least Square (PLS) as an analysis tool, using the SmartPLS 4 program. The results of the statistical analysis show that work ethic has a positive and significant effect on employee performance, work ethic has a positive and significant effect on work discipline, work discipline has a positive and significant effect on employee performance, and work discipline is able to mediate the influence between work ethic and employee performance. So it can be concluded that work discipline functions as a link between work ethic and employee performance. Employees who have a good work ethic will work with discipline following company regulations so that their performance will increase and have a positive impact. This helps the company achieve its targeted goals.

Keywords: Employee Performance, Work Ethics, Work Discipline

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai dengan disiplin kerja sebagai variabel mediasi pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian adalah seluruh pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi yang berjumlah 81 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert. Analisis statistik yang digunakan adalah teknik *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) sebagai alat analisis, menggunakan program *SmartPLS 4*. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap disiplin kerja, disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, dan disiplin kerja mampu memediasi pengaruh antara etos kerja terhadap kinerja pegawai. Sehingga dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja berfungsi sebagai penghubung antara etos kerja dan kinerja pegawai. Pegawai yang memiliki etos kerja yang baik akan bekerja dengan disiplin mengikuti peraturan perusahaan sehingga kinerja mereka akan meningkat dan berdampak positif. Hal ini membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang sudah ditargetkan.

Kata Kunci: Kinerja Pegawai, Etos Kerja, Disiplin Kerja

LATAR BELAKANG

Manajemen sumber daya adalah hal yang sangat penting diperhatikan dikarenakan sumbangannya sangat signifikan dalam menentukan keberhasilan dan kehidupan suatu perusahaan. Tujuan manajemen sumber daya manusia yaitu untuk mengelola manusia dari

kegiatan dan tanggung jawab operasionalnya. Perusahaan ingin memiliki sumber daya manusia unggul serta menyadari pentingnya pengelolaan dan berusaha untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas agar pegawai mampu bersaing dengan perusahaan lain secara efektif. Oleh karena itu, perusahaan akan membutuhkan pegawai yang berkompeten untuk mempertahankan, melestarikan atau meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Kinerja menurut Kasmir (2019), adalah hasil kerja yang dilakukan dan aktivitas kerja yang dilakukan dalam menyelesaikan tugas dan kewajiban tertentu dengan jangka waktu tertentu. Pegawai dapat memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan dengan bersikap antusias dan memiliki etos kerja yang kuat. Kesimpulannya bahwa kinerja merupakan pertimbangan penting karena kinerja yang kuat memungkinkan suatu perusahaan dapat mencapai tujuan sesuai targetnya. Kasmir (2017) mengatakan bahwa ada tujuh faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai yaitu: Budaya organisasi, motivasi kerja, lingkungan kerja, disiplin kerja, stress kerja, kepemimpinan, dan etos kerja. Dari seluruh variabel yang mempengaruhi kinerja pegawai, peneliti hanya berkonsentrasi pada dua variabel yaitu etos kerja dan disiplin kerja. Menurut kasmir (2019) kinerja karyawan diukur dengan menggunakan enam aspek dan indikator yaitu: kualitas (mutu), kuantitas (jumlah), waktu (jangka waktu) , kerja sama antar karyawan, penekanan biaya, dan pengawasan. Tentu saja dengan kinerja yang baik, maka sebagai pegawai yang memenuhi persyaratan perusahaan akan memenuhi standar kinerja yang telah ditetapkan perusahaan.

Pegawai dalam suatu perusahaan perlu memiliki etos kerja yang bermanfaat bagi perusahaan. Priansa (2018), mendefinisikan etos kerja sebagai keyakinan utama, tindakan, dan semangat kerja seseorang yang berkontribusi terhadap persepsi kerja sebagai hal baik yang meningkatkan kualitas hidup. Agar berhasil menggunakan sumber daya manusia dengan efektif, maka pegawai harus memiliki etos kerja yang baik terhadap perusahaan agar dapat mencapai target yang sudah ditetapkan. Sebaliknya memiliki etos kerja yang tidak baik dapat memungkinkan pegawai tidak bekerja sesuai keinginan pemimpin dan tidak dapat mencapai tujuan perusahaan. Menurut Priansa (2018) ada tiga faktor yang mengukur etos kerja yaitu: keahlian interpersonal, inisiatif dan dapat diandalkan. Tingginya etos kerja dapat meningkatkan kinerja pegawai di dalam perusahaan semakin baik. Sebaliknya jika etos kerja rendah maka kinerja pegawai di perusahaan akan menjadi rendah.

Untuk menjelaskan fenomena ini, peneliti menggunakan variabel disiplin kerja sebagai variabel pengantara. Disiplin di tempat kerja adalah pemahaman dan kesiapan mematuhi seluruh norma sosial dan aturan perusahaan yang berlaku (Hasibuan, 2017). Disiplin kerja yang

mencakup tanggung jawab, ketepatan waktu, dan kepatuhan terhadap peraturan, dapat menjadi faktor sebagai pengantara antara etos kerja dan kinerja. Disiplin kerja yang bagus dapat diwujudkan dalam taraf nyata dan dapat mengubah motivasi yang ditanamkan oleh etos kerja untuk meningkatkan kinerja. Tujuan penegakkan disiplin dalam sebuah organisasi/ perusahaan adalah untuk menjamin bahwa seluruh pegawai perusahaan secara sukarela dan bebas dari paksaan untuk mematuhi kebijakan yang berlaku perusahaan. Disiplin karyawan yang baik ditunjukkan dengan tingkat pemahaman karyawan yang tinggi dalam menaati kebijakan dan prosedur perusahaan, serta tujuan untuk meningkatkan produktivitas pegawai. Afandi (2021), mengungkapkan disiplin kerja adalah seperangkat petunjuk atau norma yang diberikan oleh manajemen perusahaan untuk pekerja dapat menaati peraturan yang berlaku dan melalui suatu proses akan dihasilkan perilaku yang menunjukkan prinsip – prinsip ketertiban dan kepatuhan.

Dari sudah dilakukannya penelitian di lapangan terhadap 10 pegawai Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi, sebagai survei awal dapat memberikan gambaran bahwa yang terlihat, ternyata pegawai menjadi faktor utama yang harus memiliki etos kerja yang baik dalam bekerja dan disiplin kerja dalam kegiatan berorganisasi. Berdasarkan dari hasil survey terlihat bahwa kinerja pegawai belum optimal dikarenakan 2,85% dengan masih ada pegawai yang tidak cekatan dan tepat sasaran untuk membuat laporan pekerjaan yang diberikan serta masih banyak juga pegawai yang tidak menyelesaikan tugasnya dengan waktu yang telah disepakati antara pemimpin dengan pegawai, etos kerja pegawai masih termasuk belum tinggi dimana ada 6,6% pegawai tidak memiliki kemauan keras dan masih menunda dalam menyelesaikan pekerjaannya serta masih ada pegawai yang tidak memiliki ide yang baru untuk meningkatkan kinerjanya dalam perusahaan, dan disiplin kerja pegawai masih kurang optimal dalam ketidakhadiran dimana masih ada pegawai yang tidak dapat datang tepat waktu saat jam kerja dimulai yakni sebesar 4%.

Dalam konteks permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah pertama untuk mendeskripsikan hubungan saling memengaruhi antara etos kerja, kinerja pegawai, disiplin kerja. Kedua, untuk menganalisis pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai. Ketiga, untuk menganalisis pengaruh etos kerja terhadap disiplin kerja. Keempat, untuk menganalisis pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai. Dan kelima, untuk menganalisis pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai dengan disiplin kerja sebagai variabel mediasi di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran etos kerja, kinerja pegawai, dan disiplin kerja di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi ?
2. Apakah etos kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi ?
3. Apakah etos kerja berpengaruh terhadap disiplin kerja di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi?
4. Apakah disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi ?
5. Apakah etos kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai dengan disiplin kerja sebagai variabel mediasi di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi ?

KAJIAN TEORITIS

Kinerja Pegawai

Kinerja menurut Kasmir (2019), adalah hasil kerja dan perilaku kerja yang dicapai dengan menyelesaikan tugas dan kewajiban yang diberikan dalam jangka waktu tertentu. Kinerja menurut Bernardin dan Russel (2015), adalah catatan hasil yang dicapai dari fungsi atau aktivitas pekerjaan tertentu selama periode waktu yang telah ditentukan. Bernardin dan Russel menekankan konsep kinerja sebagai produk kerja dan kontribusinya terhadap perusahaan. Menurut (Rachmawati 2017), seluruh perilaku pegawai menunjukkan bagaimana pegawai berusaha mencapai tujuannya, dan kinerja pegawai terwakili dalam setting dan kondisi kerja sehari – hari. Hasibuan (2017), kinerja adalah hasil kerja individu ketika melakukan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan berdasarkan persyaratan. Menurut Priansa (2017), kinerja dipahami sebagai output yang dihasilkan pegawai ketika menyelesaikan tugas dan bekerja dalam organisasi .

Etos Kerja

Etos didefinisikan dalam KBBI sebagai pandangan hidup unik yang dimiliki suatu kelompok sosial, sedangkan etos kerja didefinisikan seseorang atau kelompok yang memiliki ciri atau keyakinan sebagai semangat kerja. Etos kerja menurut Somantri (2019), pada dasarnya berfokus pada tujuan yang sama: sikap dasar manusia. Menurut Priansa (2018), agar dapat melakukan pekerjaan yang lebih baik pegawai harus memiliki semangat dalam bekerja dan menghasilkan nilai tambahan di tempat bekerja merupakan definisi dari etos kerja. Semangat

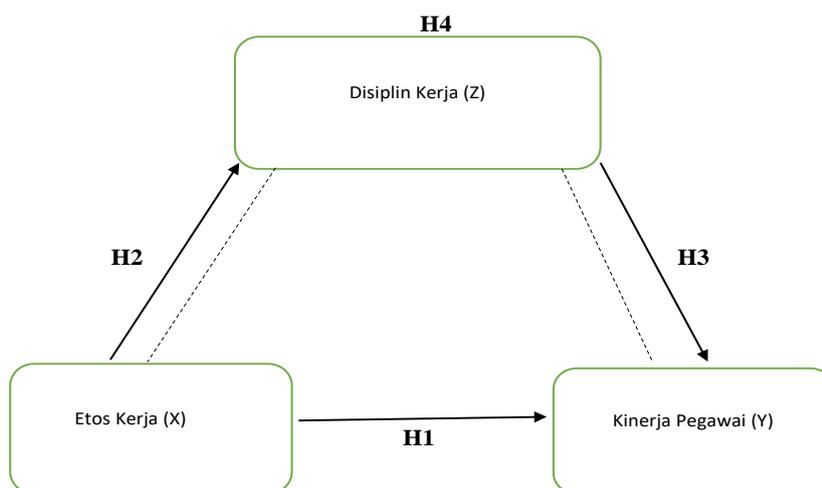
kerja yang dimiliki oleh individu atau sekelompok pekerja, hal ini didasarkan pada etika kerja dan sudut pandang yang dianggap dapat dicapai melalui ketekunan dan tindakan praktis di dalam lingkungan kerja dikenal sebagai etos kerja (Desmon Ginting 2016). Etos kerja adalah sekumpulan kebiasaan kerja tim yang kokoh, nilai – nilai inti, dan dedikasi yang tak tergoyahkan terhadap paradigma kerja yang penting. “Paradigma” mengacu pada gagasan sentral pekerjaan, yang terdiri dari cita – cita panduan, kriteria yang harus diikuti, sikap baru, dan idealisme yang mendasari. Standar tersebut meliputi sikap utama, gagasan mendasar, etika, moral, dan pedoman perilaku pegawai. Unsur – unsur inilah yang menjadi landasan keberhasilan (Sinamo, 2018).

Disiplin Kerja

Menurut (Afandi, 2019), pemimpin dapat memanfaatkan disiplin kerja sebagai teknik untuk menumbuhkan kesadaran individu dan keinginan untuk mengubah perilaku karyawan serta mematuhi kebijakan perusahaan dan norma sosial yang relevan. Disiplin kerja merupakan komponen penting manajemen sumber daya manusia dan merupakan ukuran seberapa akurat suatu organisasi memperbaiki informasi kinerja karyawan. Disiplin kerja menurut Sinambela (2017) adalah kemampuan individu untuk bekerja secara konsisten dan sungguh – sungguh sesuai dengan pedoman yang terkait tanpa bertentangan dengan norma. Disiplin kerja menurut Rivai (2019), merupakan alat pemimpin untuk berinteraksi dengan pegawai, memotivasi pegawai untuk mengubah sikap, dan memastikan bahwa pegawai mengikuti semua instruksi perusahaan dan melakukan hal yang benar. Pegawai dengan disiplin kerja dapat menjalankan tugasnya dengan lebih baik dan meningkatkan kinerjanya, sehingga meningkatkan efisiensinya. Disiplin harus diperhatikan agar kegiatan perusahaan berjalan dengan lancar dan tercapainya tujuan perusahaan. Oleh karena itu, alat yang digunakan pemimpin untuk berkomunikasi dan mendorong pegawai agar berubah adalah disiplin kerja. Menurut Hasibuan (2019), Kedisiplinan dapat berupa individu mengikuti seluruh arahan perusahaan dan standar sosial yang sesuai dengan keinginannya dan kesadarannya. Sebab itu, kunci dari kesuksesan perusahaan mencapai tujuannya adalah kedisiplinan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran model penelitian berikut ini diuraikan pada gambar berikut sebagai dasar pembuatan hipotesis, berdasarkan landasan teori, temuan, dan permasalahan penelitian sebelumnya:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019), hipotesis merupakan solusi sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang isi rumusannya diberikan dalam bentuk frase pertanyaan. Berikut hipotesis yang dibentuk dalam penelitian ini berdasarkan tinjauan teori yang telah disebutkan sebelumnya dan penelitian lainnya:

H1 : Diduga pengaruh Etos Kerja (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai(Y)

H2 : Diduga pengaruh Etos Kerja (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Disiplin Kerja (Z)

H3 :Diduga pengaruh Disiplin Kerja (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai(Y)

H4 : Diduga Disiplin Kerja (Z) mampu memediasi pengaruh antara Etos Kerja (X) terhadap Kinerja Pegawai(Y)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ditujukan untuk melihat pengaruh hubungan antar variabel yang saling berkaitan dengan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sebagai metodologi penelitiannya. Menurut Sugiyono (2019), menyatakan bahwa teknik penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini untuk meneliti populasi atau sampel tertentu karena data yang dikumpulkan bersifat numerik dan analisis statistik. Populasi yang digunakan adalah seluruh pegawai Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi, yang berjumlah 81 orang. Sesuai dengan Sugiyono (2019), ketika total populasi kurang dari 100 orang maka sampel yang digunakan adalah seluruh populasi. Pendekatan pengumpulan data meliputi kuesioner,

dokumentasi, dan observasi. Dat yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer, yang diperoleh langsung dari sumber pertama seperti hasil kuesioner, dan data sekunder berupa website objek penelitian sebagai data pendukung dan artikel. Alat pengolahan data yang digunakan adalah perangkat lunak SmartPLS 4 dengan menggunakan teknik Struktural Equation Model (SEM).

Pengukuran variabel yang dipakai adalah skala likert. responden akan memberi tanda silang untuk menjawab pernyataan peneliti. Berdasarkan jawaban mereka akan diberikan skor nilai. Peningkatan disusun dalam tingkat yang sama. Penerapan hipotesisnya adalah data analisis. Tujuannya untuk menjelaskan etos kerja (X1) terhadap kinerja karyawan (Y) ada tidaknya pengaruh dengan menggunakan variabel disiplin kerja (Z) sebagai mediasi. Prosedur pengujian hipotesis melibatkan analisis koefisien jalur yang mencakup parameter koefisien dan nilai signifikansi uji $t > 1,96$ dan $< 0,05$ maka signifikan dan nilai T-statistik $< 1,96$ dan P-Values $> 0,05$ maka tidak signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Profil	Keterangan	Jumlah Orang	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	41	50,6%
	Perempuan	40	49,4%
Jumlah		81	100%
Umur	<30 tahun	12	14,8%
	31-40 tahun	22	27,2%
	>41 tahun	47	58%
Jumlah		81	100%
Masa Kerja	<15 tahun	26	32,1%
	16-20 tahun	21	25,9%
	>21 tahun	34	42%
Jumlah		81	100%
Pendidikan Terakhir	SMA Sederajat	8	9,9%
	Diploma	10	12,3%
	S1	48	59,3%
	S2	15	18,5%
Jumlah		81	100%

Dari data yang terdapat pada tabel diatas, terlihat bahwa mayoritas adalah laki-laki. Dalam hal usiamenunjukkan bahwa mayoritas responden pegawai di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi berumur lebih dari 41 tahun. Sedangkan pada masa kerja menunjukkan bahwa mayoritas responden pegawai di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi memiliki masa kerja lebih dari 21 tahun dan dari segi pendidikan terakhir, mayoritas memiliki gelar sarjana (S1).

Cross Loading

Cara untuk menguji validitas dilakukan untuk cara melihat nilai Cross Loading dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai paling besar dengan nilai cross loading lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh dari sebagai berikut:

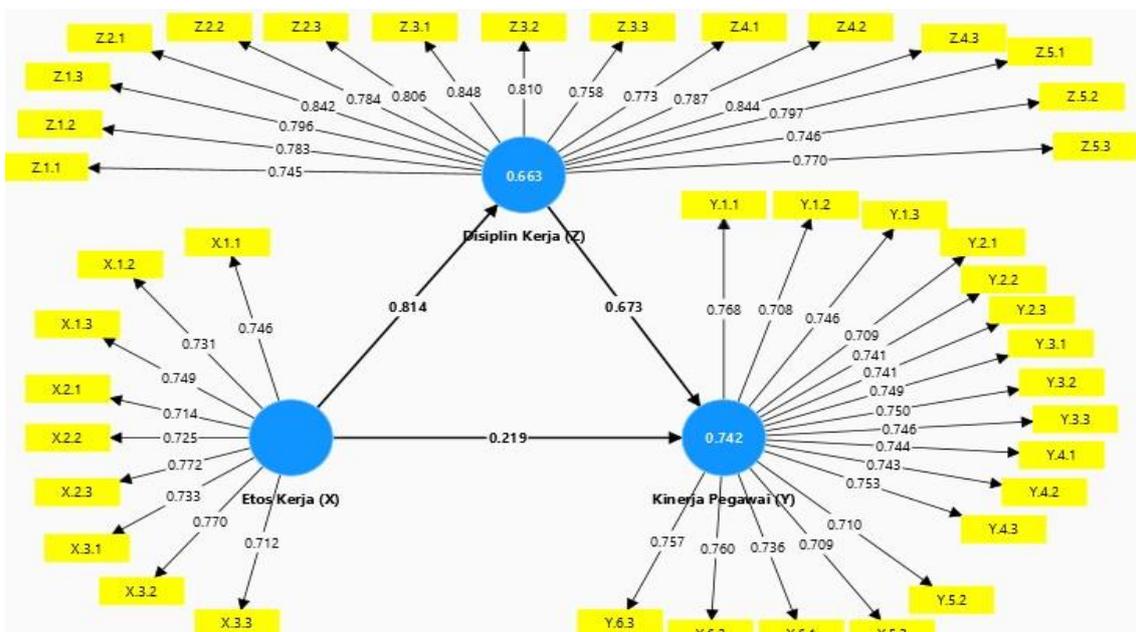
Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

	Variabel (Z)	Variabel (X)	Variabel (Y)
X.1.1	0.487	0.746	0.478
X.1.2	0.522	0.731	0.494
X.1.3	0.539	0.749	0.485
X.2.1	0.648	0.714	0.605
X.2.2	0.565	0.725	0.551
X.2.3	0.646	0.772	0.521
X.3.1	0.611	0.733	0.620
X.3.2	0.630	0.770	0.600
X.3.3	0.700	0.712	0.683
Y.1.1	0.703	0.750	0.768
Y.1.2	0.705	0.609	0.708
Y.1.3	0.583	0.472	0.746
Y.2.1	0.654	0.532	0.709
Y.2.2	0.605	0.513	0.741
Y.2.3	0.498	0.411	0.741
Y.3.1	0.657	0.565	0.749
Y.3.2	0.641	0.546	0.750
Y.3.3	0.609	0.523	0.746
Y.4.1	0.647	0.653	0.744
Y.4.2	0.674	0.634	0.743
Y.4.3	0.628	0.576	0.753
Y.5.2	0.540	0.516	0.710
Y.5.3	0.530	0.590	0.709
Y.6.1	0.629	0.571	0.736
Y.6.2	0.629	0.589	0.760
Y.6.3	0.693	0.509	0.757
Z.1.1	0.745	0.548	0.676
Z.1.2	0.783	0.616	0.694
Z.1.3	0.796	0.597	0.740
Z.2.1	0.842	0.686	0.761
Z.2.2	0.784	0.615	0.732
Z.2.3	0.806	0.621	0.716
Z.3.1	0.848	0.706	0.699
Z.3.2	0.810	0.686	0.649

Z.3.3	0.758	0.658	0.509
Z.4.1	0.773	0.623	0.582
Z.4.2	0.787	0.660	0.700
Z.4.3	0.844	0.720	0.665
Z.5.1	0.797	0.724	0.642
Z.5.2	0.756	0.539	0.646
Z.5.3	0.770	0.670	0.698

Convergent Validity

Model eksternal, tahap pertam penilaian validitas konvergensi, dievaluasi dengan model pengukuran menggunakan indikator refleksi berdasarkan korelasi antara skor item / skor komponen yang diestimasi oleh perangkat lunak *SmartPLS* (Versi 4). Reflektansi individu dikatakan tinggi jika korelasi dengan konfigurasi terukur lebih besar dari 0,70. Dalam penelitian ini, batas faktor paapran 0,70 ditetapkan sebagai yang digunakan.



Gambar 2. Outer Model

Berdasarkan pada model pengukuran diatas ada salah satu indicator yakni Y.51 yang di drop karena loading faktornya < 0,7. Setelah di drop maka gambar model diatas sudah memiliki variabel penelitian dengan loading factor > 0,7 sehingga dinyatakan signifikan atau memenuhi syarat convergent validity.

Uji Validitas dan Reabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kinerja Pegawai (Y)	0.948	0.949	0.954	0.547
Etos Kerja (X)	0.897	0.898	0.916	0.547
Disiplin Kerja (Z)	0.958	0.959	0.962	0.629

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil composite reliability dan cronchbach's alpha yang reliabel ketika nilai variabel lebih dari 0,80. Hal ini menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrument yang digunakan penelitian tinggi. Sehingga semua konstruk atau variabel pada penelitian ini baik dan pernyataan digunakan dalam mengukur masing-masing variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Salah satu cara untuk menilai validitas suatu konstruk adalah dengan melihat nilai AVE-nya. Suatu variabel dikatakan valid jika nilai AVE-nya lebih besar dari 0,50. dari tabel diatas menampilkan Variabel penelitian ini memiliki validitas konstruk yang baik karena seperti terlihat , semua varibael memiliki nilai AVE lebih dari 0,5.

Uji R-Square

	R-Square	R-Square adjusted
Kinerja Pegawai (Y)	0.742	0.735
Disiplin Kerja (Z)	0.663	0.659

Dari hasil uji tersebut bahwa kinerja pegawai mempunyai nilai *R-Square* sebesar 0.742. Nilai *R-Square* sebesar 0.742 menunjukkan bahwa faktor etos kerja mampu mempengaruhi kinerja pegawai sebesar 74,2% . Kemudian nilai *R-Square* variabel pada disiplin kerja 0.663 artinya variabel etos kerja mampu mempengaruhi variabel disiplin kerja sebesar 66,3% .

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bootsrapping

	Original sample (O)	Sample mean(M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Etos Kerja (X) → Kinerja Pegawai (Y)	0.219	0.219	0.111	1.967	0.049
Etos Kerja (X) → Disiplin Kerja (Z)	0.814	0.818	0.036	22.487	0.000
Disiplin Kerja (Z) → Kinerja Pegawai (Y)	0.673	0.677	0.097	6.958	0.000

Uji hipotesis specific indirect effect

	Original sample (O)	Sample mean(M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Etos Kerja → Disiplin Kerja → Kinerja Pegawai	0.548	0.553	0.083	6.606	0.000

Pada hasil uji hipotesis di atas, diketahui bahwa berdasarkan ketentuan $P\text{-Value} < 0,05$ dan $T\text{-Statistik} > 1,96$. dari Hasil pengujian hipotesis, diketahui koefisien jalur bernilai positif sebesar 0.219 artinya memiliki pengaruh positif. Nilai $p\text{-values}$ yang membentuk pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,049 dan nilai $t\text{-statistik}$ sebesar 1.967 dengan demikian hasil ini sesuai dengan aturan yang mana $p\text{-values} < 0,05$ dan $T\text{-Statistik} > 1,96$. Maka dapat dinyatakan bahwa etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima yang berbunyi etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Hasil pengujian hipotesis, diketahui koefisien jalur bernilai positif sebesar 0.814 artinya memiliki pengaruh positif. Nilai $p\text{-values}$ yang membentuk pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,000 dan nilai $t\text{-statistik}$ sebesar 22.487 dengan demikian hasil ini sesuai dengan aturan yang mana $p\text{-values} < 0,05$ dan $T\text{-Statistik} > 1,96$. Maka dapat dinyatakan bahwa etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap disiplin kerja pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima yang berbunyi etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap disiplin kerja.

Hasil pengujian hipotesis, diketahui koefisien jalur bernilai positif sebesar 0.673 artinya memiliki pengaruh positif. Nilai $p\text{-values}$ yang membentuk pengaruh etos kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,000 dan nilai $t\text{-statistik}$ sebesar 6.958 dengan demikian hasil ini sesuai dengan aturan yang mana $p\text{-values} < 0,05$ dan $T\text{-Statistik} > 1,96$. Maka dapat dinyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi. Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima yang berbunyi disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Hasil pengujian hipotesis, diketahui koefisien jalur bernilai positif sebesar 0.548 artinya memiliki pengaruh positif. Nilai $p\text{-values}$ yang membentuk pengaruh disiplin kerja dapat memediasi etos kerja terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 0,000 dan nilai $t\text{-statistik}$ sebesar 6.606 dengan demikian hasil ini sesuai dengan aturan yang mana $p\text{-values} < 0,05$ dan $T\text{-Statistik} > 1,96$. Maka dapat dinyatakan bahwa disiplin kerja dapat memediasi etos kerja

terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi. Hal ini berarti hipotesis keempat diterima yang berbunyi disiplin kerja mampu memediasi pengaruh antara etos kerja terhadap kinerja pegawai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pada variabel kinerja pegawai terdiri dari 6 dimensi utama yang menggambarkan bahwa pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi memiliki kategori tinggi. Etos kerja terdiri dari 3 dimensi utama yang menggambarkan bahwa pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi memiliki kategori tinggi. Pada variabel disiplin kerja terdiri dari 5 dimensi utama yang menggambarkan bahwa pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi memiliki kategori disiplin.
2. Etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi
3. Etos kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap disiplin kerja pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi
4. Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi
5. Disiplin kerja mampu memediasi pengaruh antara etos kerja terhadap kinerja pegawai pada Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Jambi

Saran

1. Pada variabel kinerja pegawai diketahui dimensi waktu mendapatkan skor terendah dibandingkan dimensi lainnya. Oleh karena itu, disarankan kepada pimpinan perlu memperhatikan pegawai dan tegas untuk waktu yang telah disepakati antara pemimpin dan pegawai serta lebih ditingkatkan lagi pengawasan terhadap pegawai.
2. Pada variabel etos kerja pada dimensi inisiatif, diharapkan instansi memberi pelatihan dan kesempatan untuk pegawai agar lebih bisa berpendapat untuk mengumpulkan ide - ide dari pegawai sehingga kemampuan dan keterampilan pegawai menjadi lebih baik, dan mendorong rasa semangat pegawai dengan memberikan apresiasi agar mereka berkomitmen untuk membuat perusahaan lebih maju dan baik.
3. Pada variabel disiplin kerja pada dimensi kehadiran mendapatkan skor terendah dari variabel lainnya. Oleh karena itu diharapkan pemimpin perlu adanya kebijakan yang tegas terhadap

pekerjaan dan waktu, membuat sanksi disiplin, dan memperhatikan keseriusan pegawai untuk bekerja.

DAFTAR REFERENSI

- Afandi, A. (2021). Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Terhadap Kinerja dengan Etos Kerja sebagai Variabel Mediasi di Kecamatan Lubuk Sikaping. *Jurnal Terapan Pemerintahan Minangkabau*, 1(1), 33–46. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v1i1.1872>
- Afandi, Pandi. 2016 . Concept & Indicator Human Resources Management For Management Research. Yogyakarta : Deepublish.
- Bernardin and Russel (Terjemahan Ruky). 2015. Manajemen Sumber Daya Manusi, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Ginting, Desmon. 2016. Panduan Menjadi Karyawan Cerdas. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Hasibuan, 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia.(Edisi 20). Jakarta, PT. Bumi
- Kasmir.(2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Definisi dan Konsep). Yogyakarta: CV.Andi.
- Masrifah, I. (2021). Pengaruh Etos Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Bekasi). *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 31–42. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i1.83>
- Michael Musyaffi, Ayatulloh, Hera Khairunnisa, And Dwi Kismayanti Respati.
“Konsep Dasar Structural Equation Model Partial Least (Sem-Pls) Menggunakan Smartpls,” 10. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022.
- Priansa, Donni Juni. 2018. Perencanaan & Pengembangan SDM. Bandung. Alfabeta.
- Rahmawati, D. A., & Gilang, A. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil (Studi Kasus Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Computech dan Bisnis*, 11(2), 79- 86.
- Rivai, Veithzal dan Sagala. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sinambela, P.L. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Bumi Aksara,
Jakarta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: alfabeta.

Kantor Bebas Stres: Memanfaatkan Desain Interior Ergonomis Untuk Mendukung Kesehatan Dan Kebahagiaan Pekerja

Stress-Free Office: Utilizing Ergonomic Interior Design To Support Employee Health And Well-Being

Aesta Khaerunnisa, Rintan Nurhayati Putri

¹aesta.khaerunnisa.abs422@polban.ac.id, ²rintan.nurhayati.abs422@polban.ac.id

Program studi D4 Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bandung

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : aesta.khaerunnisa.abs422@polban.ac.id

Abstract. *In the context of globalization and intense competition, the work environment is the key to organizational success. Employees, as key assets, must operate in an environment that supports physical and mental well-being. High target pressure often has a negative impact, making work stress a serious problem. The stress-free office concept emerged to create a work environment that is conducive to employee well-being, with Ergonomic Interior Design as an important element. This research uses literature studies to explore the application of Ergonomic Interior Design in supporting worker health and happiness. The results show that ergonomic design has a significant impact in creating a conducive work environment. Factors such as lighting, ventilation and efficient workspace layout have been proven to contribute to employee well-being. Challenges such as costs, awareness, and changes in organizational culture need to be addressed. This research emphasizes the importance of a deep understanding of the mechanisms of ergonomic design and its impact on employee well-being.*

Keyword: *Office, Ergonomic, Interior Design, Employee Well-being*

Abstrak. Dalam konteks globalisasi dan persaingan ketat, lingkungan kerja menjadi kunci keberhasilan organisasi. Karyawan, sebagai aset utama, harus beroperasi dalam lingkungan yang mendukung kesejahteraan fisik dan mental. Tekanan target yang tinggi seringkali berdampak negatif, membuat stres kerja menjadi masalah serius. Konsep kantor bebas stres muncul untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi kesejahteraan karyawan, dengan Desain Interior Ergonomis sebagai elemen penting. Penelitian ini menggunakan studi literatur untuk mendalami penerapan Desain Interior Ergonomis dalam mendukung kesehatan dan kebahagiaan pekerja. Hasil menunjukkan bahwa desain ergonomis berdampak signifikan dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Faktor seperti pencahayaan, ventilasi, dan tata letak ruang kerja yang efisien terbukti berkontribusi pada kesejahteraan karyawan. Tantangan seperti biaya, kesadaran, dan perubahan budaya organisasi perlu diatasi. Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman mendalam tentang mekanisme desain ergonomis dan dampaknya pada kesejahteraan karyawan.

Kata Kunci: Kantor, Ergonomis, Desain Interior, Kesejahteraan Karyawan

PENDAHULUAN

Dalam era ketatnya persaingan global dan tuntutan untuk terus meningkatkan produktivitas, lingkungan kerja telah menjadi landasan vital bagi keberhasilan sebuah organisasi. Di tengah tekanan untuk mencapai target yang ditetapkan dan memenuhi ekspektasi yang semakin tinggi, karyawan sering kali berhadapan dengan stres yang berpotensi merusak

Received Mei 01, 2024; Accepted Juni 05, 2024; Published Juli 31, 2024

* Aesta Khaerunnisa, aesta.khaerunnisa.abs422@polban.ac.id

kesehatan fisik dan mental mereka. Stres kerja, yang dapat timbul dari berbagai faktor seperti beban kerja yang berlebihan, kurangnya dukungan sosial, atau kurangnya kendali atas pekerjaan, telah diakui sebagai masalah serius yang dapat mengganggu kinerja, kreativitas, dan kesejahteraan secara keseluruhan.

Dalam menanggapi tantangan ini, konsep kantor bebas stres telah muncul sebagai pendekatan yang menitikberatkan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang mendukung kesejahteraan secara menyeluruh. Lebih dari sekadar menata ruang fisik kantor, konsep ini memperhitungkan kebutuhan psikologis dan fisik karyawan. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti tata letak ruangan yang terorganisir dengan baik, pencahayaan yang optimal, ventilasi yang memadai dan penggunaan peralatan kantor ergonomis. Keseluruhan dari faktor-faktor ini memiliki peran krusial dalam membentuk lingkungan yang kondusif bagi kesejahteraan karyawan.

Tata letak ruangan yang terorganisir dapat membantu karyawan fokus dan meningkatkan produktivitas. Pencahayaan yang optimal membantu menjaga kesehatan mata dan meningkatkan kewaspadaan. Ventilasi yang memadai memastikan sirkulasi udara yang baik dan terhindar dari polusi udara di dalam ruangan. Sedangkan, penggunaan peralatan kantor yang ergonomis dapat mencegah kelelahan fisik dan cedera akibat postur tubuh yang salah.

Dalam konteks ini, desain interior ergonomis telah menjadi sorotan utama, karena memperhitungkan prinsip-prinsip ergonomi yang berfokus pada kenyamanan dan kebutuhan fisik karyawan. Penerapan desain ergonomis membuka peluang bagi organisasi untuk mencapai produktivitas serta kesehatan dan kebahagiaan karyawan secara menyeluruh. Integrasi prinsip-prinsip ergonomi dalam desain ruang kerja memungkinkan organisasi untuk menciptakan atmosfer kerja yang ideal, di mana karyawan dapat mencapai performa terbaiknya sekaligus menjaga kesehatan fisik dan mental mereka.

Namun, ketika dihadapkan pada berbagai rintangan yang rumit dan selalu berubah di lingkungan kerja masa kini., penting untuk memahami bagaimana konsep kantor bebas stres dan prinsip-prinsip desain interior ergonomis dapat diintegrasikan secara efektif untuk menciptakan lingkungan kerja yang optimal. Oleh karena itu, penelitian dan diskusi tentang strategi implementasi dan manfaat yang diperoleh dari pendekatan ini menjadi semakin relevan dan penting bagi organisasi masa kini. Dengan memahami secara mendalam bagaimana desain interior ergonomis dapat menjadi kunci untuk menciptakan lingkungan kerja yang bebas stres, organisasi dapat merancang solusi yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas karyawan.

TINJAUAN TEORITIS

2.1. Konsep Kantor Bebas Stres

Konsep "Kantor Bebas Stres" telah menjadi topik yang semakin hangat diperbincangkan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini didorong oleh kesadaran akan dampak negatif stres terhadap kesehatan mental dan fisik karyawan, serta produktivitas perusahaan. Stres didefinisikan sebagai respons fisiologis dan psikologis terhadap tuntutan atau ancaman yang dirasakan. Ketika stres berkepanjangan, hal ini dapat menimbulkan berbagai konsekuensi negatif, seperti kecemasan, depresi, kelelahan, hingga penyakit fisik. Penelitian menunjukkan bahwa stres kerja merupakan salah satu faktor utama penyebab absen karyawan dan penurunan produktivitas. Sebuah studi oleh American Psychological Association menemukan bahwa stres kerja menelan biaya perusahaan di Amerika Serikat hingga \$300 miliar per tahun.

Faktor stress karyawan dapat disebabkan oleh banyak faktor, misalnya adalah tuntutan pekerjaan yang dapat berupa beban kerja yang tinggi, tenggat waktu yang ketat, atau konflik dengan rekan kerja. Solusi yang dibutuhkan untuk mengatasi tuntutan ini dapat berupa dukungan sosial dari rekan kerja dan supervisor, serta keterampilan dan pelatihan yang memadai. Karyawan yang mengalami tuntutan kerja tinggi dan keterampilan rendah lebih berisiko mengalami stres kerja. Sebaliknya, karyawan yang mengalami tuntutan kerja tinggi tetapi memiliki keterampilan yang memadai untuk mengatasinya, cenderung lebih mampu menghadapi stres dan bahkan merasa tertantang oleh pekerjaan mereka. Selain itu para pekerja dengan masa kerja yang lebih lama rentan mengalami stres kerja akibat rutinitas berulang yang membosankan dan dapat menimbulkan rasa jenuh. Beban kerja dan tanggung jawab yang meningkat seiring masa kerja pun turut memperparah kondisi ini. Kejenuhan ini muncul karena minimnya stimulasi baru atau *refreshing* dalam lingkungan kerja.

Konsep kantor bebas stres menekankan pentingnya membangun budaya kerja yang menunjang kebahagiaan dan kesehatan baik fisik maupun mental para karyawan. Dalam penelitian oleh Naufal (2020), Smith dan Johnson (yang dikutip dalam Tanaka et al., 2022) menyoroti perlunya lingkungan kerja yang mendukung baik secara fisik maupun psikologis untuk meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Mereka menegaskan bahwa kantor dengan karyawan yang lebih produktif akan menciptakan suasana kerja yang lebih baik secara keseluruhan. Studi oleh Rizky dan Wahyudi (2019) juga menyoroti pentingnya lingkungan kerja yang mendukung bagi kesejahteraan karyawan. Mereka menunjukkan bahwa stres kerja dapat berujung pada burnout, keadaan kelelahan fisik dan mental akibat stres kronis yang

berkepanjangan. Oleh karena itu, menciptakan lingkungan kerja yang bebas stres menjadi kunci untuk mencegah terjadinya burnout dan meningkatkan produktivitas.

Selain itu, penelitian lain oleh Tanaka et al. (2022) menekankan bahwa desain ruang kerja yang memperhatikan aspek ergonomis dapat mengurangi tingkat stres dan meningkatkan kinerja karyawan. Mereka menyatakan bahwa tata letak kantor yang memperhatikan prinsip-prinsip ergonomi dapat membangun lingkungan kerja yang lebih nyaman dan mendukung bagi kesehatan dan kesejahteraan karyawan. Dengan demikian, konsep kantor bebas stres bukan hanya sebuah idealisme, tetapi juga sebuah kebutuhan yang mendesak dalam membangun budaya kerja yang produktif.

2.2. Bentuk Ruang Kantor

Di dalam organisasi, baik swasta maupun pemerintahan, kantor menjadi elemen sentral. Kantor berperan sebagai pusat pengolahan informasi, mulai dari menerimanya, mencatatnya, mengolahnya, hingga mendistribusikannya kepada pihak yang memerlukan (Hidayat & Fauziah, 2021). Memilih layout kantor yang tepat merupakan langkah penting dalam menciptakan ruang kerja yang nyaman, produktif, dan efisien. Namun, sebelum Anda mulai menyusun layout, penting untuk mempertimbangkan bentuk fisik dari ruang kantor terlebih dahulu. Bentuk fisik ini akan mempengaruhi banyak aspek dari desain interior, termasuk jenis tata letak yang dapat diterapkan.

Ada beberapa jenis tata letak ruang kantor yang dapat dipertimbangkan saat merancang ruang kantor. Pertama, kantor terbuka. Bentuk ruang kantor ini cocok untuk ruang yang luas dan akan mendorong kolaborasi antar karyawan. Namun, kantor terbuka juga bisa menjadi bising dan mengganggu, sehingga perlu dipikirkan dengan matang. Selain itu terdapat bentuk ruang kantor tertutup, dimana bentuk ruang kantor ini memberikan privasi yang lebih besar kepada karyawan, ideal untuk pekerjaan yang membutuhkan fokus tinggi dan kurangnya gangguan. Selanjutnya, terdapat konsep kantor landscape yang menggabungkan elemen kantor terbuka dan tertutup untuk menciptakan lingkungan yang fleksibel sesuai dengan berbagai kebutuhan.

Ketika merencanakan furnitur untuk ruang kantor, perlu dipertimbangkan jumlah dan jenis furnitur yang sesuai dengan jenis tata letak yang dipilih. Untuk Kantor terbuka, diperlukan lebih banyak meja panjang dan kursi untuk mendukung kolaborasi antar karyawan. Sebaliknya dalam kantor tertutup, setiap karyawan membutuhkan meja dan kursi individual untuk menciptakan lingkungan kerja yang fokus dan pribadi. Sedangkan dalam konsep kantor

landscape, dibutuhkan kombinasi furnitur yang mencakup meja panjang untuk kolaborasi, meja individual untuk fokus kerja, dan area santai untuk relaksasi.

Pertimbangan terkait aspek kebisingan dan privasi juga memiliki peran penting dalam merancang lingkungan kerja yang optimal. Di dalam kantor terbuka, kontrol terhadap kebisingan menjadi aspek krusial untuk meminimalkan gangguan dan menjaga fokus karyawan. Sebaliknya, dalam kantor tertutup, privasi menjadi lebih terjamin, memberikan kesempatan bagi karyawan untuk bekerja tanpa gangguan eksternal yang signifikan. Namun, untuk kantor dengan konsep landscape, diperlukan desain yang cermat untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan privasi dan kolaborasi. Desain ini memungkinkan ruang kerja tetap terbuka untuk memfasilitasi interaksi antar karyawan, namun juga menyediakan ruang pribadi yang cukup untuk menjaga kenyamanan dan fokus individu. Dengan mempertimbangkan faktor kebisingan dan privasi ini, ruang kantor dapat dirancang sedemikian rupa sehingga mendukung produktivitas, kesejahteraan, dan kebahagiaan para pekerja.

2.3. Prinsip Desain Interior Ergonomis

Fokus utama ergonomi adalah manusia dan interaksinya dengan lingkungan sekitar. Penekanannya terletak pada aspek manusia dan bagaimana interaksinya dengan elemen-elemen disekitarnya dapat dioptimalkan (Andriani et al, 2017). Prinsip-prinsip interior ergonomis menjadi kunci dalam merancang ruangan kerja yang mendukung kesehatan dan kebahagiaan karyawan. Beberapa penelitian telah menyoroti prinsip-prinsip ini untuk menciptakan ruangan kerja yang optimal:

1. Pemilihan Kursi dan Meja Kerja

Pemilihan material yang nyaman dan perlengkapan kantor yang ergonomis juga merupakan faktor penting dalam mengurangi stress fisik dan mental. Penggunaan kursi berlapis bantalan dan dengan tinggi yang dapat disesuaikan memungkinkan karyawan menemukan posisi duduk yang ideal. Kursi yang mendukung tulang belakang dengan baik dan memiliki sandaran yang ergonomis dapat mengurangi ketegangan pada leher dan bahu, serta mencegah nyeri punggung bawah. Ini karena dukungan punggung yang baik membantu menjaga postur tubuh yang benar. Selain itu, permukaan meja yang cukup luas untuk menampung peralatan kerja dan memiliki ketinggian yang dapat disesuaikan juga sangat penting. Meja kerja yang dirancang dengan prinsip ergonomis tak hanya meningkatkan kenyamanan karyawan saat bekerja, tapi juga mendorong efisiensi dan menjaga kesehatan

2. Pencahayaan dan Ventilasi

Pencahayaan yang memadai dan ventilasi yang baik merupakan faktor penting dalam desain interior kantor yang ergonomis. Pencahayaan alami seperti sinar matahari yang cukup dapat membantu mengurangi kelelahan mata, meningkatkan konsentrasi, bahkan meningkatkan mood. Sementara ventilasi yang baik dapat meningkatkan kualitas udara di dalam ruangan, sehingga dapat meminimalisir risiko gangguan kesehatan seperti sakit kepala, alergi, dan gangguan pernapasan lainnya. Sirkulasi udara yang lancar juga membantu dalam menciptakan suasana ruangan yang sejuk dan bebas dari rasa pengap.

3. Tata Letak Ruang dan Mobilitas

Tata letak ruang kantor bukan hanya tentang estetika, tapi juga memiliki pengaruh besar terhadap interaksi dan produktivitas karyawan. Desain yang efisien dapat meningkatkan kolaborasi dan meminimalisir stres, sedangkan desain yang tidak tepat dapat memicu kebingungan dan menurunkan semangat kerja. Prinsip-prinsip ergonomis menjadi kunci dalam menciptakan tata letak ruang kantor yang ideal. Menempatkan area kerja dengan fungsi serupa berdekatan dan memastikan akses mudah ke peralatan kerja merupakan contoh penerapannya. Hal ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kepuasan kerja karyawan secara signifikan.

Pada era digital saat ini, hampir semua pekerjaan memerlukan penggunaan perangkat elektronik seperti komputer, monitor, dan perangkat lainnya. Menyediakan ruang yang cukup untuk perangkat ini, sekaligus memastikan posisi dan tata letaknya mendukung postur tubuh yang baik, membutuhkan perencanaan yang cermat. Kabel dan peralatan tambahan seperti printer dan server juga harus ditempatkan sedemikian rupa agar tidak mengganggu pergerakan dan aksesibilitas karyawan, namun tetap mudah dijangkau saat diperlukan.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip interior ergonomis ini, lingkungan kerja dapat dirancang untuk mengoptimalkan kesehatan, kenyamanan, dan produktivitas karyawan. Hal ini menegaskan pentingnya mengintegrasikan aspek-aspek ergonomis dalam perencanaan dan desain ruang kantor.

2.4. Tantangan dan Hambatan dalam Menerapkan Desain Ergonomis

Walaupun desain ergonomis sangatlah penting untuk membangun budaya kerja yang sehat dan menyenangkan, namun dalam penerapannya seringkali dihadapkan dengan berbagai tantangan dan hambatan seperti sebagai berikut:

1. Biaya Implementasi

Desain ergonomis sering kali memerlukan investasi awal yang lebih besar untuk membeli furnitur dan peralatan yang dirancang khusus untuk mendukung postur tubuh yang baik dan mengurangi kelelahan. Ini bisa menjadi kendala bagi organisasi dengan anggaran terbatas. Namun, bukan berarti desain ergonomis tidak dapat diterapkan dalam situasi ini. Organisasi dengan anggaran terbatas dapat mencari solusi kreatif dan inovatif untuk menerapkan desain ergonomis. Salah satu strategi yang efektif adalah memprioritaskan area yang paling berisiko. Hal ini dapat dilakukan dengan mengidentifikasi area kerja yang berpotensi menimbulkan masalah kesehatan muskuloskeletal. Dengan fokus pada area-area ini, organisasi dapat memanfaatkan anggaran sebaik mungkin. Selain itu, organisasi juga dapat mencari alternatif peralatan yang lebih murah namun tetap berkualitas. Saat ini, banyak tersedia pilihan peralatan ergonomis dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan melakukan riset dan perbandingan, organisasi dapat mengidentifikasi solusi yang ideal, sejalan dengan kebutuhan dan ketersediaan anggaran.

2. Kurangnya Kesadaran dan Pendidikan

Di era modern ini, banyak orang menghabiskan waktu berjam-jam di ruang kerja. Tak jarang, postur tubuh yang tidak ergonomis saat bekerja dapat menimbulkan berbagai masalah kesehatan, seperti nyeri otot, kelelahan, hingga cedera serius. Desain ergonomis hadir sebagai solusi untuk menciptakan ruang kerja yang nyaman dan aman bagi para pekerja. Namun, ironisnya, masih banyak organisasi dan individu yang belum menyadari pentingnya desain ergonomis dan manfaatnya bagi kesehatan dan kenyamanan kerja. Kurangnya pemahaman ini menjadi salah satu tantangan utama dalam menerapkan desain ergonomis di ruang kantor. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kurangnya kesadaran ini adalah minimnya edukasi mengenai desain ergonomis.

Baik organisasi maupun individu, masih banyak yang belum memahami prinsip-prinsip dasar desain ergonomis dan bagaimana menerapkannya dalam ruang kerja. Kurangnya edukasi ini dapat berakibat pada beberapa hal. Pertama, organisasi mungkin tidak mengalokasikan anggaran yang cukup untuk merancang dan menata ruang kerja secara ergonomis. Kedua, individu mungkin tidak mengetahui cara mengatur posisi duduk, ketinggian meja, dan penggunaan peralatan kerja yang ergonomis. Akibatnya, ruang kerja yang tidak ergonomis dapat menjadi tempat berkembangnya berbagai masalah kesehatan bagi para pekerja. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang desain ergonomis menjadi langkah penting untuk menciptakan ruang kerja yang lebih sehat, nyaman, dan produktif.

3. Perubahan Budaya Organisasi

Menerapkan desain ergonomis sering kali membutuhkan perubahan budaya dalam organisasi. Perubahan budaya organisasi ini melibatkan perubahan kebijakan, prosedur, dan perilaku karyawan. Hal ini dapat bertentangan dengan kebiasaan lama yang telah mengakar kuat dalam organisasi. Diperlukan waktu dan edukasi yang berkelanjutan untuk mengubah kebiasaan lama dan menumbuhkan budaya baru yang mendukung desain ergonomis. Edukasi dan pelatihan dibutuhkan untuk menyadarkan karyawan tentang manfaat desain ergonomis. Banyak karyawan yang belum memahami manfaat desain ergonomis bagi kesehatan, produktivitas, dan performa kerja mereka. Edukasi dan pelatihan yang tepat dapat membantu meningkatkan kesadaran dan mendorong karyawan untuk mendukung penerapan desain ergonomis.

Dukungan penuh dari pemimpin organisasi sangatlah krusial untuk mendorong perubahan budaya ini. Tanpa dukungan dari manajemen, penerapan desain ergonomis akan sulit untuk berhasil. Dukungan ini dapat ditunjukkan melalui kebijakan yang mendukung, menyediakan sumber daya yang diperlukan, dan memberikan contoh dan teladan yang baik bagi karyawan. Menerapkan desain ergonomis dalam organisasi bukanlah hal yang mudah. Diperlukan komitmen yang kuat dari semua pihak untuk mengatasi tantangan dan hambatan yang ada. Dengan komitmen dan kerjasama yang solid, desain ergonomis dapat diterapkan dengan sukses dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

4. Kesulitan Menyesuaikan dengan Kebutuhan Individu

Membuat ruang kerja ergonomis yang ideal bagi setiap individu bisa menjadi sebuah usaha yang rumit. Setiap individu memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda, dan menyesuaikan ruang kerja untuk semua individu bisa menjadi tantangan. Setiap orang memiliki postur tubuh, tinggi dan berat badan serta preferensi kenyamanan yang berbeda-beda. Misalnya, kursi kerja yang nyaman bagi seseorang dengan tinggi badan 160 cm mungkin tidak sesuai untuk orang dengan tinggi badan 170 cm. Perbedaan ini membuat desain tunggal sulit memenuhi kebutuhan semua pengguna.

Selain perbedaan fisik, ada juga variasi dalam cara orang bekerja dan beraktivitas. Beberapa orang mungkin lebih sering duduk, sementara yang lain mungkin sering berdiri atau bergerak. Pekerjaan yang berbeda memerlukan alat dan lingkungan kerja yang berbeda pula. Misalnya, seorang desainer grafis membutuhkan kursi dan meja yang mendukung penggunaan komputer dalam waktu lama, sementara pekerja pabrik mungkin memerlukan meja yang dapat disesuaikan tingginya untuk mendukung berbagai posisi kerja. Hal ini semakin sulit di lingkungan kerja yang heterogen, di mana terdapat banyak karyawan dengan berbagai

kebutuhan dan ukuran tubuh (Anggraini et al, 2020), Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan berbagai pilihan perabot dan peralatan dengan ukuran dan pengaturan yang berbeda, serta memberikan pelatihan kepada karyawan tentang cara menyesuaikan peralatan kerja dengan kebutuhan mereka.

5. Tantangan Teknis dan Desain

Menerapkan prinsip-prinsip ergonomis dalam desain kantor adalah langkah penting untuk meningkatkan kesehatan, produktivitas, dan kepuasan karyawan. Namun, proses ini tidaklah mudah dan menghadirkan berbagai tantangan teknis serta desain. Salah satu tantangan utama adalah menyesuaikan desain ruang kerja dengan pembatasan struktural bangunan yang ada. Setiap gedung memiliki batasan tertentu dalam hal ukuran, bentuk, dan tata letak yang dapat menghambat fleksibilitas dalam mendesain ruang kerja yang ergonomis. Misalnya langit-langit yang rendah dapat membatasi penempatan peralatan dan furnitur yang sesuai dengan prinsip ergonomis.

Aspek estetika juga merupakan elemen penting dalam desain kantor yang ergonomis. Karyawan cenderung merasa lebih nyaman dan termotivasi ketika bekerja di lingkungan yang menarik secara visual. Namun, menciptakan ruang yang estetis tanpa mengorbankan kenyamanan dan fungsionalitas adalah tantangan tersendiri. Misalnya, memilih furnitur yang ergonomis namun tetap stylish, serta memadukan warna dan pencahayaan yang dapat meningkatkan suasana kerja positif tanpa menimbulkan kelelahan mata. Desain interior yang baik harus mampu menggabungkan estetika dan ergonomi secara harmonis.

Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini secara kreatif dan cermat, dimungkinkan untuk merancang kantor yang tidak hanya ergonomis tetapi juga estetis. Pendekatan yang inovatif, seperti menggunakan furnitur modular yang dapat disesuaikan, memilih bahan bangunan yang fleksibel, dan menerapkan teknologi pintar untuk pencahayaan dan pengaturan suhu, dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang optimal.

Dengan memahami tantangan dan hambatan yang terkait dengan menerapkan desain ergonomis, organisasi dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi dan mengintegrasikan prinsip-prinsip ergonomis dalam lingkungan kerja mereka.

2.5. Rekomendasi dan Pedoman Praktis

Desain ergonomis merupakan kunci untuk menciptakan ruang kerja yang nyaman dan produktif. Dengan menerapkan desain ergonomis, organisasi dapat membantu meningkatkan

kesehatan, kesejahteraan, dan performa kerja para karyawannya. Berikut adalah beberapa rekomendasi dan pedoman praktis untuk membantu organisasi dalam menerapkan desain ergonomis:

1. Evaluasi Kebutuhan dan Preferensi Karyawan

Membangun lingkungan kerja yang ergonomis bukan hanya tentang estetika, tapi juga tentang kesehatan dan produktivitas karyawan. Sebelum merancang atau mengubah ruang kerja, penting untuk melibatkan karyawan dalam prosesnya. Umpan balik mereka sangatlah berharga untuk memahami kebutuhan dan preferensi ergonomis mereka. Melalui survei, wawancara, atau diskusi kelompok, kita dapat menggali berbagai informasi penting. Contohnya, karyawan dapat mengungkapkan keluhan mereka tentang postur tubuh yang tidak nyaman saat bekerja, kelelahan mata akibat pencahayaan yang kurang optimal, atau rasa pegal di tangan akibat penggunaan mouse yang tidak ergonomis. Dengan memahami permasalahan ini, kita dapat merancang solusi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan kenyamanan dan produktivitas karyawan dalam jangka panjang.

2. Penyuluhan dan Pelatihan Karyawan

Melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada karyawan tentang pentingnya ergonomi dan cara mengatur tempat kerja secara ergonomis dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman mereka. Penyuluhan dan pelatihan ini dapat mencakup berbagai topik penting, seperti teknik pengaturan meja kerja, penggunaan peralatan ergonomis, dan pencegahan cedera akibat postur yang buruk. Dengan mengadakan penyuluhan dan pelatihan ergonomi secara berkala, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya terhadap kesehatan dan kesejahteraan karyawan.

3. Menerapkan Standar Ergonomi yang Ditetapkan

Mengacu pada standar ergonomi yang telah ditetapkan, seperti ISO 9241, dapat membantu memastikan bahwa desain ruang kantor memenuhi persyaratan ergonomi yang diperlukan, sehingga dapat membantu karyawan meningkatkan produktivitasnya (Pribadi, 2018). Dengan mengikuti standar ergonomi, berbagai elemen ruang kantor seperti furnitur, pencahayaan, dan tata letak dapat dirancang untuk meminimalisir risiko kelelahan, cedera, dan ketidaknyamanan. Hal ini dapat membantu meningkatkan fokus, konsentrasi, dan kinerja karyawan dalam jangka panjang.

4. Desain yang Fleksibel dan Modular

Merancang ruang kantor dengan fleksibilitas dan modularitas dapat memungkinkan karyawan untuk menyesuaikan lingkungan kerja mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu mereka. Ini dapat mencakup penggunaan meja kerja yang dapat disesuaikan tingginya, kursi yang dapat disesuaikan, dan partisi yang dapat dipindahkan (Dewi et al, 2019).

Hal ini memungkinkan karyawan untuk menyesuaikan ruang kerja mereka dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing, sehingga dapat membantu karyawan untuk lebih fokus pada pekerjaan mereka dengan lebih efektif dan meningkatkan produktivitas.

5. Melakukan Evaluasi dan Perbaikan Berkelanjutan

Penting untuk terus melakukan evaluasi terhadap desain dan pengaturan ruang kantor serta mengidentifikasi area untuk perbaikan lebih lanjut. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti survei karyawan, pengamatan langsung, atau konsultasi dengan ahli ergonomi. Melalui survei karyawan, organisasi dapat memperoleh masukan langsung dari para pengguna ruang kantor. Mereka dapat ditanya mengenai tingkat kenyamanan, kemudahan akses, dan keefektifan ruang kantor dalam mendukung pekerjaan mereka. Selain itu, pengamatan langsung terhadap aktivitas karyawan di ruang kantor juga dapat membantu organisasi untuk memahami bagaimana karyawan menggunakan ruang kantor dan bagaimana mereka berinteraksi dengan furnitur dan peralatannya, dan organisasi dapat terbantu dari saran yang tepat dari ahlinya dalam menerapkan desain ergonomis.

Dengan mengikuti rekomendasi dan pedoman praktis ini, organisasi dapat memperbaiki desain dan pengaturan ruang kantor mereka untuk meningkatkan kesehatan, kenyamanan, dan produktivitas karyawan secara keseluruhan.

METODE

Untuk memahami konsep kantor bebas stres dan desain kantor ergonomis, penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Peneliti mengumpulkan berbagai sumber bacaan yang relevan, seperti jurnal ilmiah, artikel, dan buku. Kemudian, sumber-sumber tersebut disaring berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk memastikan kualitas dan relevansinya. Setelah itu, peneliti menganalisis makna dan temuan dari literatur yang telah dikumpulkan. Langkah selanjutnya adalah menggabungkan dan menafsirkan temuan-temuan tersebut untuk menghasilkan pemahaman yang utuh tentang konsep kantor bebas stres. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menjelajahi konsep secara mendalam dan komprehensif dengan memanfaatkan berbagai sumber informasi yang telah ada.

DISKUSI

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa desain interior ergonomis memainkan peran kunci dalam menciptakan kantor yang bebas stres. Pentingnya desain interior yang ergonomis tidak dapat diremehkan, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap produktivitas dan

kesejahteraan karyawan. Sebelum merancang tata letak ruang kantor, langkah pertama yang harus dilakukan adalah mempertimbangkan bentuk fisik ruang kantor itu sendiri. Bentuk fisik ini mempengaruhi banyak aspek desain, termasuk jenis tata letak yang bisa diterapkan. Terdapat beberapa bentuk ruang kantor yang dapat dipertimbangkan oleh suatu organisasi, yaitu bentuk ruang kantor terbuka, tertutup dan landscape.

Kantor terbuka adalah salah satu bentuk tata letak yang sering digunakan untuk ruangan yang luas. Keuntungan utama dari kantor terbuka adalah mendorong kolaborasi dan komunikasi antar karyawan. Dengan sedikit atau tanpa sekat, karyawan dapat berinteraksi dengan mudah, berbagi ide, dan bekerja sama dalam proyek dengan lebih efisien. Namun, meskipun kantor terbuka memfasilitasi kolaborasi, mereka juga bisa menjadi bising dan mengganggu. Kebisingan dan gangguan visual dari rekan kerja bisa mengurangi fokus dan produktivitas individu. Oleh karena itu, penting untuk mempertimbangkan elemen peredam suara dan pengaturan ruang yang strategis untuk mengurangi gangguan.

Di sisi lain, kantor tertutup menawarkan privasi yang lebih besar dan cocok untuk pekerjaan yang membutuhkan konsentrasi tinggi dan minim gangguan. Dalam kantor tertutup, karyawan memiliki ruang pribadi yang memungkinkan mereka untuk fokus pada tugas tanpa interupsi. Ini sangat bermanfaat untuk pekerjaan yang memerlukan konsentrasi tinggi, seperti analisis data atau penulisan laporan. Namun, kantor tertutup juga dapat mengisolasi karyawan, mengurangi peluang untuk kolaborasi dan komunikasi informal. Maka dari itu, penting untuk menyeimbangkan antara kebutuhan akan privasi dan kesempatan untuk berkolaborasi.

Konsep kantor landscape muncul sebagai solusi yang menggabungkan elemen kantor terbuka dan tertutup. Kantor landscape dirancang untuk menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel yang dapat disesuaikan dengan berbagai kebutuhan karyawan. Ini mencakup area terbuka untuk kolaborasi, serta ruang tertutup untuk pekerjaan yang membutuhkan privasi. Selain itu menurut Chaniago (2016), salah satu keuntungan dari penggunaan ruang kantor landscape ialah dapat mengurangi stres, dengan demikian, kantor landscape menawarkan yang terbaik dari bentuk ruang kantor terbuka dan tertutup karena dapat memungkinkan interaksi sosial yang mudah sambil tetap menyediakan ruang untuk fokus individu yang dapat menciptakan kantor bebas stress.

Setelah menentukan bentuk ruang kantor yang akan diimplementasikan, selanjutnya kita perlu memperhatikan pencahayaan. Pencahayaan terutama pencahayaan alami dapat mengurangi kelelahan mata, meningkatkan konsentrasi, dan bahkan meningkatkan mood karyawan. Kantor yang terang dan jelas membuat karyawan merasa lebih bersemangat dan siap untuk bekerja. Selain itu, pencahayaan buatan yang dapat disesuaikan juga penting untuk

memastikan lingkungan kerja yang nyaman sepanjang hari. Ventilasi yang baik juga memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat. Udara segar yang mengalir dengan baik dapat meningkatkan kualitas udara dalam ruangan dan mengurangi risiko masalah kesehatan seperti alergi dan infeksi saluran pernapasan. Jendela yang dapat dibuka, sistem ventilasi yang efisien dapat membantu memastikan kualitas udara yang baik.

Pencahayaan dan ventilasi dapat disesuaikan pada bentuk ruang kantor yang diterapkan. Untuk kantor terbuka, diperlukan pencahayaan yang merata dan aliran udara yang baik di seluruh area. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap bagian ruangan mendapatkan cahaya yang cukup dan sirkulasi udara yang optimal untuk kesejahteraan karyawan. Di sisi lain, dalam kantor tertutup, pencahayaan dan aliran udara dapat disesuaikan dengan kebutuhan setiap ruangan. Fleksibilitas ini memungkinkan penyesuaian yang lebih tepat sesuai dengan fungsi masing-masing ruang kerja. Sedangkan untuk konsep kantor landscape, dibutuhkan kombinasi antara pencahayaan alami dan buatan untuk memberikan suasana yang nyaman dan produktif di seluruh ruangan. Aliran udara yang lancar di seluruh area juga menjadi prioritas untuk memastikan kesejukan dan kenyamanan bagi para pekerja.

Selanjutnya, pemilihan material yang nyaman dan perlengkapan kantor yang ergonomis perlu diperhatikan untuk mengurangi stress fisik dan mental karyawan. Penerapan prinsip-prinsip ergonomis seperti kursi dengan tinggi yang dapat disesuaikan memungkinkan karyawan untuk menemukan posisi duduk yang ideal, menopang tulang belakang dengan baik, dan mengurangi ketegangan pada leher dan bahu. Kursi yang tidak dapat diatur ketinggiannya berpotensi menimbulkan masalah kesehatan bagi penggunanya. Kursi yang demikian membuat kaki tidak menapak lantai dengan sempurna, dan sudut lutut kaki dapat melebihi 90° . Posisi duduk yang tidak normal ini, jika dibiarkan dalam jangka waktu lama, dapat memicu penyakit.

Penyakit akibat kerja yang menyerang otot rangka pada karyawan perkantoran umumnya disebabkan oleh postur tubuh saat bekerja yang tidak tepat, gerakan yang berulang dan posisi diam dalam waktu lama (Ahmad, 2021). Jika kebiasaan ini terus menerus dilakukan dan diabaikan, maka dapat menimbulkan berbagai macam penyakit, salah satunya adalah Work-Related Musculoskeletal Disorders. Work-Related Musculoskeletal Disorders adalah sekelompok gangguan nyeri dan cedera pada otot, tendon, dan saraf yang disebabkan oleh pekerjaan.

Penerapan prinsip ergonomis pada meja juga perlu diperhatikan. Ketinggian meja yang ideal adalah ketika siku membentuk sudut 90° saat mengetik di keyboard dan kaki menapak rata di lantai dengan lutut membentuk sudut 90° . Hindari penggunaan bahan pada permukaan meja yang dapat memantulkan cahaya berlebih agar karyawan tidak terganggu, selain itu buat

permukaan meja cukup luas untuk menampung semua peralatan kerja yang dibutuhkan. Tambahkan juga penyangga kaki pada bagian bawah meja, dengan meninggikan kaki ke posisi yang lebih nyaman, penyangga kaki dapat membantu karyawan merasa lebih rileks dan nyaman saat bekerja.

Selain aspek fisik dari peralatan, desain interior ergonomis juga harus mempertimbangkan tata letak ruang kerja yang efisien. Tata letak yang baik memastikan bahwa semua peralatan kerja mudah diakses, mengurangi kebutuhan untuk bergerak secara berlebihan, dan mengedepankan kolaborasi antar karyawan. Misalnya, menempatkan printer, mesin fotokopi, dan alat tulis di area yang mudah dijangkau oleh semua karyawan dapat menghemat waktu dan tenaga karyawan, sehingga mereka dapat fokus pada pekerjaan inti mereka.

Tata letak ruang kerja yang efisien juga dapat mendukung interaksi sosial dan kerjasama antar karyawan. Penempatan meja kerja yang memungkinkan karyawan untuk saling melihat dan berkomunikasi tanpa harus bangkit dari tempat duduk mereka dapat meningkatkan interaksi dan kerja tim. Namun, penting untuk memastikan bahwa area kerja individu tetap cukup tenang untuk memungkinkan konsentrasi yang optimal. Ini bisa dicapai dengan menggunakan partisi yang dapat mengurangi gangguan suara dan visual.

Desain interior ergonomis tidak hanya memberikan kenyamanan fisik tetapi juga mendukung kesejahteraan mental karyawan. Ruang kerja yang dirancang dengan mempertimbangkan ergonomi dapat mengurangi stres dan meningkatkan kepuasan kerja. Lingkungan yang nyaman secara fisik, dengan akses mudah ke fasilitas yang diperlukan, membuat karyawan merasa dihargai dan diperhatikan. Ini menciptakan atmosfer kerja yang positif, yang dapat memicu motivasi dan produktivitas. Menurut Chaniago (2016), Layout kantor yang baik tidak hanya indah, tetapi juga fungsional dan mendukung produktivitas karyawan.

Karyawan yang diperlakukan dengan baik dan didukung di tempat kerja, memupuk loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Penting juga untuk melibatkan karyawan dalam proses perancangan ruang kerja. Mendengarkan umpan balik mereka tentang kebutuhan dan preferensi mereka dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih sesuai dan menyenangkan. Misalnya, beberapa karyawan mungkin memerlukan ruang tenang untuk pekerjaan yang membutuhkan konsentrasi, sementara yang lain mungkin membutuhkan ruang kolaboratif untuk proyek tim. Dengan mempertimbangkan kebutuhan individu ini, perusahaan dapat merancang ruang kerja yang lebih efektif dan memuaskan.

Pada akhirnya, desain interior ergonomis merupakan investasi jangka panjang yang membawa manfaat berkelanjutan bagi organisasi. Dengan membangun budaya kerja yang

menunjang kebahagiaan dan kesehatan para karyawan, perusahaan dapat meningkatkan meningkatkan performa karyawan, mengurangi absensi, dan mempertahankan karyawan terbaik. Lebih dari itu, lingkungan kerja yang positif merupakan cerminan budaya perusahaan yang mengutamakan kebahagiaan dan kepuasan karyawannya, hal tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik talenta terbaik.

Dalam menghadapi tantangan masa depan, perusahaan perlu terus beradaptasi dan meningkatkan lingkungan kerja mereka. Teknologi baru dan perubahan dalam cara kerja akan terus berkembang, dan desain interior yang ergonomis harus dapat beradaptasi dengan perubahan ini. Fleksibilitas dan inovasi dalam desain akan menjadi kunci dalam membangun ruang kerja yang dapat mendukung kinerja karyawan saat ini, bahkan juga siap menghadapi kebutuhan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kita melihat bahwa konsep kantor bebas stres bukan hanya sekadar sebuah idealisme, melainkan sebuah kebutuhan yang mendesak dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan berkelanjutan. Melalui pendekatan desain interior ergonomis, lingkungan kerja dapat disusun sedemikian rupa sehingga mendukung kesejahteraan fisik dan mental karyawan. Pemilihan bentuk ruang kantor yang sesuai dengan budaya dan kebutuhan suatu organisasi menjadi aspek penting sebelum menentukan aspek-aspek pendukung dalam menciptakan kantor bebas stres lainnya, seperti pencahayaan yang memadai, ventilasi yang baik, peralatan ergonomis dan tata letak ruang kerja yang efisien.

Melalui integrasi prinsip-prinsip ergonomis dalam perencanaan ruang kantor, organisasi mampu meningkatkan kinerja dan menurunkan tingkat stres para karyawan, serta memperbaiki retensi dan kebahagiaan karyawan secara keseluruhan. Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk memahami dan menerapkan konsep kantor bebas stres dan prinsip-prinsip desain interior ergonomis. Dengan melakukan investasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, organisasi dapat memperoleh manfaat jangka panjang berupa peningkatan produktivitas, kesejahteraan karyawan, dan kualitas kerja secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. F. (2021). Evaluasi Office Ergonomic di PT . NDM dengan Metode Rapid Office Strain Assessment (ROSA). 10(1), 15–19.
- Andriani, M., Dewiyana, & Erfani E. (2017). Perancangan Ulang Egrek Yang Ergonomis Untuk Meningkatkan Produktivitas Pekerja Pada Saat Memanen Sawit. Jurnal

- Integrasi Sistem Industri, 4 (2), 119-128.
- Anggraini, D., Aprilianti, N., & Purwanti, H. (2020). Dampak Penerapan Ergonomi pada Perancangan Tata Letak Ruang Kantor Terhadap Produktivitas dan Kesejahteraan Karyawan di Era New Normal. *Jurnal Ergonomi Indonesia*, 6(1), 45-52.
- Bidang Teknik Industri, 6(2), 122-126.
- Chaniago, H. (2016). *Manajemen Kantor Kontemporer*. In Bandung: Akbar Limas Perkasa, CV.
- Dewi, T. S., Dewi, T. S., Setyowati, Y., Astuti, E. D., & Nurhayati, R. (2019). Implementasi Desain Human-Centered Workplace untuk Meningkatkan Kesejahteraan dan Produktivitas Karyawan. *Jurnal Ergonomi Indonesia*, 8(2), 73-82.
- Gibson, J., & Cook, J. (2019). Designing workspaces that move us: A systematic review of the ergonomics literature on flexible office environments. *Ergonomics*, 62(1), 27-53.
- Harkness, S. (2023). Designing inclusive workspaces for diverse employees: An ergonomic approach. *Ergonomics*, 66(4), 479-490.
- Hidayat, R., & Fauziah, N. (2021). Peran Kantor sebagai Pusat Pengolahan
- Houdmont, J., & McIntyre, S. (2017). Occupational Health Psychology: European Informasi dalam Organisasi. *Journal of Office Management*, 10(2), 120-130.
- Jamal, J., Zulkarnain, Z., & Novrikasari, N. (2023). Analisis Faktor Risiko Stres Kerja Pada Pekerja Welder. *Jurnal Kesehatan*, 14.
- Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam*
- Khasawneh, S., Al-Tamimi, S., & Al-Dabagh, A. (2022). The Impact of Ergonomic Office Furniture on Employee Well-being and Productivity. *International Journal of Human Factors and Ergonomics*, 3(2), 5-12.
- Meningkatkan Kenyamanan dan Kesehatan Kerja. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 13(1), 34-40.
- Mindhayani, I. (2020). Pengaruh Desain Interior Ergonomis pada Mood Karyawan.
- Naufal, M. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan. *Jurnal Manajemen Kinerja*, 12(1), 45-60.
- Penilaian Risiko Ergonomi Pada Lingkungan Kerja Perkantoran Menggunakan Metode Rapid Office Strain Assessment (ROSA). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(3), 246-255.
- Perspectives on Research, Education and Practice (Vol. 3). Springer.
- Pramono, T., Sayuti, A. M., Gaffar, M. R., & Puspitaningrum, R. A. (2022).
- Pribadi, A., dkk. (2018). Pentingnya Ergonomi dalam Desain Ruang Kantor untuk

- Purbasari, A. (2019). Analisis Postur Kerja Secara Ergonomi Pada Operator Pencetakan Pilar Yang Menimbulkan Risiko Musculoskeletal. *Sigma Teknika*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.33373/sigma.v2i2.2064>
- Putra, A. B., & Aryanny, E. (2024). PENERAPAN KONSEP “5S” UNTUK MENCIPTAKAN LINGKUNGAN KERJA YANG ERGONOMIS DI PT. SRI YOGYAKARTA. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 2(1), 335-343.
- Rizky, A., & Wahyudi, T. (2019). Stress Kerja dan Burnout pada Karyawan: Sebuah Tinjauan. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 15(3), 235-250.
- Smith, J., & Johnson, L. (2022). Workplace Wellness: Enhancing Employee Motivation and Productivity. Dalam Tanaka, H., et al. (Eds.), *Advances in Workplace Psychology* (hlm. 50-70). New York: Academic Press.
- Tanaka, H., et al. (2022). Ergonomic Workplace Design and Its Impact on Employee Performance. *Journal of Occupational Health*, 20(4), 310-325.



Optimasi Layanan Aplikasi Digital Pasca Pandemi Melalui Kolaborasi Organisasi Gojek-Tokopedia

Achmad Yudhistira Mutho'a
Universitas Semarang

Muhammad Fais Zalfa Ramadhan
Universitas Semarang

Muhammad Rif'an
Universitas Semarang

Alamat: Jl. Soekarno Hatta, RT.7/RW.7, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50196

Korespondensi penulis: achmadyudhis9@email.com

Abstract: *The COVID-19 pandemic has profoundly changed the business landscape, especially in the use of digital applications. During the pandemic period, digital applications have become the main means for individuals and organizations to stay connected, transact and carry out various activities. However, the pandemic has also exposed several weaknesses in digital application infrastructure and services, such as reduced performance and weaknesses in data security. In facing these challenges, inter-organizational collaboration becomes increasingly important. Such collaboration can help in establishing new industry standards and increase user confidence. On the other hand, innovation in digital application services is also key in meeting user needs after the pandemic. The impact of post-pandemic organizational changes also affects application usage patterns and demand for digital services. This research uses a quantitative survey method by collecting data through questionnaires to understand user attitudes and perceptions towards post-pandemic digital application services.*

Keywords: *Service innovation, Post COVID-19 Pandemic, Digital Transformation, Organizational Collaboration.*

Abstrak. Pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap bisnis secara mendalam, terutama dalam penggunaan aplikasi digital. Selama periode pandemi, aplikasi digital menjadi sarana utama bagi individu dan organisasi untuk tetap terhubung, bertransaksi, dan menjalankan berbagai aktivitas. Namun, pandemi juga mengungkapkan beberapa kelemahan dalam infrastruktur dan layanan aplikasi digital, seperti penurunan kinerja dan kelemahan dalam keamanan data. Dalam menghadapi tantangan ini, kolaborasi antar-organisasi menjadi semakin penting. Kolaborasi tersebut dapat membantu dalam membangun standar industri yang baru dan meningkatkan kepercayaan pengguna. Di sisi lain, inovasi layanan aplikasi digital juga menjadi kunci dalam memenuhi kebutuhan pengguna pasca pandemi. Dampak perubahan organisasi pasca pandemi juga mempengaruhi pola penggunaan aplikasi dan permintaan layanan digital. Penelitian ini menggunakan metode survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner untuk memahami sikap dan persepsi pengguna terhadap layanan aplikasi digital pasca pandemi.

Kata kunci: Inovasi layanan, Pasca Pandemi COVID-19, Transformasi Digital, Kolaborasi Organisasi.

LATAR BELAKANG

Pandemi COVID-19 telah mengubah lanskap bisnis secara mendalam, terutama dalam penggunaan aplikasi digital. Selama periode pandemi, aplikasi digital menjadi sarana utama bagi individu dan organisasi untuk tetap terhubung, bertransaksi, dan menjalankan berbagai aktivitas. Penggunaan aplikasi digital meningkat secara signifikan karena adopsi model kerja jarak jauh, belanja online, dan layanan kesehatan digital. Kondisi ini mempercepat adopsi teknologi digital secara global, dengan transformasi digital yang biasanya memakan waktu

bertahun-tahun terjadi hanya dalam beberapa bulan selama pandemi. Transformasi digital telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari bagi semua individu, karena hampir setiap aktivitas saat ini bergantung pada penggunaan teknologi digital. Proses ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan atau memodifikasi model bisnis, budaya organisasi, dan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan efisiensi, nilai, dan keunggulan kompetitif, baik itu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan, organisasi, maupun masyarakat Indonesia secara spesifik, maupun secara global (McKinsey dalam Wijoyo, 2021).

Dalam konteks layanan digital, terjadi perubahan signifikan yang didorong oleh peningkatan permintaan terhadap layanan daring dan kebutuhan adaptasi oleh berbagai sektor industri. Transformasi digital yang cepat ini telah memaksa banyak perusahaan untuk berinovasi dan berkolaborasi guna memenuhi ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Salah satu fenomena menarik adalah kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia, yang bersatu dalam entitas baru bernama GoTo. Perusahaan-perusahaan terpaksa beralih ke model bisnis yang lebih digital untuk mempertahankan operasional dan memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah. Hal ini melibatkan penggunaan teknologi seperti aplikasi mobile dan e-commerce, yang memungkinkan interaksi dan transaksi tanpa kontak fisik.

E-commerce adalah cara berbelanja dan berdagang secara online yang menggunakan internet dan mencakup situs web atau aplikasi yang menyediakan layanan pengiriman. Teknologi informasi saat ini berkembang pesat dan mempengaruhi kehidupan manusia. Pembelian dan penjualan secara digital dengan konsumen atau bisnis melalui jaringan elektronik dikenal sebagai e-commerce. Beberapa pusat perdagangan online yang sedang berkembang di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Di antara pusat perdagangan online tersebut, Tokopedia, yang merupakan produk Indonesia, sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia (Aji, 2023).

KAJIAN TEORITIS

Kolaborasi antara organisasi besar seringkali diperlukan untuk mencapai skala ekonomi dan inovasi yang lebih tinggi. Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia resmi menghasilkan pembentukan GoTo sebagai grup teknologi terbesar di Indonesia, menyediakan ekosistem andal sebagai solusi untuk kebutuhan sehari-hari. Pembentukan Grup GoTo merupakan kolaborasi terbesar antara dua perusahaan internet dan layanan media di Asia hingga saat ini. GoTo menggabungkan kekuatan kedua perusahaan teknologi ini untuk menciptakan solusi yang unik dan saling melengkapi secara global, dengan mengintegrasikan layanan e-commerce, pengiriman barang dan makanan, transportasi, serta keuangan (Dwinarko, 2022).

Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia merupakan contoh nyata di mana dua platform besar di Indonesia bergabung untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menawarkan layanan yang lebih terpadu kepada konsumen.

Optimasi layanan digital melibatkan peningkatan kualitas dan efisiensi layanan yang ditawarkan melalui platform digital. Ini mencakup berbagai aspek seperti pengalaman pengguna, kecepatan layanan, integrasi sistem, dan personalisasi layanan. Menurut Kotler dan Keller, perusahaan perlu terus berinovasi dalam menawarkan nilai kepada pelanggan untuk tetap relevan dan kompetitif yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakannya. Dengan adanya kolaborasi seperti GoTo, potensi untuk mengoptimalkan layanan melalui integrasi teknologi dan proses operasional menjadi lebih besar (Azmiatun, 2022).

Pembentukan GoTo merupakan langkah strategis untuk menggabungkan kekuatan dua perusahaan besar dalam ekosistem digital Indonesia. Gojek, dengan kekuatannya dalam layanan transportasi dan logistik, serta Tokopedia, dengan dominasinya dalam e-commerce, menciptakan sinergi yang bertujuan untuk menyediakan layanan yang lebih lengkap. Gojek dan Tokopedia bekerja sama dan berinovasi dengan melakukan merger menjadi GoTo, yang merupakan langkah strategis dalam membangun citra perusahaan baik di tingkat nasional maupun internasional. Murray dan Grimsley menyatakan bahwa strategi di semua level melibatkan perencanaan tujuan, konsep, dan penggunaan sumber daya dalam batas risiko yang dapat diterima untuk mencapai hasil yang lebih menguntungkan daripada yang mungkin terjadi secara kebetulan atau dilakukan oleh pihak lain (Yarger dalam Dwikarno, 2022).

Dalam hal ini, kolaborasi antar-organisasi menjadi semakin penting dengan bekerja sama, organisasi dapat memanfaatkan keahlian dan sumber daya yang ada untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi digital pasca pandemi. Kolaborasi antar-organisasi dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari pengembangan teknologi baru hingga pembagian pengetahuan dan sumber daya. Kolaborasi tersebut dapat membantu dalam membangun standar industri yang baru, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepercayaan pengguna dan kepatuhan regulasi. Dengan demikian, kolaborasi antar-organisasi bukan hanya strategi yang efektif untuk pemulihan pasca pandemi, tetapi juga sebagai langkah proaktif menuju transformasi digital yang berkelanjutan dan inklusif. Ini menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat dan mendorong inovasi yang berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif metode survei. Penelitian kuantitatif adalah upaya ilmiah yang terstruktur untuk mengamati dan menganalisis bagian-bagian serta fenomena tertentu, serta hubungan kausal di antaranya. Metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur dan kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi untuk memahami fenomena yang diamati secara lebih mendalam.

Metode Survei digunakan dalam evaluasi untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap fakta-fakta serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Metode penelitian kuantitatif survei digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data informasi tentang populasi yang besar. Biasanya menggunakan sampel yang relatif lebih kecil. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti survei digunakan untuk memecahkan masalah-masalah isu skala besar yang aktual dengan populasi sangat besar, sehingga diperlukan sampel ukuran besar.

(Sugiyono 2017:8) Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif. Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam memperoleh informasi serta data yang diperlukan untuk membahas permasalahan, peneliti berusaha mencari berapa besar layanan digital terhadap kepuasan pengguna lingkungan sekitar terhadap kepuasan pelayanan maka objek penelitian yang penulis lakukan pada PT. GoTo Gojek Tokopedia. Sebagai tempat penelitian. Teknik pengambilan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner dan instrumen pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan kuesioner.

Pengumpulan data dalam penulisan ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016).

Dalam melakukan skala pengukuran yaitu diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2016).

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang

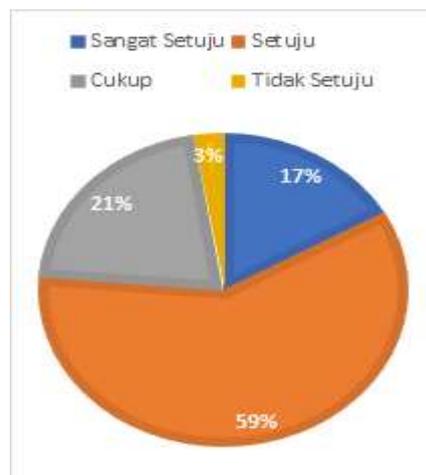
menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Penyebaran kuesioner diberikan kepada para pengguna aplikasi.

Tabel 1 Tabel Skala Likert

Pernyataan	Hasil Penilaian
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Cukup (C)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap layanan, kolaborasi, dan dampak dari integrasi Gojek-Tokopedia. Dengan menggunakan skala Likert, kuesioner disebarakan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang tahun 2022, dan berhasil mengumpulkan 77 tanggapan.



Gambar 1 Hasil Pengumpulan Data Terkait Penggunaan Gojek Tokopedia.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa berdasarkan hasil analisis data dari 77 responden, tanggapan yang masuk ke dalam kategori sangat setuju sebesar 17% atau 13 dari 77 responden menunjukkan bahwa layanan, kolaborasi, dan dampak dari integrasi Gojek-Tokopedia memberikan nilai positif yang sangat tinggi. Sebagian besar responden, yaitu 59% atau 45 dari 77, setuju bahwa integrasi antara Gojek dan Tokopedia berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang signifikan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memiliki persepsi positif terhadap kolaborasi ini, menandakan keberhasilan integrasi layanan dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Sebanyak 21% atau 16 responden merasa cukup dengan layanan yang diberikan. Responden dalam kategori ini mungkin merasa bahwa ada aspek-aspek tertentu yang masih dapat ditingkatkan, meskipun secara keseluruhan mereka masih memberikan penilaian positif. Hanya 3% atau 3 dari 77 responden yang tidak setuju dengan pernyataan tentang layanan, kolaborasi, dan dampak dari Gojek-Tokopedia. Jumlah ini sangat kecil, menunjukkan bahwa ketidakpuasan pengguna terhadap layanan tersebut sangat minimal. Tidak ada responden yang sangat tidak setuju, yang menegaskan bahwa tidak ada responden yang memiliki persepsi negatif yang terhadap layanan ini.

Dari hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan tanggapan positif terhadap layanan, kolaborasi, dan dampak dari Gojek-Tokopedia. Sebanyak 76% responden (menggabungkan kategori sangat setuju dan setuju) menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, sedangkan 21% memberikan tanggapan yang cukup, dan hanya 3% yang tidak setuju.

Ini menunjukkan bahwa integrasi layanan Gojek-Tokopedia diterima dengan baik oleh pengguna, terutama di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Tanggapan positif ini mengindikasikan bahwa inovasi dan layanan yang diberikan oleh kedua platform berhasil memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengguna.

Transformasi Digital Pasca Pandemi

Perkembangan zaman semakin yang pesat, diiringi dengan kemajuan teknologi informasinya juga, salah satunya adalah kemajuan teknologi digital, di mana semua aktivitas kita sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Di mulai dengan aktivitas kita di rumah dan berlanjut ke aktivitas kerja kita di kantor. Tentu saja teknologi digital menjadi suatu hal yang penting bagi organisasi atau perusahaan dikarenakan suatu organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk lebih inovatif untuk mencapai hasil yang diinginkan, khususnya dengan memanfaatkan teknologi digital. Karena teknologi digital akan membantu organisasi/perusahaan dan memberikan manfaat yang luar biasa.

Transformasi digital telah menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari bagi semua individu, karena hampir setiap aktivitas saat ini bergantung pada penggunaan teknologi digital, yang telah merevolusi cara kita berinteraksi, beroperasi, dan melakukan bisnis. Proses ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan atau memodifikasi model bisnis, budaya organisasi, dan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan efisiensi, nilai, dan keunggulan kompetitif, baik itu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintahan, organisasi, maupun masyarakat Indonesia secara spesifik, maupun secara global (Wijoyo, 2021).

Terutama selama pandemi COVID-19, dimana adaptasi terhadap teknologi digital menjadi suatu keharusan untuk mengurangi resiko penularan virus. Transformasi digital diartikan sebagai suatu proses *revolusioner* yang terjadi di dalam organisasi, dimana pemanfaatan teknologi, sumber daya manusia, dan proses bisnis dan perubahan yang melibatkan teknologi digital untuk mengubah cara kerja, beroperasi, hingga berinteraksi, yang mengakibatkan perubahan yang drastis dalam kinerja bisnis organisasi tersebut, sekaligus menuntut adopsi dan inovasi baru dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat (Wijoyo, 2021).

Pada hasil penelitian pada transformasi digital ini merujuk pada perubahan mendasar dalam cara bisnis dan organisasi beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan melalui adopsi teknologi digital. Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia adalah contoh nyata dari transformasi digital di Indonesia. Kolaborasi ini telah menghasilkan layanan yang lebih terintegrasi dan memudahkan konsumen dalam mengakses berbagai kebutuhan sehari-hari. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden (76%) setuju atau sangat setuju bahwa kolaborasi ini telah membawa perubahan positif dalam hal kemudahan dan efisiensi layanan digital.

Kolaborasi Organisasi

Pembentukan kolaborasi dapat mempercepat pencapaian tujuan yang telah disepakati bersama, dengan mengatur pembagian tugas dan pekerjaan. Ini adalah suatu usaha yang disengaja untuk mencapai tujuan bersama melalui kerja sama yang telah diatur. Pembagian tugas ini membentuk suatu tim yang fokus pada pencapaian tujuan bersama. Di sisi lain, kolaborasi juga dapat meningkatkan efisiensi dalam menangani proyek besar, membagi beban keuangan, mengalokasikan sumber daya, serta menyelesaikan masalah yang kompleks yang sulit diatasi secara individual tanpa bantuan dan keterlibatan pihak lain.

Secara garis besar, kolaborasi adalah adanya pola dan bentuk hubungan yang dilakukan antar individu ataupun organisasi yang berkeinginan untuk saling berbagi, saling berpartisipasi secara penuh, dan saling menyetujui atau bersepakat untuk melakukan tindakan bersama dengan cara berbagi informasi, berbagi sumber daya, berbagi manfaat, dan berbagi tanggung jawab dalam pengambilan keputusan bersama untuk menggapai sebuah cita-cita untuk mencapai tujuan bersama ataupun untuk menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi oleh mereka yang berkolaborasi (Saleh, 2020).

Sedangkan, organisasi yang didefinisikan sebagai gabungan orang atau entitas yang bekerja bersama secara teratur dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Individu yang terlibat dalam organisasi selalu saling terhubung dan berinteraksi secara

berkelanjutan. Mereka beradaptasi untuk mendukung tujuan organisasi yang harus dicapai (Fithriyyah, 2021).

Transformasi aplikasi kolaborasi di Indonesia telah menjadi bagian penting dari transformasi digital yang lebih luas. Dalam konteks aplikasi kolaborasi memungkinkan individu dan organisasi untuk bekerja bersama secara efisien, seperti halnya pada kolaborasi yang dilakukan oleh Gojek dan Tokopedia untuk meningkatkan layanannya beserta berupaya untuk bertahan dan melewati masa pandemi. Dengan menggabungkan Gojek dan Tokopedia yang akan menciptakan sebuah ekosistem global yang unik dan saling melengkapi. Ekosistem ini menggabungkan layanan e-commerce, barang dan jasa, sekaligus keuangan.

Kolaborasi organisasi pada GoTo mengacu pada sinergi dan kemitraan antara dua perusahaan terkemuka, yaitu Gojek dan Tokopedia. Gojek, sebagai perusahaan teknologi berbasis aplikasi asal Indonesia yang terkenal dengan layanan multi-layanan, seperti transportasi, pembayaran, logistik, dan lainnya, berkolaborasi dengan Tokopedia, salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia.

Berikut adalah beberapa hal penting yang menjelaskan kolaborasi organisasi pada GOTO:

1. Penguatan Ekosistem Digital

Kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia bertujuan untuk memperkuat ekosistem digital di Indonesia dengan menyediakan berbagai layanan terpadu yang mencakup transportasi, pembayaran, belanja online, logistik, dan layanan lainnya. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai kebutuhan mereka melalui satu platform yang terintegrasi.

2. Inovasi Produk dan Layanan

Dengan menggabungkan keahlian dan sumber daya keduanya, GOTO Group dapat menghasilkan inovasi produk dan layanan baru yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kolaborasi ini memungkinkan pengembangan solusi yang lebih komprehensif dan berorientasi pada pengguna, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

3. Skala Operasional

Melalui kolaborasi, GOTO Group dapat mencapai skala operasional yang lebih besar dan mencakup lebih banyak wilayah di Indonesia. Ini memungkinkan mereka untuk meningkatkan penetrasi pasar dan memberikan layanan kepada lebih banyak pengguna di seluruh negeri.

Kolaborasi antara dua entitas besar seperti Gojek dan Tokopedia tidak hanya berdampak pada peningkatan kapabilitas teknologi keduanya, tetapi juga pada ekspansi jangkauan pasar serta peningkatan mutu layanan yang disajikan. Menurut mayoritas responden (59%), hasil kolaborasi ini menunjukkan adanya sinergi yang kuat di antara kedua perusahaan,

yang berujung pada penghasilan layanan yang lebih unggul dan inovatif. Konsep ini sejalan dengan prinsip-prinsip teori kolaborasi organisasi yang menegaskan bahwa kerja sama yang solid dapat membawa manfaat besar tidak hanya bagi para pelaku kolaborasi, tetapi juga bagi konsumen yang menjadi penerima akhir dari layanan yang dihasilkan.

Inovasi Layanan Aplikasi Digital

Program aplikasi layanan digital menggunakan alat untuk memanfaatkan teknologi digital dan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan dan membawa dampak nyata bagi masyarakat dengan penekanan pada peningkatan ketersediaan dan perluasan layanan di berbagai bidang seperti kesehatan digital, e-Pertanian, *e-Learning*, *e-commerce* serta inisiatif lintas sektor untuk mempercepat pembangunan berkelanjutan (ITU, 2023).

Layanan aplikasi digital pada GOTO mengacu pada berbagai fitur dan fungsi yang disediakan oleh platform tersebut kepada pengguna. GoTo merupakan platform yang menyediakan layanan berbasis aplikasi untuk berbagai kebutuhan, mulai dari pesan antar, layanan pengiriman barang, hingga reservasi transportasi.

Dalam era digital yang terus berkembang, aplikasi digital telah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari kita. Salah satu aspek penting dari aplikasi digital adalah inovasi dalam layanan yang ditawarkan. Dengan harapan layanan baru dapat menarik lebih banyak pelanggan atau memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi sebelumnya.

Menurut Dhewanto dalam (Parinda, 2023) inovasi sering kali merujuk pada upaya untuk memperbaharui, mengubah, atau meningkatkan proses atau produk, serta melakukan tindakan yang lebih efektif. Dalam konteks bisnis, ini sebagai penerapan gagasan baru dalam meningkatkan layanan yang ada, dan menciptakan produk tambahan yang lebih beragam dan efektif. Ruang lingkup inovasi tersebut mencakup inovasi dalam produk, layanan, dan proses.

Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dan pengalaman mereka terhadap layanan yang diterima, karena pelanggan cenderung membandingkan layanan yang mereka terima dengan harapan mereka sebelum mendapatkan layanan tersebut (Sembiring, 2021).

Setelah Gojek dan Tokopedia berkolaborasi dan menjadi satu PT yang bernama PT GoTo Gejek Tokopedia Tbk (GOTO), mereka berinovasi dan merilis sejumlah produk layanan yang dapat memulihkan kinerja yang disebabkan oleh strategi perseroan dan memperluas pasar potensial (*Total Addressable Market/TAM*) melalui pengembangan produk layanan.

Berikut beberapa inovasi produk layanan yang diluncurkan GOTO:

1. GoFood Mode Hemat

Layanan Go Food ini memberikan pilihan harga terjangkau dan opsi gratis ongkos kirim. Menurut data riset e-conomy SEA 2021, pembatasan aktivitas fisik di luar rumah selama pandemi menyebabkan peningkatan penggunaan layanan digital di Indonesia, dengan rata-rata kenaikan hingga 3,6 kali lipat.

Selain memberikan manfaat bagi pelanggan, kehadiran Mode Hemat ini diharapkan dapat meningkatkan potensi permintaan untuk pesanan dari mitra pengemudi serta mitra UMKM kuliner, terutama UMKM yang berada dalam jangkauan operasional Mode Hemat ini.

2. GoPay Later di Tokopedia

GOTO juga memperluas ketersediaan produk layanan pembayaran di Tokopedia, termasuk GoPayLater dan produk pinjaman tunai baru. Layanan ini menawarkan fleksibilitas pembayaran yang lebih luas bagi konsumen yang mengutamakan harga.

3. GoCar Hemat

GoCar Hemat adalah layanan transportasi baru dari Gojek untuk mengakomodir kebutuhan mobilitas penggunaannya dengan harga yang lebih terjangkau. Inovasi ini dihadirkan oleh Gojek berdasarkan pemahaman bahwa masyarakat Indonesia menginginkan pilihan layanan yang lebih ekonomis.

Inovasi dalam layanan aplikasi digital merupakan salah satu hasil utama yang muncul dari kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia. Para responden mengakui adanya perbaikan yang signifikan dalam hal fitur dan layanan yang disajikan oleh aplikasi gabungan ini. Dengan 21% responden menyatakan cukup puas dan 17% sangat setuju, dapat disimpulkan bahwa meskipun masih ada sebagian kecil pengguna yang merasa bahwa layanan masih bisa ditingkatkan, namun mayoritas pengguna merasakan manfaat nyata dari inovasi yang telah dilakukan. Hal ini mencerminkan kesuksesan kolaborasi tersebut dalam meningkatkan pengalaman pengguna dengan memberikan solusi yang lebih baik dan lebih sesuai dengan kebutuhan mereka dalam menggunakan layanan digital.

Dampak Perubahan Organisasi Pasca Pandemi

Menurut Winardi J. (2010) perubahan organisasi memiliki efek positif dan negatif. Perubahan adalah kunci menguasai masa depan organisasi jika terdapat adanya perubahan secara global. Perubahan struktural dalam organisasi dan pasar biasanya terkait dengan perubahan yang lebih bedar dalam masyarakat, ekonomi, dan teknologi. Dunia kerja Pasca pandemi Covid-19, dunia kerja mengalami perubahan di mana pekerja dapat bekerja dari mana saja, tidak hanya dari kantor. Ini menguntungkan pekerja dan organisasi. Organisasi perlu

berubah dan bertahan dan dapat berkembang setelah pandemi, melihat krisis sebagai peluang untuk terus memperbaiki organisasi.

Setelah pandemi Covid-19 melanda dunia, muncul sejumlah riset yang mengaitkan langsung dampak Covid-19 pada aktivitas organisasi bisnis. Sejumlah karya akademis mengaitkan dampak besar Covid-19 terhadap sektor bisnis (Hess & Waller, 2020).

Pasca pandemi COVID-19, GoTo, yang merupakan hasil dari penggabungan Gojek dan Tokopedia, mengalami berbagai dampak yang signifikan dalam operasi dan strategi bisnisnya.

Berikut adalah beberapa penjelasan tentang dampak pasca pandemi yang mungkin dialami oleh GOTO:

1. Perubahan Pola Penggunaan Aplikasi

Pasca pandemi, pola penggunaan aplikasi GoTo mungkin mengalami perubahan signifikan. Dengan adopsi kerja jarak jauh yang lebih luas dan peningkatan belanja online, GoTo mungkin menyaksikan peningkatan dalam penggunaan aplikasi pengiriman barang dan layanan transportasi online, serta layanan keuangan dan belanja online dari Tokopedia.

2. Peningkatan Permintaan Layanan Digital

Dampak pandemi COVID-19 telah mempercepat pergeseran ke arah layanan digital. Pengguna mungkin lebih cenderung menggunakan layanan digital untuk memenuhi kebutuhan mereka, seperti memesan makanan, melakukan belanja online, atau mengakses layanan keuangan. Hal ini mungkin menghasilkan peningkatan permintaan terhadap layanan-layanan yang ditawarkan oleh GoTo, seperti layanan pengiriman makanan dari GoFood atau pembayaran digital dari GoPay.

3. Kolaborasi yang Lebih Mendalam

Pasca penggabungan antara Gojek dan Tokopedia, GOTO mungkin telah memperdalam kolaborasi antara unit bisnisnya untuk memberikan layanan yang lebih holistik kepada pengguna. Hal ini bisa termasuk integrasi layanan antara platform Gojek dan Tokopedia, penawaran layanan, atau peningkatan sinergi dalam pengembangan produk dan inovasi.

Pandemi COVID-19 telah menjadi pendorong utama dalam mempercepat adopsi teknologi digital di berbagai sektor. Di tengah kondisi ini, kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia menjadi sangat relevan dan strategis. Kehadiran kolaborasi ini pada saat yang tepat

membantu masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi dalam kebiasaan berbelanja dan bertransaksi secara keseluruhan.

Menurut hasil kuesioner, sebanyak 59% dari total responden merasa bahwa kolaborasi ini memberikan dampak positif yang signifikan dalam kehidupan mereka pasca pandemi. Mereka melihat peningkatan kenyamanan, efisiensi, dan keamanan dalam bertransaksi secara digital sebagai hasil dari kolaborasi ini. Meskipun demikian, hanya 3% yang menyatakan ketidaksetujuan, menunjukkan bahwa dampak negatif atau ketidakpuasan yang dirasakan sangat minimal dalam konteks ini. Ini menegaskan bahwa kolaborasi Gojek-Tokopedia telah berhasil menyediakan solusi yang relevan dan diinginkan oleh masyarakat dalam menghadapi tantangan pandemi dan perubahan perilaku konsumen yang berkelanjutan.

Pengumpulan Dataset

Pada tahap pengumpulan data, metode yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana responden diberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis. Kuesioner ini terdiri dari 15 pernyataan yang disusun oleh peneliti dan setiap responden diminta untuk memilih satu jawaban dari opsi yang telah disediakan. Variabel yang diteliti meliputi layanan aplikasi digital Gojek-Tokopedia, hasil kolaborasi dari Gojek-Tokopedia, dan dampak kepada masyarakat pasca pandemi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penghitungan skala likert dan mendapatkan data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Data yang diperoleh berupa sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dari para pengguna yang menggunakan Gojek-Tokopedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pandemi COVID-19 telah menjadi pemicu utama dalam mengakselerasi transformasi digital di berbagai sektor, termasuk dalam dunia bisnis. Dalam menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi, organisasi perlu memanfaatkan keahlian dan sumber daya yang ada melalui kolaborasi antar-organisasi. Hal ini terlihat dalam contoh kolaborasi antara Gojek dan Tokopedia yang membentuk PT GoTo, sebuah langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi digital pasca pandemi. Kolaborasi semacam ini tidak hanya memperkuat ekosistem digital, tetapi juga memungkinkan terciptanya inovasi baru dalam produk dan layanan, serta mencapai skala operasional yang lebih besar.

Selain itu, organisasi seperti GoTo terus berupaya melakukan inovasi dalam layanan aplikasi digital yang mereka tawarkan. Dengan melihat kebutuhan dan harapan pengguna, inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memperluas pasar

potensial. Namun, perubahan pasca pandemi juga membawa dampak yang signifikan bagi organisasi, termasuk perubahan dalam pola penggunaan aplikasi, peningkatan permintaan terhadap layanan digital, dan kolaborasi yang lebih mendalam antara unit bisnisnya. Meskipun terdapat tantangan dan dampak negatif, seperti penurunan kinerja sementara, namun perubahan tersebut juga membawa dampak positif, seperti peningkatan adaptasi terhadap teknologi dan fleksibilitas dalam pola kerja. Dengan demikian, pandemi COVID-19 telah menjadi pemicu bagi perubahan yang mendalam dalam lanskap bisnis, yang menuntut organisasi untuk beradaptasi dan berinovasi guna menjaga relevansi dan daya saing mereka di era digital ini.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Taqwa, Masita, . . . Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Kab. Pidie Provinsi Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Anam, K., & Indonesia, C. (2023, November 1). 3 bulan pimpin GOTO, Patrick Walujo kebut inovasi produk. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231101120626-17-485467/3-bulan-pimpin-goto-patrick-walujo-kebut-inovasi-produk>
- Azmiatun, S. (2022). Pengaruh inovasi produk dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada banana pop kota bima. *Manajemen Dewantara*, 6(2), 201-210.
- Banjarnahor, & dkk. (2022). Transformasi digital dan perilaku organisasi. Yayasan Kita Menulis.
- Bisnis, B. (2023, November 13). Mengenal GoCar hemat dan cara pesannya. *Kumparan*. <https://kumparan.com/berita-bisnis/mengenal-gocar-hemat-dan-cara-pesannya-21ZHbF4OQRP/full>
- Dwikarno, Sulistyanto, A., & Yasya, W. (2022). Strategi merger Gojek dan Tokopedia melalui komunikasi perusahaan dalam framing berita media daring di era pandemi COVID-19. *Jurnal Signal*, 10(1), 42-67.
- Fithriyyah, M. U. (2021). Dasar-dasar teori organisasi. Jakarta: Institute For Research and Development (IRDEV).
- Hidayat, M. (2022, September 2). GoFood rilis fitur mode hemat, apa kelebihanannya? *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/5058634/gofood-rilis-fitur-mode-hemat-apa-kelebihannya?page=4>
- Indriani. (2022, Maret 4). Perspektif baru organisasi dan pengelolaan SDM pascapandemi COVID-19. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/2739269/perspektif-baru-organisasi-dan-pengelolaan-sdm-pascapandemi-covid-19>
- Saleh, C. (2020). Konsep, pengertian, dan tujuan kolaborasi. Pustaka Universitas Terbuka.

- Sammy, A. (2021). Pengaruh pandemi COVID-19, inersia organisasi, dan kepemimpinan transformasional pada inovasi model bisnis media cetak di Indonesia: Peran inovasi digital sebagai mediator. Depok: FEB UI.
- Sembiring, V. A., & Puspitasari, N. B. (2023). Evaluasi layanan Gojek milik PT. GOTO Gojek Tokopedia Tbk. dengan metode service quality (SERVQUAL). *Industrial Engineering Online Journal*, 12(3).
- Wijoyo, Hadion, & dkk. (2021). Transformasi digital dari berbagai aspek. Kabupaten Solok: Insan Cendekia Mandiri.



Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokapasar Favorit Di Kalangan Mahasiswa ITS

¹Jason Ho, ²Alfa Renaldo Aluska, ³Aulisa Rizki Amanda, ⁴Nur Aini Rakhmawati

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Alamat: Jl. Teknik Kimia, Sukolilo, Surabaya, Indonesia

Korespondensi penulis: jasonho.27@gmail.com

Abstract. *In the midst of internet advancement, the presence of marketplaces brings many positive impacts. Local marketplace users are predominantly coming from Generation Z, and the majority of ITS students, as observed during this research, is part of the group. The purpose of this study is to identify the most favorite marketplace and the factors influencing the preference of these favorite marketplaces among ITS students. The preference factors are based on 13 factors that affect shopping behavior. The method employed is a survey-descriptive using 55 respondents in answering the questionnaire. The research results indicate that advertising and communication, certification and security, and warranty are the three factors with the highest urgency in choosing a favorite local market. Additionally, discount, website, and review and complain are the three factors with the lowest urgency. This study reveals that consumers or users prioritize the value offered by marketplaces over factors such as price and discounts.*

Keywords: *college students, favorite, Indonesia, marketplace, preference factors*

Abstrak. Di tengah kemajuan internet, kehadiran lokapasar membawa banyak dampak positif. Pengguna lokapasar didominasi oleh Gen Z, dan mayoritas mahasiswa ITS, saat penelitian ini dilaksanakan, termasuk dalam kategori tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lokapasar terfavorit dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokapasar favorit tersebut di kalangan mahasiswa ITS. Faktor pemilihan didasarkan pada 13 faktor yang memengaruhi perilaku belanja. Metode yang digunakan adalah survei-deskriptif dengan 55 responden. Statistik deskriptif digunakan dalam menjelaskan data yang telah dikumpulkan. Metode ini digunakan karena sederhana dan dapat dipahami dengan mudah. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa faktor iklan dan komunikasi, sertifikasi dan keamanan, dan garansi merupakan tiga faktor dengan urgensi tertinggi dalam pemilihan lokapasar favorit. Faktor iklan dan komunikasi merupakan faktor dengan nilai tertinggi dibandingkan faktor lainnya. Selain itu, faktor diskon, situs web, dan ulasan dan komplain merupakan tiga faktor dengan urgensi terendah. Penelitian ini mengungkap konsumen atau pengguna lebih mengutamakan nilai yang ditawarkan oleh lokapasar dibandingkan faktor seperti harga dan diskon.

Kata kunci: faktor pemilihan, favorit, lokapasar, *marketplace*, mahasiswa

LATAR BELAKANG

Seiring kemajuan internet, lahir berbagai teknologi yang memudahkan kehidupan manusia. Salah satu dari teknologi tersebut adalah lokapasar. Lokapasar menghadirkan keuntungan bagi kedua sisi, baik penjual maupun pengguna. Lokapasar menawarkan beberapa keunggulan bagi penggunanya, antara lain, kemudahan akses informasi, kemudahan dalam membeli barang, luasnya jangkauan transaksi, dan adanya ulasan pembeli lainnya yang dapat dilihat sebelum melakukan pembelian. Selain itu, penjual juga mendapatkan beberapa

keuntungan karena lokapasar akan mengurangi biaya yang diperlukan untuk transportasi, operasional, penjualan, dan pengadaan. Keuntungan-keuntungan tersebut juga diikuti dengan tren naiknya pengguna lokapasar di Indonesia. Pada tahun 2023, jumlah pengguna lokapasar di Indonesia mencapai 196,47 juta pengguna. Angka tersebut naik dari tahun sebelumnya yang berada di angka 178,94 juta pengguna. Eksistensi lokapasar juga terbukti mempengaruhi penjualan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan UKM Di Indonesia, terdapat beberapa platform lokapasar yang populer, antara lain Tokopedia, Shopee dan Lazada. Dilansir dari SimilarWeb dalam Katadata (2023), Shopee menempati peringkat satu lokapasar dengan jumlah pengunjung terbanyak dengan jumlah 2,35 miliar kunjungan dan diikuti oleh Tokopedia dengan total 1,25 miliar kunjungan.

Pemilihan pengguna terhadap platform lokapasar dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ulasan, sertifikasi keamanan, iklan, harga produk, situs web, pengaruh perusahaan, deskripsi produk, metode pembayaran, jaringan toko, pengiriman, diskon, layanan nilai tambah lainnya serta garansi. Faktor-faktor tersebut juga menjadi fokus setiap lokapasar untuk menarik pengguna baru dan bertransaksi dalam aplikasi mereka.

Menurut Populix dalam Kompas (2023), mayoritas masyarakat yang menggunakan dan melakukan transaksi pada lokapasar dilakukan oleh Gen Z. Oleh karena itu, maka dilakukan analisis terhadap pemilihan lokapasar (Tokopedia dan Shopee) di kalangan mahasiswa/i ITS yang mayoritas termasuk dalam Gen Z. Penelitian yang dilakukan oleh Permana et al. (2021) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi usia responden semakin rendah pula intensitas penggunaan lokapasar untuk melakukan aktivitas transaksi. Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan, Tokopedia merupakan lokapasar yang paling banyak dipilih oleh kalangan mahasiswa ITS. Namun, pada saat penelitian tersebut dilakukan, data jumlah pengunjung menunjukkan bahwa Tokopedia memimpin Shopee dalam pasar lokapasar di Indonesia. Berbanding terbalik dengan data tahun 2023, dimana Shopee jauh mengungguli Tokopedia dalam jumlah pengunjung dalam waktu satu tahun.

Oleh karena hal-hal yang telah disebutkan pada poin-poin sebelumnya, maka dilakukan penelitian yang menganalisis faktor pemilihan lokapasar favorit dengan tujuan untuk mengetahui lokapasar terfavorit dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokapasar favorit tersebut di kalangan mahasiswa ITS. Dari hasil penelitian, faktor-faktor pemilihan yang memiliki urgensi lebih tinggi nantinya dapat diketahui.

KAJIAN TEORITIS

Lokapasar (*Marketplace*)

Lokapasar, atau *marketplace*, merupakan platform elektronik yang menghubungkan sejumlah penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk secara daring . Di Indonesia, dua platform lokapasar yang paling banyak dikunjungi adalah platform Tokopedia dan Shopee .

1. Tokopedia

Tokopedia adalah platform lokapasar asal Indonesia yang didirikan pada tahun 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha yang kini menjadi salah satu lokapasar terbesar di Indonesia. Menurut data dari Similarweb pada kuartal pertama tahun 2021, Tokopedia adalah lokapasar yang paling banyak dikunjungi di internet. Sejak resmi diluncurkan, PT Tokopedia berhasil menjadi salah satu perusahaan internet Indonesia dengan pertumbuhan yang sangat pesat .

2. Shopee

Shopee merupakan sebuah platform lokapasar yang awalnya diluncurkan di Singapura dan telah mendapatkan popularitas yang signifikan di kalangan masyarakat Indonesia. Shopee diminati oleh orang-orang yang mencari harga murah saat berbelanja secara daring. Shopee dikenal dengan berbagai promo menarik seperti tanggal kembar *flash sale* Shopee 12.12 dan penawaran gratis ongkos kirim dengan syarat tertentu. *Flash sale* adalah sebuah penawaran atas produk-produk tertentu dengan harga diskon yang masa berlakunya singkat dengan tujuan untuk menciptakan urgensi konsumen sehingga melakukan pembelian secara impulsif . Platform ini menjadi salah satu lokapasar daring yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, baik remaja maupun dewasa .

Faktor Pemilihan

Faktor penelitian yang dimaksud merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku belanja daring yang disusun berdasarkan beberapa hasil tinjauan literatur. Faktor-faktor tersebut adalah ulasan dan komplain, sertifikasi dan keamanan, iklan dan komunikasi, harga produk, situs web, faktor organisasi, deskripsi produk, metode pembayaran, jaringan toko, pengiriman, diskon, layanan tambahan dan garansi.

1. Ulasan dan komplain (*Reviews of e-shops and complaints*)

Faktor ini mencakup kemungkinan keluhan dan ulasan toko. Faktor ini terkait dengan pemilihan toko yang berkualitas berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan dan jumlah keluhan terhadap toko tersebut. Dalam konteks lokapasar, calon pembeli dapat mengakses ulasan setiap produk yang dijual secara publik.

2. Sertifikasi dan keamanan (*Certificates and security*)

Faktor ini terkait dengan sertifikasi yang menunjukkan keseriusan bisnis. Faktor ini berhubungan dengan perizinan terpercaya yang dapat diverifikasi oleh pelanggan. Faktor ini juga mencakup keamanan data di toko terkait.

3. Iklan dan komunikasi (*Advertising and communication*)

Faktor ini mencakup periklanan di sosial media yang merepresentasikan eksistensi toko. Selain itu, faktor ini juga terkait dengan percakapan (*chatting*) antara penjual dan pembeli, baik secara daring maupun melalui saluran telepon.

4. Harga produk (*Product price*)

Faktor ini terkait dengan harga produk yang ditawarkan oleh penjual. Harga produk menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan pilihan. Terkadang, pelanggan juga lebih mementingkan kesetiaan kepada toko-toko berkualitas meskipun terdapat perbedaan harga antara suatu toko dengan toko lainnya. Faktor ini juga terkait hadiah gratis atas pembelian yang ditawarkan oleh toko.

5. Situs web (*Website*)

Faktor ini mencakup pertimbangan pelanggan atas tampilan yang nyaman dilihat, termasuk pemilihan warna dan kemudahan navigasi situs web sehingga memotivasi pelanggan untuk bertahan hingga membeli produk. Faktor ini juga terkait responsivitas situs web terhadap perangkat seluler. Dalam faktor ini, teknik penjualan yang mendorong pelanggan untuk membelanjakan lebih banyak uang dengan membeli produk versi bermutu dan strategi pemasaran yang membujuk calon pelanggan untuk membeli produk tambahan juga diteliti. Bagian-bagian mengganggu signifikan dari situs web juga dipertimbangkan, seperti tata letak halaman yang buruk, pemilihan *font* yang salah, penggunaan warna yang terlalu agresif, iklan *pop-up* yang banyak, dan lain-lain.

6. Faktor organisasi (*Organizational factors*)

Faktor ini mempertimbangkan organisasi produk yang ditawarkan oleh toko, misalnya fitur pengurutan produk berdasarkan kategori tertentu, penawaran tertentu, warna tertentu, dan alternatif lainnya. Pada toko dengan penerapan organisasi produk, pelanggan dapat mengakses halaman yang berisi daftar produk sesuai organisasinya. Filter produk dapat mempermudah seleksi produk. Semakin banyak filter yang ditawarkan toko, semakin spesifik hasil yang bisa diperoleh sehingga menghemat total waktu saat berbelanja. Kemungkinan lainnya adalah organisasi produk berdasarkan harga, ulasan bintang, atau urutan alfabetis.

7. Deskripsi produk (*Product description*)

Faktor ini mencakup kejelasan dan keteraturan susunan penulisan deskripsi produk, dan kelengkapan informasi. Faktor penentunya adalah apakah teks deskripsi produk dan parameternya tersusun dengan jelas dan apakah penanda produk disusun secara intuitif sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi yang dicarinya. Evaluasi lainnya dari faktor ini adalah video produk, yang membantu pelanggan dalam membayangkan tampilan dan dimensi produk sebenarnya.

8. Metode pembayaran (*Payment methods*)

Faktor ini didasarkan pada apresiasi pelanggan terhadap banyaknya pilihan opsi pembayaran. Di Indonesia, misalnya, mayoritas pembeli toko masih menggunakan fitur *cash-on-delivery* (COD), yaitu suatu bentuk transaksi keuangan yang pembayarannya dilakukan setelah barang diantar dan diterima oleh konsumen. Pilihan metode pembayaran yang tersedia menjadi salah satu faktor penting yang dipertimbangkan calon pembeli dalam menentukan pilihan toko.

9. Jaringan toko (*Store network*)

Faktor penting jaringan toko mencakup keberadaan toko luring yang memungkinkan konsumen untuk melihat barang, mencoba barang, berkonsultasi langsung, hingga mengambil barang di toko luring setelah pembelian. Toko luring fisik juga meningkatkan perhatian terhadap suatu toko dan berkontribusi terhadap kredibilitas toko.

10. Pengiriman (*Transport*)

Faktor ini terkait dengan pilihan kurir pengiriman yang ditawarkan. Faktor pengiriman menjadi salah satu faktor penting karena pemilihan pelanggan terhadap jasa kirim tertentu sangat menentukan minat pelanggan.

11. Diskon (*Discounts*)

Faktor ini mencakup tawaran-tawaran yang ditawarkan secara aktif oleh toko kepada pelanggan terdaftar. Faktor ini juga terkait dengan hadiah yang diberikan kepada pelanggan untuk pembelian-pembelian selanjutnya. Sebagai contoh, terdapat tawaran diskon khusus untuk pelajar atau pengguna dengan spesifikasi tertentu.

12. Layanan tambahan (*Additional service*)

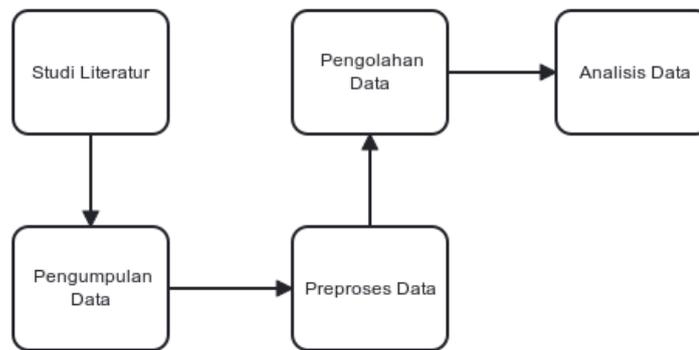
Sehubungan dengan produk-produk elektronik, tawaran pemasangan produk menjadi penting. Faktor ini terkait dengan tawaran-tawaran layanan tambahan, misalnya pemindahan dan pembuangan peralatan lama serta pemindahan bahan kemasan. Beberapa toko menawarkan pengangkutan eksklusif lengkap termasuk pemindahan barang, pemasangan, dan pelepasan peralatan lama.

13. Garansi (*Warranty*)

Garansi yang ditawarkan oleh toko menjadi salah satu faktor pemilihan pelanggan. Ketersediaan tawaran garansi yang jelas dan sesuai dengan peraturan yang berlaku dapat dipertimbangkan oleh para calon pelanggan. Dalam konteks lokapasar, terdapat berbagai macam garansi yang ditawarkan, seperti garansi pengembalian, garansi kerusakan barang, dan lain-lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan secara bertahap dengan mengikuti diagram alir yang telah dibuat. Diagram alir tersebut membantu agar penelitian dapat berjalan dengan tahapan-tahapan yang terstruktur sehingga hasilnya dapat memenuhi tujuan penelitian. Gambar 1 menggambarkan langkah-langkah tersebut.



Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

Studi literatur dibutuhkan untuk meninjau dan mengumpulkan sejumlah terbitan yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Tahapan ini mencakup perancangan dan penyelesaian beberapa masalah dalam penelitian. Tahapan ini juga mendefinisikan metode atau tinjauan apa yang sesuai dengan tujuan penelitian yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan referensi dari hasil penelitian lain yang berkaitan, yaitu penelitian Sim et al. (2023) tentang “*Pemilihan Platform E-Commerce pada Kalangan Mahasiswa ITS dengan menggunakan Weighted Method Product*” dan penelitian Arifianto (2021) yang berjudul “*Lazada, Shopee atau Tokopedia? Sebuah Preferensi Lokapasar oleh Mahasiswa-Pekerja di Area Tangerang Raya*”. Hasil dari kedua penelitian tersebut kami olah untuk mendapatkan pernyataan yang sesuai untuk proses pengumpulan data.

Penelitian ini menggunakan metode survei-deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengolahan berbentuk angka. Pengumpulan data akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner Google Form. Menurut Sugiyono (2021), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi

tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Singarimbun dan Effendi (2009) menyatakan bahwa survei adalah “penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok”. Metode ini dipilih karena terbatasnya akses terhadap populasi penelitian . Kuesioner ini akan berisi 13 pernyataan untuk masing-masing lokapasar dengan skala 1-4. Joshi et al (2015) dalam Arifianto (2021) menerangkan bahwa pilihan jawaban pada pernyataan dibuat menjadi simetris untuk menghindari kecenderungan responden memilih netral atau tidak tahu. Untuk mendapatkan jawaban yang pasti dan jelas dari populasi, maka opsi netral akan dihilangkan. Selanjutnya, Tabel 1 akan mewakili daftar pernyataan dan Tabel 2 akan mewakili skala pernyataan.

Tabel 1 Daftar Pernyataan

Faktor	Pernyataan
Ulasan dan komplain (UK)	Saya terbantu dengan adanya ulasan pelanggan lain pada lokapasar favorit saya.
Sertifikasi dan keamanan (SK)	Saya merasa aman ketika bertransaksi dan memberikan data pribadi saya kepada lokapasar favorit saya.
Iklan dan komunikasi (IK)	Saya merasa terbantu dengan iklan lokapasar favorit saya di media sosial.
Harga produk (HP)	Saya merasa harga yang ditawarkan oleh penjual lokapasar favorit saya sudah sesuai dengan kualitas barang.
Situs web (SW)	Tampilan keseluruhan aplikasi lokapasar Tokopedia/Shopee menarik perhatian saya.
Faktor organisasi (FO)	Aplikasi lokapasar favorit saya menyediakan fitur filter yang membantu saya menemukan sebuah produk dengan ciri khusus.
Deskripsi produk (DP)	Saya merasa deskripsi produk pada aplikasi lokapasar favorit saya lengkap dan menggambarkan produk secara keseluruhan.
Metode pembayaran (MP)	Saya merasa lokapasar favorit saya menyediakan opsi pembayaran yang sesuai pemilihan saya.
Jaringan toko (JT)	Saya merasa bahwa lokapasar favorit saya menyediakan fitur untuk memeriksa informasi toko fisik luring (jika tersedia).

Pengiriman (P)	Lokapasar favorit saya menyediakan banyak opsi jasa pengiriman yang sesuai untuk pesanan saya.
Diskon (D)	Saya bertransaksi pada lokapasar favorit saya karena tawaran-tawaran atau promo menarik yang disediakan.
Layanan tambahan (LT)	Lokapasar favorit saya menyediakan layanan tambahan lainnya seperti PayLater, tukar tambah, dsb. yang meyakinkan saya untuk bertransaksi.
Garansi (G)	Lokapasar favorit saya menyediakan garansi seperti pergantian barang, pengembalian dana, dan bantuan lainnya yang meyakinkan saya untuk bertransaksi.

Tabel 2 Skala Pernyataan

Keterangan skala	Nilai skala
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Setuju	3
Sangat setuju	4

Data yang terkumpul selanjutnya akan melewati tahap praproses dan proses pengolahan. Praproses data akan dilakukan dengan uji reliabilitas dan validitas sebelum diproses lebih lanjut pada penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji keandalan atau ketepatan suatu instrumen pengukuran. Selain itu, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran mengukur apa yang seharusnya diukur. Kemudian, proses pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan penyajian gambaran dan deskripsi tentang informasi yang dimiliki oleh data. Gambaran dan deskripsi tersebut disajikan dalam bentuk ukuran numerik dengan visualisasi sederhana dan mudah dipahami.

Setelah pemrosesan data, maka akan dilakukan analisis data. Analisis data adalah proses untuk mengekstrak informasi, mengidentifikasi pola atau tren, dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari fenomena yang direpresentasikan oleh data tersebut. Pada penelitian ini, analisis data akan dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor pemilihan lokapasar dan mencari adanya perubahan pemilihan lokapasar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 15 pertanyaan. Kuesioner tersebut memiliki 2 pertanyaan pilihan ganda dan 13 pertanyaan dengan format skala likert 4 poin, di mana 1 berarti 'Sangat tidak setuju' dan 4 berarti 'Sangat setuju'. Kuesioner didistribusikan secara online melalui platform Google Form kepada mahasiswa aktif ITS. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 1 Mei 2024 hingga 27 Mei 2024. Data yang terkumpul digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi pemilihan lokapasar di kalangan mahasiswa ITS.

Jumlah responden yang menjawab kuesioner adalah 55 orang. Responden didominasi oleh mahasiswa FTEIC kemudian diikuti dengan FV, FSAD, dan FTIRS.

Tabel 3 Asal Fakultas Responden

Fakultas	Jumlah
FTEIC	47
FV	5
FSAD	2
FTIRS	1

Jika dilihat dari jawaban responden, mayoritas memilih Shopee sebagai lokapasar favorit dibanding Tokopedia. Hal ini sesuai dengan data dimana jumlah pengunjung tahunan Shopee jauh mengungguli Tokopedia. Baik laki-laki maupun perempuan sama-sama merupakan pengguna aktif dalam menggunakan lokapasar. Namun, berdasarkan data yang didapatkan, perempuan memiliki partisipasi yang lebih tinggi dibanding laki-laki.

Tabel 4 Lokapasar favorit

Lokapasar	Jumlah	Persentase
Shopee	43	78,18%
Tokopedia	12	21,82%

Tabel 5 Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	35	63,64%
Laki-laki	20	36,36%

Praproses Data

Uji validitas dan reliabilitas akan dilakukan untuk memastikan ketepatan penggunaan pernyataan.

1. Uji validitas

Dari uji validitas yang dilakukan, ditemukan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner yang disebar adalah valid berdasarkan nilai r tabel dan r hitung yang didapatkan.

Tabel 6 Uji Validitas

Pernyataan	rtabel	rhitung	Status Item
Ulasan dan komplain (UK)	0.5187608	0.2608686	Item Valid
Sertifikasi dan keamanan (SK)	0.4430652	0.2608686	Item Valid
Iklan dan komunikasi (IK)	0.2887356	0.2608686	Item Valid
Harga produk (HP)	0.5018699	0.2608686	Item Valid
Situs web (SW)	0.5329146	0.2608686	Item Valid
Faktor organisasi (FO)	0.4333573	0.2608686	Item Valid
Deskripsi produk (DP)	0.5523627	0.2608686	Item Valid
Metode pembayaran (MP)	0.5017120	0.2608686	Item Valid
Jaringan toko (JT)	0.6642053	0.2608686	Item Valid
Pengiriman (P)	0.3497546	0.2608686	Item Valid
Diskon (D)	0.4875471	0.2608686	Item Valid
Layanan tambahan (LT)	0.5419736	0.2608686	Item Valid
Garansi (G)	0.4929363	0.2608686	Item Valid

2. Uji reliabilitas

Berdasarkan nilai alpha dari setiap pernyataan dalam kuesioner, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan reliabel. Pernyataan A9 memiliki nilai alpha yang berada di bawah angka 0.7 yang merupakan standar untuk sebuah variabel dapat dikatakan ‘bagus’. Namun,

penghapusan A9 akan mengakibatkan penurunan pada keseluruhan pernyataan. Oleh karena itu, A9 tetap digunakan mengingat nilai alpha yang tidak terlalu rendah.

Tabel 7 Uji Reliabilitas

Pernyataan	Nilai Alpha
Ulasan dan komplain (UK)	0.7120163
Sertifikasi dan keamanan (SK)	0.7176847
Iklan dan komunikasi (IK)	0.7253268
Harga produk (HP)	0.7086506
Situs web (SW)	0.7132786
Faktor organisasi (FO)	0.7156459
Deskripsi produk (DP)	0.7050829
Metode pembayaran (MP)	0.7095608
Jaringan toko (JT)	0.6852023
Pengiriman (P)	0.7215546
Diskon (D)	0.7203619
Layanan tambahan (LT)	0.7041582
Garansi (G)	0.7101667

3. Hasil akhir praproses

Berdasarkan praproses yang dilakukan, semua pernyataan valid dan dapat dilakukan proses pengolahan lebih lanjut

Pengolahan Data

1. Total nilai skala per faktor

Berdasarkan perhitungan skala untuk jawaban responden, didapatkan penjumlahan total nilai skala sesuai keterangan skala yang dipilih. Total nilai skala didapatkan dengan persamaan berikut.

$$Total\ nilai\ skala = (SS \times 4 + S \times 3 + TS \times 2 + STS \times 1)$$

Hasil perhitungan tersebut ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 8 Total nilai skala per faktor

Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total nilai skala
Ulasan dan komplain (UK)	18	22	8	4	166
Sertifikasi dan keamanan (SK)	31	20	2	2	190
Iklan dan komunikasi (IK)	48	7	0	0	213
Harga produk (HP)	19	27	9	0	175
Situs web (SW)	18	19	13	5	160
Faktor organisasi (FO)	15	36	3	1	175
Deskripsi produk (DP)	19	26	6	4	170
Metode pembayaran (MP)	33	18	2	2	192
Jaringan toko (JT)	22	26	6	1	179
Pengiriman (P)	43	12	0	0	208
Diskon (D)	11	22	15	7	147
Layanan tambahan (LT)	31	23	1	0	195
Garansi (G)	37	13	4	1	196

2. Tingkat persetujuan per faktor

Jawaban dari responden akan dikelompokkan menjadi dua, yaitu kelompok tidak setuju yang terdiri dari nilai sangat tidak setuju dan tidak setuju dan kelompok setuju yang terdiri dari nilai sangat setuju dan setuju. Berdasarkan pengelompokkan tersebut, maka akan didapatkan data pada tabel berikut.

Tabel 9 Tingkat persetujuan per faktor

Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	% Setuju	% Tidak Setuju
Ulasan dan komplain (UK)	42	13	76,36	23,64
Sertifikasi dan keamanan (SK)	51	4	92,73	7,27
Iklan dan komunikasi (IK)	55	0	100	0
Harga produk (HP)	46	9	83,64	16,36

Situs web (SW)	37	18	67,27	32,73
Faktor organisasi (FO)	51	4	92,73	7,27
Deskripsi produk (DP)	45	10	81,82	18,18
Metode pembayaran (MP)	51	4	92,73	7,27
Jaringan toko (JT)	48	7	87,27	12,73
Pengiriman (P)	55	0	100	0
Diskon (D)	33	22	60,00	40,00
Layanan tambahan (LT)	54	1	98,18	1,82
Garansi (G)	50	5	90,91	9,09

3. Berdasarkan lokapasar favorit

Jawaban dari responden dikelompokkan berdasarkan pilihan lokapasar favoritnya, kemudian diolah dengan langkah yang sama seperti sebelumnya, yaitu dengan menghitung persentase nilai skala, setuju, dan tidak setuju.

a. Shopee

Pengelompokkan jawaban responden dan perhitungan persentase nilai skala, setuju, dan tidak setuju untuk jawaban dengan pilihan lokapasar favorit Shopee ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 10 Lokapasar Shopee per faktor

Pernyataan	% nilai skala	% Setuju	% Tidak setuju
Ulasan dan komplain (UK)	7,16	79,07	20,93
Sertifikasi dan keamanan (SK)	8,12	93,02	6,98
Iklan dan komunikasi (IK)	8,98	100,00	0,00
Harga produk (HP)	7,43	83,72	16,28
Situs web (SW)	6,84	67,44	32,56
Faktor organisasi (FO)	7,16	90,70	9,30
Deskripsi produk (DP)	6,84	76,74	23,26
Metode pembayaran (MP)	8,07	93,02	6,98

Jaringan toko (JT)	7,54	86,05	13,95
Pengiriman (P)	8,87	100,00	0,00
Diskon (D)	6,36	62,79	37,21
Layanan tambahan (LT)	8,34	100,00	0,00
Garansi (G)	8,28	88,37	11,63

b. Tokopedia

Pengelompokkan jawaban responden dan perhitungan persentase nilai skala, setuju, dan tidak setuju untuk jawaban dengan pilihan lokapasar favorit Tokopedia ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 11 Lokapasar Tokopedia per faktor

Pernyataan	% nilai skala	% Setuju	% Tidak setuju
Ulasan dan komplain (UK)	6,46	66,67	33,33
Sertifikasi dan keamanan (SK)	7,68	91,67	8,33
Iklan dan komunikasi (IK)	9,09	100,00	0,00
Harga produk (HP)	7,27	83,33	16,67
Situs web (SW)	6,46	66,67	33,33
Faktor organisasi (FO)	8,28	100,00	0,00
Deskripsi produk (DP)	8,48	100,00	0,00
Metode pembayaran (MP)	8,28	91,67	8,33
Jaringan toko (JT)	7,68	91,67	8,33
Pengiriman (P)	8,48	100,00	0,00
Diskon (D)	5,66	50,00	50,00
Layanan tambahan (LT)	7,88	91,67	8,33
Garansi (G)	8,28	100,00	0,00

Analisis Data

Berdasarkan tabel yang telah didapatkan sebelumnya, terlihat bahwa beberapa faktor memainkan peran penting bagi penggunaanya dalam memilih lokapasar. Pada faktor UK yaitu ulasan dan komplain, beberapa pengguna menganggap bahwa faktor tersebut tidak penting dan tidak terlalu penting yang bisa dilihat di total nilai skala dengan angka 160 yang merupakan 3 terendah dari faktor-faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan pelanggan lain yang tersedia tidak terlalu membantu atau terlalu berpengaruh terhadap pemilihan lokapasar jika dibandingkan dengan faktor lainnya.

Sertifikasi dan keamanan ketika akan menggunakan dan melakukan transaksi pada lokapasar merupakan salah satu faktor yang banyak dipertimbangkan. Faktor SK yaitu sertifikasi dan keamanan merupakan salah satu faktor yang penting dengan 92,73% responden setuju dengan faktor ini. Namun, jika ditelaah per jawaban masih terdapat banyak responden yang tidak menempatkan sertifikasi dan keamanan sebagai faktor yang paling penting dalam pemilihan lokapasar. Data pribadi yang dapat disalahgunakan menjadi salah satu penyebab konsumen memperhatikan sertifikasi dan keamanan untuk terhindar dari hal yang tidak diinginkan. Sistem pembayaran yang aman dan terjamin juga diperlukan untuk mencegah penipuan dan pencurian data kartu kredit.

Iklan dan komunikasi merupakan faktor yang paling penting dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya. Iklan dan komunikasi yang ditawarkan oleh lokapasar memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi pilihan penggunaanya. Branding yang dilakukan akan meningkatkan kesadaran masyarakat luas tentang keberadaan lokapasar tersebut. Masyarakat yang belum pernah menggunakan juga cenderung akan memilih lokapasar sesuai dengan iklan yang pernah dilihat sebelumnya. Iklan yang biasanya disertai promosi juga akan mendorong niat beli konsumen serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap lokapasar.

Berdasarkan data yang didapatkan, harga produk merupakan salah satu faktor penting dalam pemilihan lokapasar. Namun, faktor ini bukan merupakan faktor yang terpenting karena mayoritas responden tidak menjustifikasi pilihan sangat setuju pada faktor ini. Mencari harga produk yang murah merupakan salah satu cara untuk menghemat uang bagi konsumennya. Membandingkan harga produk juga dapat dilakukan dengan mudah di lokapasar manapun sehingga konsumen dapat mendapatkan produk dengan harga terbaik. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa harga produk yang murah juga harus diseimbangkan dengan nilai lain seperti kualitas dan layanan dari lokapasar itu sendiri. Dari data yang didapatkan, bisa disimpulkan bahwa konsumen cenderung akan meletakkan kualitas dan layanan dari lokapasar di atas harga produk yang ditawarkan dengan 27 orang memilih setuju dibanding sangat setuju.

Situs web merupakan faktor kedua terendah pada tabel 9. Hal ini menandakan bahwa konsumen tidak terlalu mempertimbangkan tampilan situs web dari lokapasar. *Smartphone* dan juga aplikasi *mobile* yang sudah sangat umum menjadi salah satu penyebab hal itu terjadi. Kemudahan yang ditawarkan aplikasi *mobile* yang mudah digunakan dan dapat diakses dimana saja ditambah fokus konsumen yang mementingkan produk dan nilai yang didapatkan ketika menggunakan sebuah lokapasar menjadi alasan situs web tidak menjadi salah satu faktor terpenting dalam pemilihan lokapasar.

Faktor organisasi yang menyediakan fitur seperti filter dalam pencarian produk membuat sebuah lokapasar dipilih oleh konsumennya. Pencarian sebuah produk dapat berlangsung dengan lama jika tidak dibantu oleh filter, terutama jika ingin mencari produk yang sangat spesifik. Faktor ini merupakan salah satu yang terpenting, namun bukan merupakan yang terpenting jika dibandingkan dengan beberapa faktor lainnya.

Deskripsi produk merupakan hal yang dituju oleh konsumen ketika sedang mencari ataupun ingin membeli barang pada lokapasar. Konsumen ingin mendapatkan informasi yang lengkap tentang sebuah produk untuk memastikan bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan menyediakan deskripsi produk yang lengkap, konsumen akan lebih terdorong untuk membeli suatu produk dan meningkatkan kepercayaan antara konsumen dengan lokapasar.

Metode pembayaran yang beragam akan memberikan kemudahan bagi konsumennya dalam melakukan transaksi. Konsumen dapat memilih metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Metode pembayaran yang fleksibel juga akan menjangkau pasar yang lebih luas. Misal bagi konsumen yang sangat menjaga kerahasiaan kartu kredit maupun informasi sensitif lainnya akan memilih metode pembayaran lainnya. Metode pembayaran yang beragam dan aman akan menarik lebih banyak konsumen untuk bertransaksi di lokapasar tersebut.

Jaringan toko menjawab permasalahan bagi beberapa produk yang jarang dibeli karena risikonya yang tinggi ataupun bagi konsumen yang ingin mendapatkan informasi lebih jelas dengan melihat produk langsung. Konsumen juga bisa memastikan bahwa produk yang diterima dalam kondisi baik dan sempurna tanpa ada kendala seperti cacat pabrik dan lain sebagainya sehingga jaringan toko dipertimbangkan dalam pemilihan lokapasar.

Pengiriman merupakan salah satu aspek terpenting dalam melakukan transaksi pada lokapasar terutama di negara yang besar seperti Indonesia. Opsi yang beragam akan memudahkan konsumen dalam memilih pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan dimana pada umumnya, pengiriman terkait dengan dua hal yaitu biaya dan durasi pengiriman.

Pengiriman bebas biaya yang banyak disediakan oleh lokapasar juga merupakan salah satu pilihan yang tersedia sehingga konsumen dapat menyeimbangkan antara biaya dan durasi pengiriman. Pengiriman yang beragam juga menandakan jangkauan yang lebih luas terhadap konsumen terutama pada negara Indonesia yang tergolong sangat luas.

Diskon yang seharusnya tidak berbeda jauh dengan faktor harga produk justru memiliki hasil yang cukup jauh dari faktor-faktor lainnya. Diskon bukan merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi pemilihan. Beberapa konsumen mungkin lebih mementingkan keseluruhan ataupun kegunaan produk daripada mengutamakan penggunaan diskon yang ditawarkan oleh lokapasar. Selain itu bagi konsumen yang mementingkan kualitas produk yang membutuhkan sebuah produk tidak akan terpengaruh oleh diskon atau bahkan konsumen yang hanya membeli produk dari beberapa merek tertentu dan tidak memerhatikan diskon. Beberapa penyebab tersebut membuat diskon tidak terlalu dipertimbangkan ketika memilih lokapasar yang ditandai dengan nilai yang rendah pada tabel.

Layanan tambahan merupakan salah satu faktor terpenting ketika memilih lokapasar. Sebuah lokapasar yang menyediakan layanan tambahan dapat memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi. Layanan tambahan yang diberikan merupakan *dealbreaker* yang menghambat atau bahkan membuat beberapa transaksi tidak dilakukan oleh konsumen. Dengan menghadirkan layanan-layanan tersebut, sebuah lokapasar akan menjangkau lebih banyak dan meningkatkan daya beli konsumen. Hal tersebut didukung dengan data yang menunjukkan 98,18% setuju terhadap faktor ini.

Dengan produk yang semakin beragam pada lokapasar, garansi menjadi salah satu faktor penting ketika konsumen ingin berbelanja. Terutama pada produk yang memiliki nilai tinggi, biasanya seperti elektronik. Dengan adanya garansi, konsumen dapat merasa lebih aman dan nyaman ketika melakukan transaksi. Permasalahan yang ditemukan pada produk dapat ditukar ataupun dikembalikan dengan pihak lokapasar sehingga resiko dan kerugian konsumen dapat diminimalisir. Garansi juga menunjukkan komitmen penjual dan lokapasar dalam memastikan bahwa produk yang dijual merupakan produk yang berfungsi dan bekerja dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan bahwa lokapasar terfavorit di kalangan mahasiswa ITS adalah Shopee, disusul oleh Tokopedia. Faktor-faktor dengan urgensi tertinggi yang memengaruhi pemilihan setiap lokapasar favorit tersebut adalah iklan dan komunikasi, pengiriman, layanan tambahan, sertifikasi dan keamanan, faktor organisasi, metode pembayaran, dan garansi. Faktor-faktor dengan urgensi

terendah yang memengaruhi pemilihan setiap lokapasar favorit tersebut adalah diskon, situs web, dan ulasan dan komplain. Untuk lokapasar Shopee, faktor tertingginya adalah iklan dan komunikasi, pengiriman, dan layanan tambahan., dan faktor terendahnya adalah situs web dan diskon Untuk lokapasar Tokopedia, faktor tertingginya adalah iklan dan komunikasi, faktor organisasi, deskripsi produk, pengiriman dan garansi, dan faktor terendahnya adalah diskon, ulasan dan komplain, dan situs web. Faktor utama seperti iklan dan komunikasi, pengiriman dan garansi merupakan faktor pertimbangan pertama pengguna lokapasar Shopee dan Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa nilai yang diberikan oleh sebuah lokapasar merupakan faktor utama dalam menjangkau lebih banyak konsumen dibandingkan dengan harga produk serta diskon yang ditawarkan.

Penelitian ini dirancang secara sederhana karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, untuk melengkapi hasil penelitian ini, diperlukan penelitian lanjutan yang melibatkan pendekatan kualitatif ataupun pendekatan lainnya untuk menganalisis lebih mendalam dan lebih lanjut setiap faktor-faktor pemilihan lokapasar. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu lokapasar dalam mengembangkan dan menentukan strategi dalam menggaet lebih banyak konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Ahdiat, A. (2024, October 1). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023. *Katadata*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>
- Aluska, A. R., Ho, J., Amanda, A. R., & Rakhmawati, N. A. (2024). Dataset Faktor-Faktor Pemilihan Lokapasar Favorit di Kalangan Mahasiswa ITS (release). Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11321728>
- Arifianto, C. F., & Pratiwi, Y. E. (2021). Lazada, Shopee atau Tokopedia? Sebuah Preferensi Lokapasar oleh Mahasiswa Pekerja di Area Tangerang Raya. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 168–188. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.191>
- Azizah, M., & Aswad, M. (2022). Pengaruh Belanja Online Pada E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial di Blitar. *journal-nusantara.com*. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i4.550>
- Baltar, F., & Brunet, I. (2012). Social research 2.0: virtual snowball sampling method using Facebook. *Internet Research*, 22(1), 57–74. <https://doi.org/10.1108/10662241211199960>
- Deny, S. (2023, November 7). Masih Digandrungi, Pengguna E-Commerce Indonesia Capai 196 Juta di 2023. *liputan6.com*. Retrieved May 11, 2024, from <https://www.liputan6.com>

- Finaka, A. W., Oktari, R., & Syaifullah, A. (n.d.). Fitur COD, bayar langsung nggak pakai bentak. Retrieved from <https://indonesiabaik.id/infografis/fitur-cod-bayar-langsung-nggak-pakai-bentak>
- Hendra, D. (2018, March 8). Jalan Panjang Tokopedia Menjadi Unicorn Indonesia. Retrieved May 11, 2024, from <https://swa.co.id/read/186902/jalan-panjang-tokopedia-menjadi-unicorn-indonesia>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert scale: explored and explained. *British Journal of Applied Science and Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/bjast/2015/14975>
- Khan, A. G. (2016). Electronic Commerce: A study on Benefits and Challenges in an Emerging economy. *Global Journal of Management and Business Research*, 16(B1), 19–22. Retrieved from <https://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/1901>
- Lamé, G. (2019). Systematic Literature Reviews: An Introduction. *Proceedings of the . . . International Conference on Engineering Design*, 1(1), 1633–1642. <https://doi.org/10.1017/dsi.2019.169>
- Mubarok, I. (2022, December 14). Apa Itu Marketplace? Pahami Bedanya dengan Toko Online! Retrieved from <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>
- Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Rakhmawati, N. A. (2021). ANALISA TRANSAKSI BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32. <https://doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>
- Pramesta, N. R., Natania, C. M., Izdihar, A. H., & Rakhmawati, N. A. (2023). A Analisis Pengaruh Strategi Flash Sale Terhadap Minat Beli dan Perilaku Impulsif Mahasiswa ITS. *ojsiibn1.indobarunasional.ac.id*. <https://doi.org/10.47024/js.v10i3.487>
- Rakhmawati, K. (2021). PELATIHAN PENJUALAN ONLINE MENGGUNAKAN MARKETPLACE PADA UKM DI BANTUL. *Dharma*, 2(1). <https://doi.org/10.31315/dlppm.v2i1.4794>
- Sasmita, A., Ambarita, Y. M., & Putri, A. M. (2021, July 25). Strategi Pemasaran Tokopedia dalam Persaingan Antar E-Commerce dengan Analisis Swot. Retrieved from <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1403>
- Sim, L., Christopher, M., Nafitra, H. D., Panjaitan, J. S. V., & Rakhmawati, N. A. (2023). PEMILIHAN PLATFORM E-COMMERCE PADA KALANGAN MAHASISWA ITS DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEIGHTED PRODUCT. *Jurnal Teknoinfo*, 17(1), 36. <https://doi.org/10.33365/jti.v17i1.2252>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2009). Metode penelitian survai. *Koleksi Buku UPT Perpustakaan Universitas Negeri Malang*. Retrieved from <http://library.um.ac.id/free-contents/index.php/buku/detail/metode-penelitian-survai-penyunting-masri-singarimbun-sofian-effendi-18473.html>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Alfabeta.

- Sukmana, Y. (2023, December 7). Survei Populix: 54 Persen Masyarakat RI Belanja di “E-commerce”, Mayoritas Gen Z. *KOMPAS.com*. Retrieved from <https://money.kompas.com>
- Svobodová, Z., & Rajchlová, J. (2020). Strategic Behavior of E-Commerce Businesses in Online Industry of Electronics from a Customer Perspective. *Administrative Sciences*, 10(4), 78. <https://doi.org/10.3390/admsci10040078>
- Walpole, R. E. (1990). *Pengantar statistika* (3rd ed.). Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Widayanti, E. R. (2019). PENGARUH MARKETPLACE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PADA UKM (STUDI PADA UKM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA). *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.12928/optimum.v9i1.11924>



Pengaruh Kualitas Produk, *E-Wom* dan Jaringan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan

Indra Bayu Siregar¹, Tukimin Lubis², Nur'ain Harahap³, Munawaroh⁴

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen,
Universitas Muslim Nusantara Al – Washliyah

Alamat: Jl. Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara
20147

Email korespondensi: indrabayusiregar4@gmail.com

Abstract: *Several factors influence consumer purchasing decisions at PT Melia Sehat Sejahtera Medan including product quality, e-WOM and network. This research aims to find out how much influence product quality, e-WOM and network have on consumer purchasing decisions at PT Melia Sehat Sejahtera Medan. The research method used in this research is quantitative descriptive research, the sampling technique in this research is using the Slovin Formula, where a population of 120 is then a sample of 55 people. The data collection techniques used were observation, questionnaires. The data analysis technique used is the multiple linear regression test. Based on the research results, there is a partial influence of product quality variables on consumer purchasing decisions. The e-wom variable influences consumer purchasing decisions. Network variables influence consumer purchasing decisions. Simultaneously, product quality, e-WOM and network variables jointly influence consumer purchasing decisions at PT Melia Sehat Sejahtera Medan.*

Keywords: *Product Quality, E-WOM, Network, Consumer Decisions*

Abstrak: Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada PT Melia Sehat Sejahtera Medan diantaranya adalah kualitas produk, e-wom dan jaringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, e-wom dan jaringan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Melia Sehat Sejahtera Medan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kuantitatif, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan Rumus Slovin, dimana populasi sebanyak 120 kemudian menjadi sampel sebanyak 55 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner. Teknik analisis data digunakan adalah uji regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh secara parsial variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel e-wom berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel jaringan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan variabel kualitas produk, e-wom dan jaringan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Melia Sehat Sejahtera Medan.

Kata kunci : Kualitas Produk, E-WOM, Jaringan, Keputusan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan bisnis pada era globalisasi yang semakin sempit ini, para perusahaan dituntut untuk selalu memberikan produk terbaik guna untuk memenuhi segala kebutuhan manusia dalam berbagai aktivitas maupun kesibukan masyarakat, menyebabkan masyarakat membutuhkan suatu produk yang dapat mendukung kesehatan agar tetap produktif dalam menjalankan aktivitas. Untuk mendorong mobilitas dan pertukaran informasi yang semakin cepat terutama dibidang perdagangan produk tersebut dan mendukung kegiatan

pemasarannya, maka dibutuhkan perkembangan teknologi yang mendukung. Peluang tersebut telah dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan untuk mengembangkan bisnis.

Adanya faktor yang mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk adalah kualitas produk, *electronic-word of mouth*, dan jaringan terhadap pemasaran produk tersebut. Kualitas produk merupakan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Kotler & Armstrong, 2014). Salah satu keunggulan dalam persaingan yang diutamakan adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen pada suatu produk. Apabila suatu produk tidak sesuai dengan spesifikasi maka, produk tersebut akan ditolak. Demikian juga konsumen dalam memperoleh suatu produk, konsumen selalu berharap agar produk yang dibelinya dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan serta kebutuhan masyarakat, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang baik dapat memenuhi harapan konsumen dimana hal ini harus diperhatikan dan dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan dalam kemajuan produktivitas perusahaan.

Electronic word of mouth saat ini menjadi bagian penting dalam suatu pemasaran mengingat bahwa komunikasi dalam *electronic word of mouth* mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan munculnya era elektronik seperti sekarang ini *word of mouth* tidak perlu lagi dilakukan tatap muka secara langsung, *Word of mouth* didefinisikan secara lebih luas tidak lagi terbatas pada situasi percakapan tatap muka, tetapi juga termasuk hal-hal seperti percakapan telepon.

Konsumen menyampaikan keluhan dan memuji perusahaan/produk atau jasa yang mereka nilai baik tetapi untuk khalayak yang lebih luas, percakapan model ini merupakan bentuk baru dari komunikasi lisan. Pergeseran *word of mouth* dari bentuk lisan ke teknologi, Jenis baru ini secara populer disebut *electronic word of mouth*. Konsumen lebih mempercayai *electronic word of mouth* dalam menilai sebuah produk, dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka dibandingkam iklan. *Electronic word of mouth* menjadi sarana penting bagi konsumen untuk mendapatkan informasi tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan serta semakin tinggi *electronic word of mouth* yang dilakukan oleh perusahaan terhadapkonsumen maka akan menciptakan minat beli yang semakin tinggi.

PT. Melia Sehat Sejahtera adalah sebuah perusahaan yang memasarkan produk-produk makanan kesehatan yang berkualitas tinggi dengan sistem “*Multi-Level Marketing*”, *marketing Plan* yang digunakan oleh PT Melia Sehat Sejahtera yaitu dengan konsep merekrut konsumen dan hanya membangun jaringan dua group hal ini tentu saja sangat membutuhkan hubungan dengan para konsumen, pemasok dan distributor yang tujuannya hanya untuk pelanggan. PT Melia Sehat Sejahtera memiliki produk kesehatan alami untuk membantu tubuh dari berbagai serangan penyakit yang disebabkan virus, bakteri, jamur. Produk PT Melia Sehat Sejahtera tersebut adalah Melia Propolis dan Melia Biyang. Melia Propolis adalah obat holistik yang dapat diminum untuk pemakaian luar dan dalam. Sedangkan Melia Biyang adalah produk Melia yang digunakan dengan cara disemprot di bawah lidah atau pada bagian tubuh kulit yang bermasalah.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas ,maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh jaringan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth*, jaringan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan peneliti, adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi dan bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang akan dihadapi, terutama mengenai pengaruh kualitas produk, *electronic word of mouth* dan jaringan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan guna meningkatkan omset penjualan, meningkatkan konsistensi produk serta memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang telah diperolehnya sehingga nantinya perusahaan akan mendapatkan suatu

kemajuan serta keunggulan dalam penjualanya.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan berupa penerapan teori, juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam bidang pemasaran dan pengembangan sekaligus pemahaman mengenai kualitas produk, *electronic word of mouth* dan jaringan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di PT. Melia Sehat Sejahtera Medan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya dalam pemasaran. Khususnya permasalahan yang berhubungan dengan variabel kualitas produk, *electronic word of mouth* dan jaringan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hasil penelitian ini nantinya sebagai bahan pertimbangan sekaligus haluan dalam mengadakan penelitian yang sama di bidang pemasaran

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2004:547) menyatakan keputusan konsumen adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan konsumen, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) keputusan konsumen adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler (2009) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Dari definisi pendapat diatas, disimpulkan bahwa keputusan konsumen adalah salah satu sifat individu, kelompok maupun organisasi yang membutuhkan pertimbangan dalam memilih dan memiliki suatu barang ataupun jasa untuk dipergunakan dalam memenuhi kebutuhannya.

Kotler (2005:227) terdapat dua factor yang mempengaruhi niat konsumen dan keputusan konsumen, kedua faktor tersebut adalah :

1. Sikap Orang Lain Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
2. Situasi yang tidak terantisipasi Faktor situasi yang tidak terantisipasi dapat muncul dan mengubah niat konsumen.

Kualitas Produk

Kotler (2005:49) menyatakan kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Menurut Etta Mamang dan Sopiah (2012) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sebuah hasil berupa produk maupun jasa yang nantinya akan memberikan nilai tersendiri kepada konsumen dalam memperoleh maupun dalam penggunaan produk atau jasa tersebut.

E-WOM

Electronic word of mouth merupakan pernyataan yang dibuat oleh konsumen actual, potensial atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet. Komunikasi ewom dapat terjadi dalam banyak cara misalnya *platform* pendapat berbasis web, forum diskusi, situs boikot web, atau berita kelompok (Godfrey Themba & Monica Mulala, 2018).

Menurut Hennig Thurau et.al., (2014) mengemukakan bahwa *electronic word of mouth* ialah pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial atau mantan pelanggan tentang produk, yang ditujukan untuk banyak orang melalui internet. Konsumen biasanya cenderung menerima saran dari berbagai macam sumber bisa melalui kerabat, teman, dan kolega.

Pelanggan menggunakan media online dengan tujuan untuk berbagi pengalaman mereka sendiri terhadap suatu merek, produk, ataupun layanan yang sudah pernah mereka alami sendiri selain itu konsumen juga memanfaatkan pengalaman orang lain, ketika ingin

membeli sesuatu sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa (Evans dan Mckee, 2016).

Electronic word of mouth adalah proses dengan menggunakan media internet. Dengan aktivitas dalam ewom konsumen akan mendapatkan tingkat transparansi pasar yang tinggi dengan kata lain konsumen memiliki peran aktif yang lebih tinggi dalam siklus rantai nilai sehingga konsumen mampu mempengaruhi produk dan harga berdasarkan preferensi individu. Menurut Litvin, Goldsmith dan pan (2014), *electronic word of mouth* bersifat logis, persuasif didasari atas fakta – fakta mengenai suatu produk maka akan menghasilkan suatu dampak yang positif terhadap minat pembelian, selainitu kuantitas *electronic word of mouth* juga memiliki hubungan yang positif dalam minat beli konsumen.

Menurut Chatterjee dalam Jalilvand dan Samiei (2020) penggunaan internet dan jejaring sosial yang meningkat juga merupakan hal penting dimana saat ini *word of Mouth* tidak hanya dilakukan perorangan namun bisa dalam bentuk apa saja termasuk internet yang disebut dengan *electronic word of mouth* (e-wom). Komunikasi *electronic word of mouth* memiliki beberapa karakteristik yang sama dengan komunikasi *word of mouth* tradisional. Pertama, tidak seperti *word of mouth* tradisional.

Komunikasi *electronic word of mouth* memiliki skalabilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya dan kecepatan difusi. *Word of mouth* tradisional, berbagai informasi terjadi antara kelompok-kelompok kecil orang dalam mode sinkron atau saling terhubung. Informasi di *word of mouth* tradisional biasanya dipertukarkan dalam percakapan pribadi atau dialog. Informasi dalam bentuk *electronic word of mouth* tidak perlu ditukar pada saat yang sama ketika semua komunikator hadir. Contohnya penggunaan forum dapat membaca dan menulis komentar orang lain setelah topik pembicaraan dibuat. Kedua, tidak seperti *word of mouth* tradisional, komunikasi *electronic word of mouth* lebih tetap dan mudah diakses. Sebagian besar informasi berbasis teks yang disajikan di internet diarsipkan dan dengan demikian akan tersedia untuk waktu yang tidak terbatas. Ketiga, komunikasi *word of mouth* lebih terukur dibandingkan *word of mouth* tradisional.

Format presentasi, kuantitas, dan persistensi komunikasi *electronic word of mouth* telah membuat mereka lebih mudah diamati. Informasi *electronic word of mouth* yang tersedia secara online jauh lebih produktif dalam jumlah dibandingkan dengan informasi yang diperoleh dari kontak tradisional di dunia offline. Didunia online ada bermacam-macam cara dimana konsumen dapat bertukar informasi. Pengguna internet dapat melakukan *electronic*

word of mouth melalui berbagai saluran online, termasuk blog, email, situs ulasan (*review*) konsumen, forum, komunitas konsumen virtual, dan situs jejaring sosial.

Menurut Kamtarin (2017) penyebaran informasi melalui *ewom* dilakukan melalui media online atau internet, berbagai jenis media sosial lainnya yang bisa menimbulkan interaksi antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Dengan adanya komunikasi sosial secara online ini akan secara otomatis bisa membantu konsumen berbagi pengalaman tentang produk dalam melakukan proses pembelian.

Jaringan

Jaringan usaha merupakan salah satu aset paling kuat yang bisa dimiliki oleh siapa pun dimana terdapat ketersediaan akses terhadap kuasa, informasi, pengetahuan dan modal serta jaringan lainnya (Sengupta, 2016). Gulati et al, (2018) berpendapat bahwa jaringan strategis membuat perusahaan dapat mengakses informasi, sumber daya, pasar, dan teknologi. Selain itu, tingkah laku dan kinerja perusahaan dapat lebih dipahami sepenuhnya dengan memeriksa jaringan hubungan perusahaan tersebut. Fitur-fitur lainnya yang dikaitkan dengan relasi campuran yaitu jenis-jenis jaringan yang berbeda: jaringan sosial, jaringan operasi, jaringan informasi, jaringan sosial dan jaringan kerja, memungkinkan pertumbuhan pada tahap pembangunan yang berbeda (Lechner dan Dowling, 2018).

Jaringan juga diartikan sebagai pola hubungan individu dengan individu lainnya, dengan jumlah individu yang bervariasi, dapat bersifat antar kelompok, atau antar organisasi yang dapat berupa jaringan keluarga dan etnis dimana anggotanya adalah masih memiliki hubungan keluarga, jaringan komunitas, jaringan organisasi atau jaringan pemasok dengan pembeli (Faidal, 2017). Jaringan menurut Faidal, (2017) dapat berbentuk tunggal antara dua pihak atau lebih dari dua pihak. Dapat berbentuk formal atau informal pada area lokal atau interlokal maupun ikatan bisnis atau antara sektor yang berbeda. Jaringan digunakan untuk menunjukkan pola hubungan antar individu, antar kelompok, dan antar organisasi.

Jaringan didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu sistem manajemen jaringan untuk memenuhi atau melebihi harapan pengguna dengan menyediakan fungsi diharapkan atau informasi yang diinginkan dengan cara yang handal, dapat diprediksi, berulang dan tepat waktu (Suryati, 2015). Hills dan Hultman (2016) menggunakan tolak ukur pemasaran usaha melalui jaringan usaha yang dapat diamati dengan menggunakan mitra industri dan adanya pertukaran informasi. Alhasil dapat mendukung perusahaan menjadi mapan dan dapat membantu suatu usaha agar dapat melampaui tahap awal perkembangan mereka.

Pengembangan jaringan bisnis baik di dalam negeri maupun di luar negeri terus dikembangkan untuk bersaing di pasar global. Upaya pengembangan yang harus dilakukan terutama bertujuan untuk meningkatkan cakupan ekonomi, efisiensi produksi, pengelolaan bisnis yang efisien, dan memperluas pangsa pasar baik dalam maupun luar negeri. Dengan demikian perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain baik perusahaan lokal atau perusahaan luar negeri (Dipta, 2022).

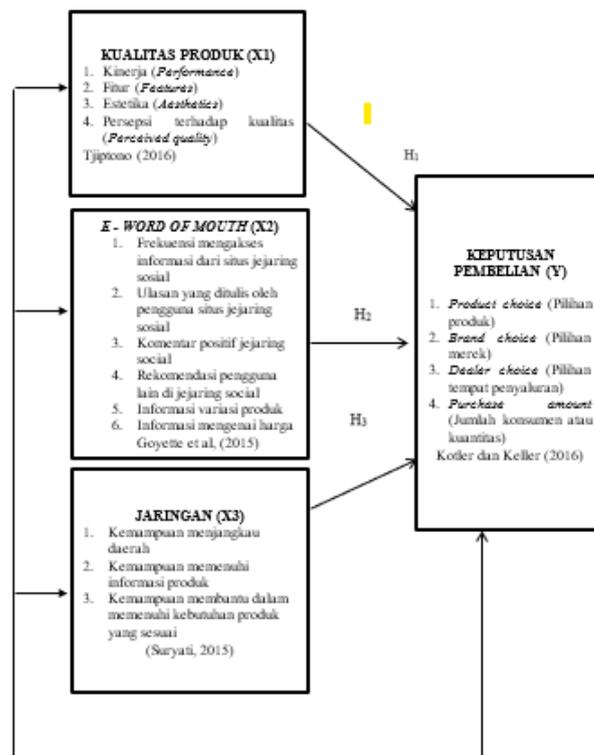
Perusahaan akan mendapatkan pengalaman bisnis secara langsung dengan adanya jaringan bisnis (*business network*) dengan berbagai institusi terkait seperti pemasok, pedagang, pelanggan dan lainnya. Karena institusi- institusi tersebut memberikan aliran informasi yang bermanfaat kepada perusahaan, sehingga dengan adanya pengalaman itu pada akhirnya kinerja perusahaan dapat ditingkatkan (Faidal, 2017).

Berdasarkan literatur tersebut jaringan usaha diukur dengan dua karakter menurut (Hills dan Hultman, 2016) :

- a. Penggunaan mitra industri dan kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk.
- b. Sebagian besar keputusan pemasaran didasarkan pada pertukaran informasi dengan jaringan pribadi dan jaringan profesional.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang dibangun dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif yaitu penulis mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kusioner sebagai alat pengukur data yang pokok. (Sugiyono 2017:11). Populasi penelitian ini merupakan konsumen pada produk euro bakery dengan jumlah konsumen sebanyak 306 orang yang diambil dari hasil data penjualan pada bulan terakhir yaitu pada bulan Desember 2022. Total sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden (Rumus Slovin). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda (*multiple regression*) dengan menggunakan SPSS 22 (Ghozali,2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.695	1.147

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi R = 0,844 sehingga variabel independen (kualitas produk, e-wom, jaringan). Selain ini besarnya nilai *adjusted R²* = 0,695, sehingga besarnya persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk, e-wom, jaringan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar = 0,695 x 100% = 69,50%, sementara itu sisanya sebesar 40,50% dipengaruhi oleh variabel lain diluar lingkup penelitian yang dilakukan.

Hasil Uji t

Berdasarkan hasil pengolahan data dari responden, diperoleh nilai t_{hitung} untuk setiap variabel penelitian yaitu :

- Variabel kualitas produk (X_1), nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 7.324 > 1,66 pada signifikan 0,000 < 0,05.
- Variabel e-wom (X_2), nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, 3.217 > 1,66 pada signifikan 0,002 < 0,05.

c) Variabel jaringan (X_3), nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, $2.333 > 1,66$ pada signifikan $0,040 < 0,05$.

Hasil Uji F

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	165.749	3	55.250	42.001	.000 ^b
Residual	67.087	51	1.315		
Total	232.836	54			

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Pada Uji Simultan guna mengetahui pengaruh yang diberikan secara simultan variabel X (kualitas produk, e-wom, jaringan) terhadap variabel dependen terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil SPSS, bahwa pada tabel di atas diperoleh nilai $F_{hitung} = 42,001$ pada tingkat signifikan 0,000. Sementara itu pada jumlah sampel $n = 55$ diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,98$. Dengan demikian, disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $42,001 > 2,98$, sehingga variabel kualitas produk, e-wom, jaringan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil uji t untuk pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin baik keputusan pembelian. PT Melia Sehat Sejahtera Medan memiliki konsep produk sehat dimana hal ini sudah memiliki kesan yang positif dimata konsumen.

Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Wijaya (2018) yang mengartikan kualitas produk adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran,

rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan mampu meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk yang diproduksi perusahaan berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

2. Pengaruh E-WOM (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Y).

Berdasarkan penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh *e-word of mouth* (*e-wom*) terhadap keputusan pembelian hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *e-wom* adalah 3,217 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ dan nilai signifikan *e-wom* sebesar $0.002 < 0.05$ artinya dari hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima) menunjukkan bahwa *e-wom* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT Melia Sehat Sejahtera Medan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh *e-wom* seseorang akan mendorong semakin tingginya keputusan pembelian produk di PT Melia Sehat Sejahtera Medan. Dengan meningkatnya promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan maka keputusan pembelian akan produk semakin meningkat, dimana dengan promosi yang dilakukan secara *genera r* maka konsumen akan lebih mudah menerima informasi yang mereka inginkan dengan demikian keputusan pembelian terhadap produk PT Melia Sehat Sejahtera Medan akan semakin meningkat.

Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) melalui internet adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran secara individu di internet. Promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik. Promosi juga dapat mempengaruhi pola pikir konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan maupun dalam hal mengantisipasi adanya persaingan dari usaha lain yang sejenis. Dalam pemasaran, promosi berarti berusaha meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang keberadaan produk dengan kegunaan tertentu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Pengaruh Jaringan (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan, dimana konsumen benar-benar membeli. Proses keputusan pembelian merupakan suatu perilaku konsumen untuk menentukan suatu proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu produk. proses

pengambilan keputusan pembelian terdiri dari proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari berbagai macam tahap dan faktor yang mempengaruhinya salah satunya adalah jaringan. Jaringan bisnis mampu menjangkau informasi yang lebih luas di daerah-daerah bahkan sampai yang terpencil. Dengan adanya jaringan maka produk mampu lebih dikenal dan sangat membantu masyarakat dalam berkomunikasi tanpa harus datang ke toko resmi untuk bertanya informasi produk. Dengan adanya jaringan maka konsumen yang menginginkan produk dan informasi produk maka tidak perlu bingung dalam melakukan komunikasi dengan terkait *product knowledge*. Strategi jaringan yang dilakukan para PT. Melia Sehat Sejahtera Medan untuk mengenalkan produknya dikalangan konsumen. Upaya yang dilakukan yaitu dengan menggunakan berbagai *platform* untuk menembus media yang beragam.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan penjelasan di atas, maka berikut ini disampaikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Melia Sehat Sejahtera Medan secara parsial.
2. Terdapat pengaruh e-wom terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Melia Sehat Sejahtera Medan secara parsial.
3. Terdapat pengaruh jaringan terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Melia Sehat Sejahtera Medan secara parsial.
4. Terdapat pengaruh kualitas produk, e-wom dan jaringan terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Melia Sehat Sejahtera Medan secara simultan.

Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu sebaiknya PT. Melia Sehat Sejahtera Medan. Meminimalisir kesalahan produksi seperti kemasan bocor saat dikirim atau jenis *safety packing* lainnya jika dikirim dalam ataupun luar kota.
2. PT. Melia Sehat Sejahtera Medan sebaiknya meningkatkan promosi secara online melalui mulut ke mulut agar konsumen yang menginginkan informasi melalui media sosial dan website pencarian lebih terarah untuk mencari informasi produk daripada

melihat kekurangan produk yang disebarakan oleh para konsumen lainnya.

PT. Melia Sehat Sejahtera Medan sebaiknya melakukan evaluasi jaringan yang mana yang masih aktif dan tidak aktif, hal ini penting dilakukan agar konsumen tau jaringan mana yang mampu informasi produk dengan cepat sesuai dengan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 2015, *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name.*, United States of America, The Free Press
- Buchari Alma. 2019. *Kewirausahaan*, edisi revisi. Bandung: Alfabeta.
- Dedhy Pradana, S. H. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan konsumen motor*. Kinerja, 18
- Djasmin Saladin (2019). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit : Jakarta
- Fandy Tjiptono (2014). *Strategik Pemasaran*, Andi, Yogyakarta
- Harini. (2014). *Penetapan Harga, Makro Ekonomi Pengantar*, PT. Gramedi
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 1 edisi 13* (Jakarta : Indeks,2014)
- Kotler (2014). *Marketing Mix*. Mc. Graw Hill Publisher
- Kotler&Amstrong, *principles of marketing*.new jersey : pearson education limited.2014
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT Index.
- Kotler, Philip, 2019, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip/Amstrong. 2019. *Manajemen Pemasaran* Edisi Millenium. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Kotler. Amstrong 2019. *Prinsip –Prinsip Pemasaran* Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. Erlangga.
- Lupioyadi, Rambat. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ong, A. I., & Sugiharto, S. 2018. *Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pelanggan di Cincau Station Surabaya*. Jurusan Manajemen Pemasaran, Vol. 1, No. 2, 1-11.
- Rangkuti, F. (2019). *The power of brands: teknik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah (2018). *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta
- Sari, Devi Puspita, and Audita Nuvriasari. "Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan konsumen produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)." *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis* 3.2 (2018): 73-83.

- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. 2019. *Customer Behavior*. Prentice Hall Inc. USA.
- Senly, Alvian. *Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan konsumen mobil Mitsubishi Colt Diesel pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone*. Diss. FE, 2017.
- Setiadi, Nugroho J. 2019. *Perilaku Konsumen*. Kencana, Jakarta
- Simamora, Bilson. 2019. *Aura Merek*. Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi
- Sudaryono., (2016). *Manajemen Pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI CV
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke 10, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono . (2017).” *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D* . Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi dengan Metode R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono.(2018)*Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit : Alfabeta Yogya
- Supangkat, Aditya Hangga, and Supriyatin Supriyatin. "Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan konsumen tas di intako." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.9 (2017).
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2015)” *strategi pemasaran*, Edisi ketiga. Yogyakarta
- Vidyayanti, R. 2015. *Faktor-faktor yang Menjelaskan Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Konsumen Pada Butik Online*. Tesis Binus Business School
- Wirapraja, Alexander, et al. *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis, 2021.



Studi Sistem Informasi Manajemen: Kasus Indomaret

Nita Khairani Siregar

Universitas Malikussaleh

Email: nita.220420021@mhs.unimal.ac.id

Rayyan Firdaus

Universitas Malikussaleh

Email: rayyan@unimal.ac.id

Alamat: Jl. Cot Tengku Nie, Reulet, Muara Batu, Aceh Utara, Aceh

Korespondensi penulis: nita.220420021@mhs.unimal.ac.id

Abstract. *Indomaret, Indonesia's largest mini market, uses a management information system (SIM) for its sales. When it comes to utilizing SIM, Indomaret employs a variety of methods, including the acquisition of business and personnel in the ritel sector. The process of using the operational Indomaret SIM and implementing it for business purposes is an important aspect. Because of this, the purpose of this article is to investigate a variety of SIM Indomaret features. In order to address a variety of Indomaret functions, including inventories, logistics, SDM, keuangan, and penjualan management, the SIM was developed with the help of a large and persistent Estonian market. The SIM Indomaret system includes hardware such as a hard drive, a memory stick, a database, and software such as a computer and a telephone.*

Keywords: *minimarket, Indomaret, Management Information System (SIM).*

Abstrak. Sistem Informasi Manajemen (SIM) sangat penting bagi keberhasilan jaringan gudang terbesar di Indonesia, Indomaret. Indomaret menghadapi tantangan dalam pengelolaan MIS seperti perkembangan bisnis dan persaingan di sektor ritel. Memahami cara kerja MIS Indomaret dan dampaknya terhadap kinerja bisnis sangatlah penting. Oleh karena itu, tujuan dari makalah ini adalah untuk mengetahui berbagai aspek MIS Indomaret. Karena ekspansi yang pesat dan jaringan toko nasional yang besar, MIS Indomaret digunakan untuk mengelola inventaris, rantai pasokan, sumber daya manusia, keuangan, dan penjualan. Komponen MIS Indomaret meliputi perangkat keras, perangkat lunak, pengetahuan manusia, prosedur, database, serta jaringan komputer dan telekomunikasi. MIS menjadi landasan pencapaian Indomaret sebagai jaringan gudang terbesar di Indonesia. Karena ekspansinya yang pesat dan banyaknya gerai di seluruh tanah air, kartu SIM digunakan untuk memantau inventaris, rantai pasokan, sumber daya manusia, keuangan, dan penjualan Indomaret. Komponen SIM Indomaret terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, program otak, metode, database dan jaringan komputer dan komunikasi.

Kata kunci: *minimarket, Indomaret, Sistem Informasi Manajemen (SIM).*

LATAR BELAKANG

Sistem informasi manajemen (SIM) merupakan bagian integral dari kesuksesan Indomaret sebagai jaringan toko serba ada terbesar di Indonesia, menjadikan operasional lebih efisien dan memenuhi beragam kebutuhan pelanggan. Indomaret berkembang pesat dan memiliki banyak gerai di seluruh tanah air serta mengandalkan MIS untuk mengendalikan berbagai aspek seperti inventaris, rantai pasokan, sumber daya manusia, sistem keuangan dan penjualan. Sebagai perusahaan ritel yang berkembang pesat dengan jangkauan yang luas, Indomaret menghadapi tantangan unik khususnya di bidang pengelolaan sistem informasi yang efektif. Mereka harus memastikan bahwa MIS mereka dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan bisnis dan menavigasi perubahan peraturan ritel. Oleh karena itu, pemahaman menyeluruh tentang cara kerja MIS di Indomaret, dampaknya terhadap kesuksesan bisnis, dan

pendekatan untuk mengatasi tantangan yang ada sangatlah penting. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengkaji berbagai aspek MIS Indomaret termasuk manajemen inventaris, keuangan, sumber daya manusia, dan integrasi sistem rantai pasokan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dampak MIS terhadap operasional Indomaret dan proses pengambilan keputusan serta bagaimana perusahaan menghadapi kompleksitas pengelolaan sistem informasi untuk mendorong kesuksesan dan pertumbuhan lanskap ritel Indonesia yang dinamis.

Menurut Machmud (2013), sistem informasi manajemen (SIM) adalah sistem informasi yang dirancang untuk mengumpulkan, memproses, menganalisis, mengevaluasi, dan menyajikan informasi berharga yang mendukung berbagai fungsi manajemen. MIS membantu merencanakan, memutuskan, mengarahkan dan mengendalikan aktivitas organisasi. Ini mencakup bidang-bidang seperti keuangan, sumber daya manusia, inventaris, produksi dan pemasaran dan membantu manajer mengoptimalkan kinerja dan mencapai tujuan organisasi. Bagi jaringan pergudangan terbesar di Indonesia, Indomaret, peran sistem informasi manajemen (SIM) dalam memastikan efisiensi operasional dan memenuhi beragam kebutuhan pelanggan sangatlah penting, seperti yang disoroti dalam konteks ini. Karena ekspansinya yang cepat dan kehadiran nasional yang luas, Indomaret mengandalkan MIS untuk memantau berbagai fungsi seperti manajemen inventaris, rantai pasokan, sumber daya manusia, sistem keuangan dan penjualan. Namun, pengelolaan MIS menghadirkan tantangan unik bagi Indomaret, yang mengharuskan sistem informasi Indomaret mampu beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan bisnis dan memenuhi perubahan peraturan ritel.

Sangat penting untuk memahami cara kerja MIS di Indomaret, pengaruhnya terhadap kesuksesan bisnis, dan cara perusahaan mengatasi tantangan yang ada. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek MIS Indomaret seperti manajemen inventaris, keuangan, sumber daya manusia, dan integrasi sistem rantai pasokan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang dampak MIS terhadap operasi dan proses pengambilan keputusan Indomaret, serta strategi manajemen sistem informasinya untuk mendorong keberhasilan dan pertumbuhan industri ritel Indonesia yang dinamis.

KAJIAN TEORITIS

Sistem informasi manajemen (SIM) memberi organisasi struktur untuk mengelola dan menganalisis data guna mendukung proses pengambilan keputusan. Dalam lingkungan ritel modern seperti Indomaret, MIS sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional,

mengelola inventaris, memberikan layanan pelanggan yang lebih baik, dan mendukung keputusan strategis.

Konsep Dasar Sistem Informasi Manajemen

SIM terdiri dari beberapa elemen yang saling terkait seperti perangkat keras, perangkat lunak, data, prosedur dan sumber daya manusia. Elemen-elemen ini bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi terkait. Dalam industri ritel, MIS biasanya digunakan untuk manajemen transaksi penjualan, pencatatan inventaris, analisis penjualan, dan pelaporan keuangan.

Peran MIS di Indomaret

Sebagai salah satu jaringan mini market terbesar di Indonesia, Indomaret menggunakan MIS untuk beberapa tujuan utama:

1. Manajemen Inventaris: MIS memungkinkan Indomaret memantau tingkat inventaris secara nyata waktu – waktu, meminimalkan risiko persediaan atau kelebihan persediaan dan menyederhanakan proses pengadaan.
2. Pengambilan Keputusan: Informasi yang dikumpulkan dan dianalisis oleh MIS membantu manajemen membuat keputusan yang tepat tentang penawaran produk, strategi pemasaran, dan penempatan toko baru.
3. Layanan Pelanggan: MIS meningkatkan pengalaman pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih cepat dan efisien seperti transaksi cepat dan program loyalitas.
4. Efisiensi Operasional: Dengan mengotomatiskan berbagai proses bisnis, MIS membantu Indomaret mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan.

Pengendalian Internal

Pengendalian internal sangat penting dalam sistem informasi akuntansi Indomaret untuk memastikan laporan keuangan akurat dan bebas kesalahan. Hal ini memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas pengendalian internal dan mempengaruhi kinerja personel.

Strategi Porter

Indomaret menerapkan Strategi Porter untuk meningkatkan kesuksesan bisnis. Pendekatan ini mencakup analisis SWOT, analisis internal dan eksternal, serta penilaian kekuatan dan kelemahan.

Pengembangan MIS

Pengembangan MIS Indomaret mengikuti prinsip dasar Sistem Informasi Manajemen. Hal ini meliputi pemahaman konsep dasar sistem, melakukan analisis kebutuhan, merancang

sistem, mengimplementasikan, dan melakukan evaluasi. Langkah-langkah ini memastikan MIS Indomaret efisien dan efektif dalam mengelola operasional.

Studi Kasus Indomaret

Studi kasus ini mengkaji bagaimana Indomaret menggunakan MIS untuk mendukung operasionalnya. Aspek utama yang perlu dipertimbangkan adalah:

1. Implementasi Teknologi: Identifikasi teknologi yang digunakan dalam MIS Indomaret, seperti sistem *Point of Sale* (POS), perangkat lunak manajemen inventaris, dan platform analitik.
2. Kemajuan dan Tantangan: Menilai kemajuan Indomaret dalam penerapan MIS dan tantangan ke depan seperti integrasi sistem dan pelatihan karyawan.
3. Dampak terhadap Kinerja: Menilai dampak MIS terhadap kinerja operasional dan keuangan Indomaret, termasuk pertumbuhan penjualan, efisiensi biaya, dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Analisis teoritis MIS dalam konteks Indomaret menunjukkan bahwa penggunaan MIS yang efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Dengan mengotomatiskan dan mengintegrasikan berbagai proses bisnis, MIS membantu Indomaret meningkatkan efisiensi, mengambil keputusan yang tepat, dan memberikan layanan pelanggan yang unggul. Memahami dan mengatasi tantangan yang terkait dengan penerapan sistem MIS sangat penting untuk mencapai hasil yang optimal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sujarwen (2014:6), penelitian kuantitatif dicirikan oleh temuan-temuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan statistik atau metode kuantifikasi lainnya. Metode analisis data yang digunakan dalam karya ini adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk memahami aspek-aspek pokok yang menggambarkan keadaan umum materi. Pendekatan analisisnya meliputi:

1. Perspektif keuangan

Dari sudut pandang keuangan, tujuannya adalah untuk menilai tingkat pendapatan dan produktivitas perusahaan Indomaret. Tujuan dari penilaian ini adalah untuk mengukur dari sudut pandang keuangan bagaimana kinerja karyawan mempengaruhi penjualan, yang pada akhirnya mempengaruhi produktivitas perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dan keuntungan.

2. Perspektif Pelanggan

Tujuan utama Indomaret adalah menarik lebih banyak pelanggan sehingga mempengaruhi penjualan setiap produk yang ditawarkan Indomaret Percamil dan pada akhirnya meningkatkan penjualan secara keseluruhan. Diukur dari sudut pandang pelanggan, penelitian ini menilai bagaimana kapabilitas internal perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kinerja produk, inovasi, dan teknologi dengan cara yang selaras dengan preferensi pasar.

3. Proses Bisnis Internal

Perspektif ini berkisar pada proses bisnis internal yang melibatkan seluruh aspek perusahaan, termasuk manajemen dan karyawan, untuk mengembangkan produk yang memuaskan pelanggan dan pemegang saham. Tujuannya adalah untuk mengukur aktivitas yang berkontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi.

4. Perspektif proses pembelajaran

Perspektif pembelajaran berfokus pada penilaian produktivitas karyawan Indomaret berdasarkan kepuasannya terhadap perusahaan. Perspektif ini berupaya mengukur bagaimana kepuasan karyawan terhadap Indomaret mempengaruhi produktivitas mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Menurut Gordon B. Davis (1995), MIS mengacu pada kombinasi sistem manusia dan mesin terintegrasi yang dirancang untuk menyediakan informasi guna memfasilitasi proses operasional, manajerial, dan pengambilan keputusan organisasi. Robert W. Holmes (2010), seperti Agustin (2019), menggambarkan sistem MIS sebagai sistem yang dirancang khusus untuk menyampaikan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengambilan keputusan manajemen, memungkinkan mereka merencanakan, memantau, dan mengevaluasi aktivitas organisasi. Perusahaan kerangka kerja yang berfokus pada perencanaan kinerja, evaluasi kinerja dan pemantauan di semua tingkatan. Robert G. Murdick (2009) mendefinisikan MIS sebagai proses komunikasi dimana masukan dicatat, disimpan, dan diambil untuk menghasilkan keluaran untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan perencanaan, operasi, dan pengendalian. Joseph F. Kelly (2011) menggambarkan MIS sebagai kombinasi sumber daya manusia dan alat komputer yang menghasilkan sistem lengkap untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil, mengkomunikasikan dan memanfaatkan informasi secara efektif untuk mendukung fungsi manajemen dan perencanaan bisnis.

Dari berbagai definisi tersebut penulis mencoba mengungkapkan pengertian MIS secara lebih komprehensif. Dengan demikian, MIS dapat didefinisikan sebagai kerangka konseptual yang mengintegrasikan sumber daya manusia dengan aplikasi informasi berbasis teknologi untuk memfasilitasi pemilihan, penyimpanan, pemrosesan dan pengambilan informasi, yang semuanya bertujuan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan.

Komponen Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Menurut Susanto (2016), integrasi komponen sistem informasi manajemen sangat penting untuk menjamin keandalan informasi di bidang sistem informasi manajemen, komponen-komponen tersebut meliputi:

1. Perangkat Keras: Mengacu pada perangkat fisik yang digunakan untuk mengumpulkan, memasukkan, menyimpan, dan mendistribusikan data yang diproses dalam bentuk informasi.
2. Perangkat Lunak: Perangkat Lunak, yang terdiri dari kumpulan perangkat lunak, memungkinkan penggunaan komputer atau aplikasi tertentu dalam sistem komputer.
3. Perangkat lunak otak: Diakui sebagai bagian terpenting dari sistem informasi manajemen, perangkat lunak otak mengacu pada kecerdasan manusia dan keahlian manajemen sistem.
4. Prosedur: Meliputi serangkaian kegiatan atau tugas yang dilakukan secara terencana dan konsisten untuk mencapai hasil yang diinginkan.
5. Basis Data: Kumpulan informasi yang saling terkait dan terorganisir yang dirancang untuk menyederhanakan proses penyediaan informasi.
6. Jaringan Komputer dan Komunikasi : Komponen ini mencakup infrastruktur dan sistem yang memfasilitasi pertukaran data dan komunikasi antar komputer.

Pada dasarnya, komponen-komponen ini bersama-sama membentuk dasar sistem informasi manajemen, yang bersama-sama memastikan operasi yang efisien dan transmisi informasi yang andal dalam organisasi.

Sistem Informasi Manajemen (SIM) Indomaret

Indomaret menguasai jaringan ritel yang luas di seluruh Indonesia, sehingga menimbulkan berbagai tantangan manajemen. Sistem informasi manajemen (MIS) menyediakan informasi terkini tentang inventaris, penjualan, keuangan dan manajemen sumber daya manusia. Dengan data *real-time* ini, Indomaret dapat langsung menilai efisiensi toko, memfasilitasi optimalisasi operasional, dan memastikan ketersediaan produk kepada pelanggan. Selain itu, memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang cepat.

Manajemen Inventaris yang Efektif

Adalah bagian penting dari bisnis ritel, dan Sistem Informasi Manajemen (SIM) Indomaret memainkan peran penting dalam hal ini. Ini membantu dalam manajemen inventaris yang efektif dengan memantau tingkat stok toko dan mengoordinasikan pengiriman. Hal ini membantu meminimalkan kekurangan inventaris dan menyederhanakan proses manajemen inventaris.

Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan yang baik sangatlah penting. Sistem Informasi Manajemen (SIM) membantu Indomaret melacak data keuangan seperti pemasukan dan pengeluaran. Pelaporan keuangan yang akurat sangat penting untuk membuat keputusan, termasuk strategi investasi, rencana ekspansi, dan inisiatif pengurangan biaya.

Manajemen Personalia

Pengelolaan tenaga kerja dalam jumlah besar secara efektif sangat penting bagi Indomaret. Melalui sistem informasi MIS, perusahaan mengendalikan berbagai bidang manajemen SDM, seperti perencanaan, penggajian, dan pemantauan kinerja. Ini memastikan kelancaran toko dengan tenaga kerja yang terorganisir dengan baik dan berpengalaman. Kinerja Indomaret Melendeng dievaluasi dengan menggunakan Balanced Scorecard. Ukuran kinerja keuangan mencakup target penjualan, profitabilitas, operasi bisnis yang efisien, alokasi modal, dan laporan keuangan berkala. Sepuluh karyawan menyatakan kepuasan mereka terhadap hasil keuangan perusahaan. Metrik kinerja perspektif pelanggan didasarkan pada penawaran produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, ketersediaan ekspansi, kesesuaian teknologi, dan kepuasan pelanggan. Sepuluh karyawan bekerja dengan memuaskan dari sudut pandang pelanggan.

Metrik dari perspektif proses bisnis internal adalah fungsi operasional, perkiraan, peningkatan, layanan khusus, dan metrik sistem. Sepuluh karyawan menyatakan kepuasannya terhadap proses bisnis internal. Sepuluh karyawan menilai efektivitas pembelajaran secara positif. Dengan menggunakan Balanced Scorecard Indomaret Percamil, ukuran keuangan berfokus pada target penjualan, profitabilitas, operasi yang efisien, penempatan modal, dan pelaporan keuangan. Enam karyawan merasa puas dengan kinerja ekonomi. Metrik perspektif pelanggan adalah penawaran produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, ketersediaan ekspansi, kesesuaian teknologi, dan kepuasan pelanggan. Enam karyawan memberikan tanggapan positif dari sudut pandang pelanggan.

Metrik dari perspektif proses bisnis internal adalah fungsi operasional, perkiraan, peningkatan, layanan khusus, dan metrik sistem. Enam karyawan berkinerja memuaskan dalam proses bisnis internal. Enam karyawan menilai positif efektivitas pembelajaran. Menggunakan Balanced Scorecard Indomaret Pinka Matindas, metrik kinerja keuangan berfokus pada target penjualan, operasi yang efisien, alokasi modal, serta manajemen produk dan pendapatan. Empat karyawan puas dengan hasil ekonomi. Metrik perspektif pelanggan adalah penawaran produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan, ketersediaan ekspansi, kesesuaian teknologi, dan kepuasan pelanggan. Empat karyawan merasa puas dengan kinerja dari sudut pandang pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Indomaret mengelola jaringan ritel yang mencakup seluruh Indonesia, sehingga memerlukan tugas manajemen yang kompleks. Sistem informasi manajemen (MIS) menyediakan informasi terkini tentang inventaris, penjualan, keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan begitu, Indomaret bisa langsung mengevaluasi kinerja setiap toko di jaringannya. Fitur-fitur ini membantu mengoptimalkan operasional, memastikan produk yang tepat tersedia bagi pelanggan, dan memfasilitasi pengambilan keputusan yang fleksibel.

Kinerja pegawai di berbagai industri seperti Indomaret Malendeng, Pingkan Matindas, Pasal 4 dan Ranomuut berada pada rentang memuaskan yang dinilai dengan berbagai Balanced Scorecard. Hal ini menunjukkan tingkat kinerja yang konsisten antar sektor dan bidang. Dilatarbelakangi pesatnya pertumbuhan bisnis ritel, kebutuhan akan tenaga kerja yang banyak dan andal pun semakin meningkat. Indomaret menggunakan tiga cara untuk memotivasi karyawannya: kebijakan dan pedoman tertulis yang jelas, program insentif, dan mendorong budaya organisasi yang positif. Perusahaan menerapkan strategi ini secara efektif. Indomaret, yang mengoperasikan jaringan bisnis berskala nasional, menghadapi berbagai tantangan manajemen. Sistem Informasi Manajemen (SIM) memberikan wawasan *real-time* mengenai aspek-aspek yang terkait dengan inventaris, penjualan, keuangan, dan SDM. Informasi yang komprehensif ini memungkinkan Indomaret memantau secara langsung kinerja toko-toko di seluruh jaringannya, Dengan cara ini, efisiensi operasional dapat tercapai, produk tersedia secara optimal bagi pelanggan, dan pengambilan keputusan yang cepat dapat dilakukan.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, H. (2019). Sistem informasi manajemen dalam perspektif Islam. Jakarta: Rajawali Press.
- Davis, G.B. (1995). Sistem manajemen informasi. Jakarta: Binaman Pressindo.
- Kelly, J.F. (2011). Sistem informasi manajemen komputer. Jakarta: Palgrave Macmillan.
- Murdick, R.G. (2009). Sistem informasi manajemen modern. Jakarta: Erlangga.
- Senang, P. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai pada Bank BRI Cabang Kramat Jati Jakarta. Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diambil dari <http://Journal.uinikt.ac.id/index.php/esensi.ac.id>.
- Susanto, A. (2016). Sistem Informasi Manajemen: Konsep dan Pengembangan Integratif. Jakarta: Lingga Jaya.
- Susanto, T., & Hepi, P. (2016). Sistem Informasi Manajemen: Konsep dan Pengembangan Integratif. Jakarta: Prayudiawan.



Memaksimalkan Potensi Crm: Panduan Praktis Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis

Maximizing Crm Potential: A Practical Guide To Improving Business Performance

Riha Fitria Ardelia, Adelia Eka Putri, Shivva Amalia Khoiralla, I.G.N. Andhika Mahendra

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat : Jl. Semolowaru No. 45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 60118

Korespondensi Penulis : adeliaekaa03@gmail.com

Abstract. *In an increasingly competitive business environment, Customer Relationship Management (CRM) is a strategic key for companies in maintaining customer satisfaction and improving performance. This article aims to investigate the influence of CRM on customer satisfaction and company performance to improve business performance. A qualitative approach is used to explore the complex interactions between Customer Relationship Management, customer satisfaction, and company performance from an in-depth perspective. Meanwhile, the literature study method is used to analyze various theories, models and related research findings. This research aims to evaluate the impact of Customer Relationship Management on customer satisfaction and company performance, providing a better understanding of how effective implementation of Customer Relationship Management can strengthen long-term relationships with customers and improve a company's overall business performance.*

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), customer satisfaction, company performance*

Abstrak. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, Customer Relationship Management (CRM) menjadi kunci strategis bagi perusahaan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja. Artikel ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendalami interaksi yang kompleks antara Customer Relationship Management, kepuasan pelanggan, dan kinerja perusahaan dari perspektif yang mendalam. Sementara itu, metode studi pustaka digunakan untuk menganalisis berbagai teori, model, dan temuan penelitian terkait. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak Customer Relationship Management pada kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana implementasi Customer Relationship Management secara efektif dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis keseluruhan perusahaan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), Kepuasan pelanggan, Kinerja perusahaan

PENDAHULUAN

Dalam kompetisi bisnis yang semakin sengit saat ini, perusahaan tidak hanya fokus pada upaya pemasaran, tetapi juga pada retensi dan peningkatan loyalitas pelanggan. Mengakuisisi pelanggan baru dapat memakan biaya hingga lima kali lebih besar daripada menjaga pelanggan yang sudah ada. Pelanggan yang setia cenderung bersedia memberikan testimoni positif dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dengan sukarela. Dalam era

bisnis yang semakin kompleks dan dinamis, Customer Relationship Management (CRM) telah menjadi fokus utama bagi perusahaan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta harapan pelanggan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan penetrasi media sosial, hubungan antara perusahaan dan pelanggan telah berubah secara signifikan. Pelanggan tidak lagi hanya menjadi penerima layanan atau produk, tetapi juga menjadi mitra dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, pengelolaan hubungan dengan pelanggan menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan (Alfian et al., 2021).

Customer Relationship Management (CRM) adalah sistem yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, menemukan calon pelanggan baru dan mendatangkan kembali pelanggan lama yang sudah tidak aktif melakukan pembelian. Software CRM memfasilitasi pengumpulan, pengorganisasian, dan pengelolaan informasi pelanggan, yang mana semua data ini akan tersimpan pada satu tempat. CRM tidak lagi hanya untuk organisasi berskala besar dengan basis data pelanggan yang besar, tetapi juga menguntungkan bahkan untuk organisasi berukuran kecil dan menengah. Sistem CRM yang dirancang untuk memantau dan merampingkan proses penjualan, sistem CRM dapat menjadi salah satu alat manajemen paling baik untuk perusahaan Anda. Beberapa hasil luar biasa dari sistem CRM mencakup peningkatan layanan pelanggan, hubungan pelanggan yang lebih dalam, retensi pelanggan baru, dan inisiatif penjualan dan pemasaran yang jauh lebih sukses.

Perubahan yang cepat dan dinamis dalam lingkungan menjadi tantangan yang tak terhindarkan bagi kemajuan perusahaan. Selain memasarkan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, perusahaan juga harus fokus membangun kepercayaan terhadap mereknya. Meskipun promosi produk dapat kuat, itu tidak selamanya mencerminkan citra positif dari perusahaan itu sendiri. Dengan kata lain, popularitas produk belum tentu sama dengan popularitas perusahaan yang membuatnya. Oleh karena itu, untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk dan merek perusahaan, pelayanan pelanggan harus menjadi prioritas utama.

Meskipun Customer Relationship Management (CRM) menawarkan banyak manfaat, tantangan hadir dalam implementasinya. Integrasi sistem, keamanan data, dan adopsi budaya perusahaan yang berfokus pada pelanggan adalah beberapa tantangan yang harus diatasi. Perusahaan perlu membangun infrastruktur yang kokoh dan memperhatikan faktor-faktor ini agar dapat mengoptimalkan manfaat dari investasi CRM. Penelitian tentang pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan sangat penting untuk memahami

hubungan antara praktik CRM dan hasil bisnis serta untuk mengintegrasikan CRM secara efektif dalam strategi bisnis. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Customer Relationship Management (CRM)

Pengertian mengenai CRM telah diberikan oleh beberapa ahli, misalnya Buttle (2007) mengemukakan bahwa CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. Kemudian Jackson (1985) dalam Sin et al. (2005) menyatakan CRM merupakan pemasaran yang diorientasikan menuju hubungan yang kuat dan lestari dengan pelanggan. Sementara itu, Payne (2000) dalam Sin et al. (2005) menyatakan bahwa CRM berkaitan dengan penciptaan, pengembangan dan peningkatan hubungan pelanggan yang diindividualisasikan dengan pelanggan secara cermat dan menghasilkan pemaksimalan nilai pelanggan. Sedangkan definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2004) CRM yaitu proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen yang menguntungkan dengan memberikan produk yang sangat bernilai bagi konsumen dan membuat konsumen puas. Selanjutnya menurut Schiffman (2004) menekankan bahwa CRM adalah cara perusahaan dalam membina relasi dengan para pelanggan dengan tujuan memelihara kesetiaan dan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk perusahaan yang bersangkutan. Pengertian lain disampaikan Buttle (2007) bahwa CRM adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel dan CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi. Optimalisasi strategi CRM akan lebih efektif jika didukung dengan media komunikasi yang dapat menghubungkan pengusaha dan konsumen yaitu media pemasaran digital seperti media sosial yang dari berbagai penelitian terbukti mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Analisis pengujian perbedaan media konvensional dan media pemasaran digital terhadap kinerja pemasaran, baik dari aspek volume penjualan maupun perluasan wilayah pemasaran, diperoleh nilai negatif dengan probabilitas menunjukkan adanya perbedaan yang sangat signifikan, penggunaan media digital. media pemasaran lebih mampu memberikan dampak yang lebih baik dibandingkan media pemasaran

konvensional dalam meningkatkan kinerja pemasaran produk UMKM (I.G.N. Andhika Mahendra, 2023)

PEMBAHASAN

Konsep Customer Relationship Management

Konsep Customer Relationship Management (CRM) melibatkan serangkaian strategi, proses, dan teknologi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola interaksi dan hubungan dengan pelanggan. Lebih dari sekadar mengelola hubungan dengan pelanggan saat ini, CRM juga mencakup upaya untuk membangun dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan potensial. Fokus utama dari CRM adalah pada pengumpulan, analisis, dan pemanfaatan data pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Salah satu elemen krusial dari konsep Customer Relationship Management adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk mengelola dan menganalisis data pelanggan. Perangkat lunak CRM memegang peran penting dalam membantu perusahaan mengelola informasi pelanggan secara efisien, mulai dari detail kontak dasar hingga preferensi individu dan riwayat pembelian. Dengan menggunakan teknologi CRM yang sesuai, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat, dan mengoptimalkan proses penjualan dan pemasaran.

Namun, perlu ditekankan bahwa Customer Relationship Management tidak hanya tentang teknologi; ini juga melibatkan strategi dan budaya perusahaan. Implementasi Customer Relationship Management yang berhasil membutuhkan keterlibatan seluruh organisasi, mulai dari manajemen hingga staf tingkat dasar, untuk memprioritaskan kebutuhan dan kepuasan pelanggan dalam semua aspek bisnis. Ini melibatkan perubahan budaya dan praktik kerja yang mungkin memerlukan waktu dan upaya yang besar.

Implementasi CRM

Implementasi CRM (Customer Relationship Management) melibatkan serangkaian langkah untuk memperkenalkan, mengintegrasikan, dan mengelola sistem yang dirancang untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam implementasi CRM:

1. **Penilaian Kebutuhan Bisnis:** Identifikasi tujuan bisnis Anda dalam mengadopsi CRM. Apakah Anda ingin meningkatkan retensi pelanggan, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan layanan pelanggan?
2. **Pemilihan Platform CRM:** Pilih platform CRM yang sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda. Ada banyak pilihan, mulai dari solusi open- source hingga solusi terintegrasi yang besar.
3. **Kustomisasi:** Sesuaikan platform CRM dengan kebutuhan bisnis Anda. Ini mungkin melibatkan konfigurasi fitur, pembuatan bidang khusus, atau pengembangan modul tambahan.
4. **Integrasi dengan Sistem yang Ada:** Pastikan CRM terintegrasi dengan sistem lain yang Anda gunakan, seperti sistem manajemen penjualan atau sistem manajemen inventaris.
5. **Pelatihan Karyawan:** Berikan pelatihan kepada karyawan tentang cara menggunakan sistem CRM dengan efektif. Mereka harus memahami bagaimana memasukkan data, menganalisis informasi, dan menggunakan alat CRM untuk berinteraksi dengan pelanggan.
6. **Pengumpulan Data Pelanggan:** Mulailah mengumpulkan data pelanggan yang relevan ke dalam sistem CRM. Ini bisa mencakup informasi kontak, riwayat pembelian, preferensi produk, dan lainnya.
7. **Analisis Data:** Manfaatkan data yang dikumpulkan untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku pelanggan dan tren pasar. Analisis ini dapat membantu Anda membuat strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
8. **Pengembangan Strategi CRM:** Buat strategi komunikasi dan interaksi dengan pelanggan berdasarkan analisis data. Hal ini dapat mencakup kampanye pemasaran yang disesuaikan, program loyalitas pelanggan, atau upaya retensi pelanggan.
9. **Pemantauan dan Evaluasi:** Terus pantau kinerja sistem CRM Anda dan evaluasi apakah tujuan bisnis Anda tercapai. Sesuaikan strategi dan taktik Anda berdasarkan hasil evaluasi ini.
10. **Peningkatan Berkelanjutan:** CRM adalah proses berkelanjutan. Selalu cari cara untuk meningkatkan penggunaan dan efektivitas sistem CRM Anda sesuai dengan perubahan dalam bisnis dan kebutuhan pelanggan.
11. **Pengamatan Kembali ke Pelanggan:** Dengan data yang dikumpulkan dan analisis yang dilakukan, kembali ke pelanggan Anda dengan layanan yang lebih personal dan solusi yang lebih relevan untuk memperkuat hubungan.

Implementasi CRM adalah investasi jangka panjang yang membutuhkan komitmen dari seluruh organisasi untuk memastikan kesuksesannya. Dengan pendekatan yang tepat dan perhatian terus-menerus terhadap kebutuhan pelanggan, CRM dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.

Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dampak Customer Relationship Management (CRM) pada kepuasan pelanggan adalah faktor krusial dalam kesuksesan banyak perusahaan di era industri yang modern. Implementasi Customer Relationship Management yang efisien memberikan peluang besar untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan, membangun kepercayaan, dan memperkuat loyalitas terhadap merek. Dalam perspektif ini, penerapan Customer Relationship Management bukan hanya tentang penggunaan teknologi semata, melainkan juga menjadi dasar filosofi bisnis yang membimbing setiap interaksi perusahaan dengan pelanggan.

Implementasi Customer Relationship Management (CRM) yang berhasil dapat meningkatkan interaksi pelanggan dengan perusahaan. Sistem CRM yang terintegrasi memfasilitasi koordinasi komunikasi antar departemen dan menyediakan akses yang konsisten ke informasi pelanggan. Ini memungkinkan perusahaan untuk merespons dengan cepat dan konsisten terhadap kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan. Namun, kesuksesan implementasi CRM tidak selalu terjamin dan dapat terhambat oleh faktor seperti dukungan manajemen yang kurang, ketidaksesuaian antara sistem dan proses bisnis, serta kurangnya keterlibatan karyawan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam pelatihan karyawan, memastikan integrasi yang mulus antara sistem dan proses bisnis, dan menciptakan budaya organisasi yang mendukung penggunaan CRM. Pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan melibatkan perubahan budaya dan proses organisasi serta penggunaan teknologi. Perusahaan yang berhasil mengimplementasikan CRM memiliki kesempatan lebih besar untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Analisis tentang pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan adalah aspek kunci dalam strategi pemasaran modern. CRM memungkinkan perusahaan untuk memahami lebih dalam preferensi, perilaku, dan kebutuhan pelanggan, serta merespons dengan lebih baik melalui personalisasi layanan dan komunikasi, meningkatkan responsivitas terhadap permintaan dan keluhan pelanggan, dan membangun budaya organisasi yang berorientasi pada pelanggan.

Pengaruh CRM Terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) pada kinerja perusahaan sangat signifikan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini. CRM membantu meningkatkan pengalaman pelanggan dan menguatkan hubungan perusahaan dengan konsumen. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, perusahaan dapat memahami perilaku pembelian, preferensi, dan kebutuhan dengan lebih baik. Ini memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan targeting, dan efisiensi dalam alokasi sumber daya.

CRM juga berperan dalam meningkatkan retensi pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih personal dan relevan, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat ikatan emosional dengan merek. Hal ini dapat menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi dan meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan. Selain itu, CRM memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan penjualan melalui penggunaan data pelanggan untuk membuat kampanye yang lebih terarah dan personal, meningkatkan konversi penjualan, pendapatan, dan profitabilitas.

Customer Relationship Management (CRM) adalah alat yang kuat untuk mencapai tujuan bisnis dengan meningkatkan pengalaman pelanggan, retensi pelanggan, dan efektivitas strategi pemasaran dan penjualan. Namun, untuk memanfaatkan sepenuhnya potensi CRM, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan yang terencana dan memastikan dukungan dari seluruh organisasi. Dengan akses yang lebih baik ke informasi pelanggan, tim penjualan dan pemasaran dapat merespons dengan cepat terhadap peluang bisnis dan memperkuat hubungan dengan pelanggan yang ada. Ini meningkatkan efisiensi operasional dan memungkinkan perusahaan untuk menjaga pelanggan yang ada serta menarik pelanggan baru. CRM juga penting dalam meningkatkan retensi pelanggan dengan menyediakan layanan yang lebih personal dan relevan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mengurangi tingkat kehilangan pelanggan. Namun, keberhasilan implementasi CRM juga tergantung pada komitmen dan manajemen yang efektif dari seluruh organisasi, integrasi yang baik dengan proses bisnis yang ada, dan pelatihan karyawan untuk menggunakan sistem dengan baik. Perlindungan data pelanggan juga perlu diperhatikan untuk memastikan keamanan dan kepatuhan privasi.

Dampak Customer Relationship Management

Implementasi Customer Relationship Management (CRM) memiliki dampak yang besar pada operasional perusahaan dan persepsi pelanggan terhadap merek. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terfokus. Hal ini juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih personal dan relevan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas terhadap merek dan meningkatkan retensi pelanggan.

CRM juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan analisis pasar dan memprediksi tren, membantu mereka tetap kompetitif dan inovatif dalam pasar yang berubah. Namun, keberhasilan implementasi CRM bergantung pada pemilihan platform yang tepat, pelatihan karyawan yang efektif, dan perhatian terhadap privasi dan keamanan data pelanggan. Investasi dalam sistem CRM menjadi strategi penting bagi perusahaan yang ingin tetap relevan dan sukses di era digital ini.

KESIMPULAN

CRM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dengan implementasi yang efektif, perusahaan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan mereka, memperkuat hubungan dengan mereka, dan meningkatkan loyalitas. Melalui pengumpulan dan analisis data yang cermat, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang penjualan baru, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan retensi pelanggan. Selain itu, CRM memungkinkan otomatisasi proses bisnis, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi. Dengan demikian, kinerja bisnis dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pemanfaatan potensi CRM untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan operasional secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

Chadiq, Umar. "Customer Relationship Management (CRM): Pilihan Strategi untuk Meraih Keunggulan Bersaing." *Dharma Ekonomi* 18.33 (2015).

I. G. N. A. Mahendra, I. G. N. A. Maruta, & A. Maduwinarti (2023), "Customer Relationship Management and Utilization of Digital Marketing Media as a Strategy for Increasing the Marketing Performance of MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises)", *J.L.*, vol. 1, no. 01, pp. 103–114.

Indah, Dewi Purnama. "Analisa pengaruh customer relationship management terhadap

keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan." *Business Accounting Review* 1.2 (2013): 50-60.

Solechan, A., & Kusumo, H. (2022). Strategi e-CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Sebuah Literatur Review. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 64-74.

Wijaya, H. D. (2024). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kinerja Perusahaan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(3), 1279-1289.



Analisis Studi Literatur Tantangan Penerapan Flexible Working

Noor Ritawaty

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

noor_ritawaty@yahoo.com

Siti Umairah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

sitimairah771@gmail.com

Khoirul Hadziq

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

khoirulhadziq@gmail.com

Fredy Sitorus

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

tyousaid86@gmail.com

Septa Efrain Tarigan

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Indonesia

septatarigan79@gmail.com

Alamat: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin, Jalan Ahmad Yani Km 5,5
Komplek Waringin ; Kota/Kabupaten, Kota Banjarmasin ; Kode Pos, 70248

Korespondensi penulis: sitimairah771@gmail.com

Abstract. *In the current digital era, the concept of flexible work has become increasingly relevant and pressing. The COVID-19 pandemic that swept the world has accelerated the adoption of flexible work practices, with many organizations forced to adapt to new situations where working from home has become the norm. However, the implementation of flexible work does not always proceed smoothly and presents various challenges, such as cultural and organizational changes, effective performance management, and equality of access and technology. This research analyzes the challenges and inhibiting factors in implementing flexible work based on previous literature studies. These challenges include cultural and organizational changes, performance management and supervision, equality of access and technology, work-life balance, conflict management and communication, as well as variations in the effects of flexible work on job quality. Inhibiting factors include difficulties in assessing individual readiness, technical challenges and infrastructure, competency gaps and technological limitations, as well as managerial difficulties. To address these challenges and inhibiting factors, organizations need to take appropriate steps, including policy adjustments, providing training and technology support, and developing appropriate performance management systems.*

Keywords: *Challenges, Implementation, Flexible Working*

Abstrak. Dalam era digital saat ini, konsep kerja fleksibel telah menjadi topik yang semakin relevan dan mendesak. Pandemi COVID-19 yang melanda dunia telah mempercepat adopsi praktik kerja fleksibel, dengan banyak organisasi yang dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan situasi baru, di mana bekerja dari rumah menjadi norma. Namun, implementasi kerja fleksibel tidak selalu berjalan mulus dan menghadirkan berbagai tantangan, seperti perubahan budaya dan organisasi, manajemen kinerja yang efektif, dan kesetaraan akses dan teknologi. Penelitian ini menganalisis tantangan dan faktor penghambat penerapan kerja fleksibel berdasarkan studi literatur sebelumnya. Tantangan tersebut meliputi perubahan budaya dan organisasi, manajemen kinerja dan pengawasan, kesetaraan akses dan teknologi, keseimbangan antara kehidupan kerja-pribadi, pengelolaan konflik dan komunikasi, serta variasi efek kerja fleksibel pada kualitas pekerjaan. Faktor penghambat meliputi kesulitan dalam penilaian kesiapan individu, tantangan teknis dan infrastruktur, kesenjangan kompetensi dan keterbatasan teknologi, serta kesulitan manajerial. Untuk mengatasi tantangan dan faktor penghambat ini, organisasi perlu

Received Mei 25, 2024; Accepted Juni 28, 2024; Published Agustus 31, 2024

* Noor Ritawaty, noor_ritawaty@yahoo.com

mengambil langkah-langkah yang tepat, termasuk penyesuaian kebijakan, penyediaan pelatihan dan dukungan teknologi, serta pengembangan sistem manajemen kinerja yang sesuai..

Kata kunci: Tantangan, Penerapan, *Flexible Working*

LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, fleksibilitas dalam bekerja telah menjadi topik yang semakin relevan dan mendesak. Konsep *flexible working* atau kerja fleksibel mengacu pada model kerja yang memberikan kebebasan kepada karyawan untuk memilih waktu dan lokasi kerja mereka, selama pekerjaan diselesaikan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi pendorong utama dalam penerapan *flexible working*, memungkinkan karyawan untuk tetap produktif di luar lingkungan kantor.

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia pada awal 2020 telah mempercepat adopsi praktik kerja fleksibel. Banyak organisasi yang sebelumnya ragu-ragu menerapkan model kerja ini, kini dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan situasi baru, di mana bekerja dari rumah (*work from home*) menjadi norma. Meskipun demikian, implementasi *flexible working* tidak selalu berjalan mulus dan menghadirkan berbagai tantangan yang perlu diatasi oleh perusahaan.

Pada tahun 1960-an, Christel Kammerer mengusulkan konsep pengaturan kerja fleksibel untuk menyelesaikan masalah terkait kewajiban keluarga dan jam kerja (Arthur et al., 2019). Ditemukan bahwa kinerja karyawan dapat ditingkatkan dengan waktu fleksibel karena dapat meningkatkan produktivitas dengan menyeimbangkan tanggung jawab kerja dan keluarga (Alqasa & Alsulami, 2022). Menurut Cannon dan Elford (2017), studi globalisasi dalam pengaturan kerja fleksibel fokus pada tren global yang mengarah pada permintaan yang lebih tinggi untuk pengaturan kerja fleksibel, seperti perubahan sosial-demografis, kemajuan teknologi, dan operasi bisnis global.

Saat mencari pekerjaan, 92 persen Milenial memprioritaskan fleksibilitas, sementara 80 persen wanita dan 52 persen pria menginginkan fleksibilitas dalam karier masa depan mereka (Amirul & Shaari, 2021). Hussain (2022) mengamati bahwa banyak organisasi telah mulai menerima sistem kerja baru di Malaysia seiring dengan kondisi endemi saat ini. Selain itu, di antara isu-isu lainnya adalah memastikan bahwa kebijakan pengaturan kerja fleksibel berlaku untuk semua karyawan dan bahwa sistem tersebut adil (Star Media Group, 2022).

Shaari dan Amirul (2020) menyatakan bahwa Malaysia masih dalam tahap awal penerapan dan peningkatan pengaturan kerja fleksibel, sehingga jumlah penelitian lokal tentang pengaturan kerja fleksibel masih rendah dan terbatas. Di Malaysia, sebagian besar penelitian tentang pengaturan kerja fleksibel berfokus pada sumber daya manusia, organisasi industri, psikologi, dan manajemen, tetapi sedikit penelitian tentang aturan dan kebijakan pengaturan kerja fleksibel. Menurut Nordin et al. (2016), tampaknya ada kesulitan dalam menetapkan pengaturan kerja fleksibel di Malaysia. Hal ini karena pengaturan kerja fleksibel yang diterapkan oleh pemberi kerja di Malaysia ditemukan lebih rendah jika dibandingkan dengan negara-negara maju lainnya di seluruh dunia. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya penelitian dan pertimbangan pemberi kerja terhadap efektivitas pengaturan kerja fleksibel (Ramakrishnan & Arokiasamy, 2019). Menurut Subramaniam et al. (2015), hampir setengah dari karyawan di Malaysia, terutama wanita, berjuang untuk mencapai keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan keluarga. Karyawan yang berjuang dengan keseimbangan kerja-hidup tampaknya lebih stres dibandingkan dengan mereka yang mengelola tanggung jawab mereka dengan cara yang seimbang.

Penelitian oleh Shaari dan Amirul (2020) menemukan bahwa penerapan regulasi pengaturan kerja fleksibel di tempat kerja menjadi solusi untuk menjaga lulusan dan karyawan terampil agar tidak keluar dari bidang tenaga kerja karena pekerjaan rumah tangga dan kewajiban keluarga. Ini adalah masalah besar bahwa pekerja yang kompeten tidak dapat dipertahankan di pasar tenaga kerja karena kondisi kerja yang ketat dan kebijakan tempat kerja yang tidak ramah keluarga. Syahirah et al. (2015) berpendapat bahwa kebijakan tersebut harus mencakup *teleworking*, waktu fleksibel, kerja tim, pengurangan jam kerja, dan pekerjaan paruh waktu, seperti yang diusulkan oleh pemerintah dalam inisiatifnya (Shaari & Amirul, 2020). Namun, permintaan yang meningkat untuk pengaturan kerja fleksibel telah mendorong sistem pekerjaan dan proses kerja untuk berkembang dari rencana kerja penuh waktu yang lebih tradisional dan ketat menjadi sistem yang lebih fleksibel yang berkolaborasi dengan individu yang diaturnya (Rose, 2017).

Tantangan dalam penerapan *flexible working* mencakup berbagai aspek, mulai dari manajemen waktu, koordinasi tim, hingga menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Selain itu, perbedaan infrastruktur teknologi dan akses internet yang tidak merata juga dapat menjadi hambatan, terutama di negara berkembang. Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah dampak psikologis dan sosial dari *flexible working*, di mana karyawan

mungkin merasa terisolasi atau mengalami kelelahan mental akibat batasan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi yang menjadi kabur.

Studi literatur ini bertujuan untuk menganalisis tantangan-tantangan yang dihadapi dalam penerapan *flexible working* berdasarkan berbagai penelitian dan sumber akademis. Dengan memahami hambatan-hambatan ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang efektif untuk mendukung transisi menuju model kerja yang lebih fleksibel dan berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para pengambil keputusan dalam merancang kebijakan kerja yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan karyawan di masa depan. Berdasarkan latar belakang yang peneliti jelaskan, terdapat dua pertanyaan krusial yang akan dibahas dalam penelitian ini, yakni, pertama, apa yang menjadi tantangan dalam Penerapan *Flexible Working*? Kedua, faktor apa saja yang menghambat Penerapan *Flexible Working*? Intinya penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan dalam penerapan *Flexible Working* dan faktor yang menghambat penerapan *Flexible Working*

KAJIAN TEORITIS

Fleksibilitas kerja menurut Carlos dkk dalam Wicaksono (2019), adalah sebuah kebijakan perusahaan yang diberikan oleh manajer sumber daya manusia yang bersifat formal atau informal yang berkaitan dengan fleksibilitas yang terjadi di perusahaan. Fleksibilitas jadwal sebagai pengaturan kerja artinya pemilihan waktu dan tempat kerja baik formal maupun informal menjadi fasilitas dalam kebijakan kerja. Fleksibilitas kerja yang diberikan perusahaan berkaitan dengan jadwal, tempat, waktu bekerja serta kebijakan yang diberikan oleh perusahaan terhadap karyawan.

Menurut Possenried serta Plantenga Wicaksono (2019), *Flexible Working Arrangements* (FWA) memiliki 3 jenis bentuk universal yaitu fleksibilitas dalam membuat (*Scheduling*), fleksibilitas dalam posisi (*telehomeworking*), dan fleksibilitas dalam waktu (*part time*).

Menurut Arini (2019) *Flexible Work Arrangement* bagaikan sebuah spektrum pekerjaan yang mengganti waktu serta tempat bekerja secara tertib. Ada juga aspek aturan kerja yang fleksibel sebagai berikut :

1. Fleksibilitas dalam penjadwalan jam kerja, semacam adanya agenda kerja alternatif serta menimpa agenda shift dan rehat.
2. Fleksibilitas kuantitas jam kerja, semacam *part time* serta pembagian pekerjaan.
3. Fleksibilitas di *place of work*, kegiatan yang dilaksanakan dirumah ataupun lokasi yang tidak ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Njip (2019) dalam Livia Fleksibilitas kerja mempunyai tujuan yaitu memberikan kendali kerja yang lebih luas kepada karyawan mengenai beberapa aspek dari jadwal kerja mereka termasuk kapan harus menentukan istirahat, pembagian kerja dalam satu minggu, mengambil jam libur maupun menentukan kebijakan kerja maupun lembur. Selain diatas, menurut MaryAnn (2019) dalam livia tujuan dari fleksibilitas kerja untuk mengurangi adanya masalah yang terjadi di dunia kerja seperti meningkatkan potensi masalah yang dapat terjadi di duania kerja seperti meningkatnya kemacetan tenaga kerja, meningkatkan partisipasi tenaga kerja perempuan dengan adanya tanggung jawab keluarga, perluasan jam kerja pabrik manufaktur, mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi, serta pengurangan beban biaya perusahaan

Menurut Carlson et al (2019) dalam Imam Wicaksono (2019) *Shedule Flexibility* merupakan sebuah pengaturan sistem kerja secara fleksibel dalam artian waktu , tempat dan dalam tingkat lebih informal. Penanda fleksibilitas kerja merupakan berbagai berikut: a. *Time flexibility* : Fleksibilitas pekerja untuk mengubah jangka waktu kerja. b. *Timing flexibility* : Fleksibilitas pekerja untuk memilah agenda kerjanya. c. *Place flexibility* : Fleksibilitas pekerja dalam memilah lokasi bekerja.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah Studi Literatur. Studi Literatur melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Pada penelitian ini, dilakukan beberapa pengumpulan penelitian berupa tesis dan jurnal sebagai bahan review.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang digunakan yaitu:

Tabel 1 : Mapping Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Dr Clare Kelliher and Deirdre Anderson, 2018	<i>For Better or for Worse? An Analysis of how Flexible Working Practices Influence Employees' Perceptions of Job Quality</i>	Penelitian yang dilaporkan di sini merupakan bagian dari studi yang lebih luas yang dirancang untuk memeriksa penerapan praktik kerja fleksibel di beberapa organisasi. Pendekatan studi kasus dipilih untuk memungkinkan pengamatan dievaluasi dalam konteksnya (Robson, 1995). Penelitian ini didasarkan pada studi kasus	Temuan menunjukkan adanya hubungan yang umumnya kuat dan positif antara kerja fleksibel dan persepsi kualitas pekerjaan, namun juga terdapat biaya yang dipersepsikan terhadap kualitas pekerjaan, terutama terkait dengan peluang pengembangan dan kemajuan jangka panjang, yang menunjukkan bahwa hubungan ini lebih kompleks.

		<p>mendalam terhadap satu organisasi yang telah menawarkan berbagai praktik kerja fleksibel kepada karyawan selama beberapa tahun. Hal ini memungkinkan persepsi karyawan, yang didasarkan pada pengalaman langsung mereka tentang kerja fleksibel selama waktu tersebut, dapat diperiksa. Data dikumpulkan dengan dua metode utama: serangkaian wawancara semi-terstruktur dan survei staf. Beberapa catatan dan dokumentasi internal perusahaan juga diakses.</p>	
Sutrisno, 2023	<i>Analyse the Benefits and Challenges of Implementing Flexible Working Arrangements for Employees</i>	<p>Penelitian ini akan menganalisis manfaat dan tantangan yang terkait dengan menerapkan pengaturan kerja yang fleksibel bagi karyawan. Fokus dari penelitian ini adalah kualitatif. Metode untuk mengumpulkan informasi termasuk memperhatikan dengan seksama dan membuat catatan rinci, dengan analisis selanjutnya termasuk reduksi data, visualisasi, dan kesimpulan</p>	<p>Studi ini tiba pada kesimpulan bahwa pengaturan kerja yang fleksibel dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi karyawan, seperti keseimbangan kehidupan kerja dan pribadi yang lebih baik, meningkatkan produktivitas, mengurangi stres, dan mempertahankan karyawan yang baik</p>
Siti Rohayu Ismail, 2023	<i>Systematic Review of Flexible Work Arrangements Impact on Employee Performance</i>	<p>Data diperoleh menggunakan berbagai teknik pencarian, termasuk pencarian menyeluruh dari tiga basis data jurnal paling penting, yaitu Scopus, Web of Science, dan Google Scholar. Setelah data diperoleh, data tersebut dianalisis menggunakan Proses Strategi Pencarian Sistematis (SSS) untuk mendapatkan materi yang tepat dan akurat.</p>	<p>SLR mengungkapkan tidak ada studi spesifik tentang dampak pengaturan kerja fleksibel terhadap kinerja karyawan di Malaysia. Namun, tinjauan studi internasional menunjukkan bahwa dampak pengaturan kerja fleksibel terhadap kinerja karyawan bervariasi tergantung pada konteksnya dan dapat memiliki hasil yang positif maupun negatif. Saat menerapkan pengaturan kerja fleksibel, organisasi harus mempertimbangkan kebutuhan karyawan dengan hati-hati, serta memantau dampaknya terhadap kinerja karyawan dari waktu ke waktu.</p>
Rhian Indradewa, 2023	<i>The influence of flexible working arrangements and work-life balance on job satisfaction: A double-layered moderated mediation model</i>	<p>Metode pengumpulan data dilakukan secara daring di wilayah Jakarta. Responden yang diteliti merupakan karyawan dan mahasiswa yang menerapkan prinsip pengaturan kerja fleksibel dalam rentang waktu bulan Maret – Mei 2023. Populasi penelitian ini melibatkan 229 responden yang bertempat tinggal di wilayah Jakarta-BogorDepok-Tangerang-Bekasi. Metode analisis yang digunakan adalah PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling) menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan kerja fleksibel memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan kerja dan keseimbangan kehidupan kerja. Stres kerja tidak memiliki efek moderasi pada pengaruh pengaturan kerja fleksibel terhadap keseimbangan kehidupan kerja. Peningkatan kehidupan kerja pribadi berpengaruh terhadap stres kerja. Keseimbangan kehidupan kerja berpengaruh secara positif terhadap kepuasan kerja. Kelelahan emosional memiliki efek moderasi pada pengaruh keseimbangan kehidupan kerja terhadap kepuasan kerja. Peningkatan kehidupan kerja pribadi berpengaruh terhadap kelelahan emosional. Implikasi manajerial dari penelitian ini untuk praktisi manajemen sumber daya manusia dalam menerapkan kebijakan waktu yang fleksibel bagi organisasi dan perusahaannya. Pengaturan kerja fleksibel dapat membuat perusahaan lebih</p>

			efisien karena bisa menghemat biaya sewa ruangan kantor
Krismiyati Tasrin, 2021	<i>Evaluation Study of the Implementation of Flexible Working Arrangement in Public Sector Organization during Covid-19 Pandemic</i>	Dengan menggunakan studi kasus dengan data kualitatif dan kuasi-statistik, penelitian ini menyelidiki sektor publik Indonesia dalam menerapkan kebijakan FWA. Penyelidikan di Indonesia memungkinkan para peneliti untuk menggambarkan bagaimana FWA dalam organisasi sektor publik mendorong kinerja dalam berbagai jenis pekerjaan.	Penelitian ini menemukan bahwa setiap departemen menghadapi keadaan unik. Departemen Riset dapat menerapkan FWA penuh karena tingginya otonomi kerja karyawan, peralatan kerja yang memadai, kompetensi individu yang cukup, kesesuaian untuk komunikasi virtual, dan tingkat kepuasan yang tinggi saat bekerja dari rumah. Departemen Pelatihan memiliki tingkat kesiapan yang serupa meskipun banyak stafnya lebih memilih bekerja di kantor. Sementara itu, Departemen Penilaian Kompetensi harus mengkategorikan tugas berdasarkan kemungkinan untuk diselesaikan di rumah atau kantor sebelum menerapkan FWA, karena transisi menuju sistem e-assessment. Terakhir, Departemen Administrasi memerlukan upaya ekstra sebelum menerapkan FWA, yang meliputi aksesibilitas objek kerja di luar kantor untuk karyawannya, perhatian khusus terhadap kesenjangan kompetensi di antara karyawan terutama keterampilan TI, dan mengatasi keterbatasan peralatan kerja di rumah. Di atas semua itu, organisasi diharuskan untuk fokus pada manajemen kinerja terutama dalam distribusi tugas, pengawasan kerja, umpan balik, dan pemeliharaan kepercayaan antara karyawan dan tim manajemen

Sumber : Hasil Pengolahan Data yang dilakukan peneliti, tahun 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tantangan dalam Penerapan *Flexible Working*

Implementasi *flexible working* merupakan langkah yang menjanjikan bagi organisasi dalam meningkatkan keseimbangan kerja-hidup karyawan, produktivitas, dan kepuasan kerja. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar penerapan ini berhasil secara efektif dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa tantangan penerapan *flexible working*:

- a. Perubahan Budaya dan Perubahan Organisasi. Tantangan: Implementasi *flexible working* seringkali memerlukan perubahan budaya dan struktur organisasi yang signifikan. Ini dapat melibatkan penyesuaian dalam kebijakan, prosedur, dan budaya kerja yang telah ada. Organisasi perlu mempertimbangkan bagaimana mereka dapat mengintegrasikan *flexible working* ke dalam budaya kerja yang ada, serta memastikan bahwa manajemen dan karyawan mendukung perubahan ini. Pendidikan dan komunikasi yang efektif tentang manfaat dan proses implementasi *flexible working* sangat penting.
- b. Manajemen Kinerja dan Pengawasan. Tantangan: Memantau dan mengelola kinerja karyawan yang bekerja secara fleksibel bisa menjadi tantangan. Pengawasan yang

kurang efektif dapat mengarah pada penurunan produktivitas dan perasaan tidak adil di antara karyawan. Organisasi perlu mengembangkan sistem manajemen kinerja yang sesuai dengan kerja fleksibel, dengan menetapkan tujuan yang jelas, memberikan umpan balik secara teratur, dan memastikan transparansi dalam pengambilan keputusan terkait kinerja.

- c. Kesetaraan Akses dan Teknologi. Tantangan: Ketersediaan dan akses terhadap teknologi yang diperlukan untuk bekerja secara fleksibel mungkin tidak merata di antara karyawan. Hal ini dapat menghasilkan kesenjangan akses dan mempengaruhi produktivitas dan kepuasan kerja. Organisasi harus memastikan bahwa semua karyawan memiliki akses yang setara terhadap teknologi yang diperlukan, seperti perangkat lunak, perangkat keras, dan akses internet. Ini dapat melibatkan penyediaan pelatihan dan dukungan teknologi yang sesuai.
- d. Keseimbangan Kehidupan Kerja-Pribadi. Tantangan: Salah satu tujuan utama dari *flexible working* adalah meningkatkan keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi karyawan. Namun, risiko terbaliknya adalah kesulitan dalam memisahkan waktu kerja dan waktu pribadi, yang dapat mengarah pada kelelahan dan stres. Organisasi perlu memberikan pedoman yang jelas dan dukungan kepada karyawan dalam mengatur batas antara waktu kerja dan waktu pribadi. Komunikasi yang jelas tentang harapan dan kebijakan kerja fleksibel juga sangat penting.
- e. Pengelolaan Konflik dan Komunikasi. Tantangan: Implementasi *flexible working* dapat memunculkan konflik antara karyawan, terutama dalam hal pembagian tugas, jadwal kerja, dan kebutuhan tim. Organisasi harus mengembangkan mekanisme yang efektif untuk menyelesaikan konflik dan mempromosikan komunikasi terbuka di antara semua karyawan. Hal ini dapat melibatkan pembentukan tim kerja yang inklusif dan pelatihan dalam keterampilan komunikasi dan manajemen konflik.

Temuan Penelitian oleh Dr. Clare Kelliher dan Deirdre Anderson menunjukkan hubungan yang umumnya kuat dan positif antara kerja fleksibel dan persepsi kualitas pekerjaan. Namun, terdapat biaya yang dipersepsikan terhadap kualitas pekerjaan, terutama terkait dengan peluang pengembangan dan kemajuan jangka panjang.

Tantangan Penerapan *Flexible Working* :

- a. Kesempatan Pengembangan dan Kemajuan Karir. Penerapan kerja fleksibel seringkali menyebabkan karyawan memiliki visibilitas yang lebih rendah dalam organisasi. Hal ini dapat memengaruhi proses penilaian kinerja dan pengembangan, sehingga menghambat kesempatan untuk pengembangan dan kemajuan karir jangka panjang.

- b. Stres dan Tekanan Kerja. Meskipun kerja fleksibel dapat mengurangi stres bagi banyak karyawan, sekitar sepertiga melaporkan tidak ada efek, dan 9 persen mengatakan bahwa kerja fleksibel justru meningkatkan stres. Tekanan tambahan dapat muncul dari pengaturan kerja tertentu, seperti jam kerja yang dikurangi.
- c. Keterbatasan Teknologi dan Dukungan. Suksesnya penerapan kerja fleksibel sangat bergantung pada dukungan teknologi yang memadai. Karyawan yang bekerja dari jarak jauh memerlukan akses ke perangkat seperti laptop, internet, dan ponsel. Keterbatasan dalam hal ini dapat mengurangi efektivitas kerja fleksibel.
- d. Kesenjangan Keterampilan Teknologi. Beberapa karyawan mungkin memiliki keterbatasan dalam keterampilan teknologi, yang dapat menjadi penghalang dalam penerapan kerja fleksibel. Hal ini membutuhkan perhatian khusus untuk mengatasi kesenjangan kompetensi di antara karyawan, terutama dalam keterampilan IT.
- e. Pengelolaan Kinerja dan Kepercayaan. Organisasi harus fokus pada manajemen kinerja, termasuk distribusi tugas, pengawasan kerja, umpan balik, dan pemeliharaan kepercayaan antara karyawan dan tim manajemen. Pengelolaan yang kurang efektif dapat menghambat pencapaian hasil optimal dari kerja fleksibel.
- f. Variasi Efek Kerja Fleksibel pada Kualitas Pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efek kerja fleksibel pada kualitas pekerjaan bervariasi tergantung pada dimensi yang diukur. Misalnya, meskipun otonomi dan keseimbangan kerja-kehidupan meningkat, kesempatan untuk pembelajaran dan kemajuan karir cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kerja fleksibel dan kualitas pekerjaan lebih kompleks dari yang diperkirakan.
- g. Kebijakan dan Prosedur Formal. Sebagian besar penelitian ini melibatkan pengaturan kerja fleksibel informal, di mana karyawan memiliki kebebasan memilih pola kerja mereka. Namun, dalam situasi di mana pengaturan kerja fleksibel lebih formal dan terstruktur, hasil yang diperoleh mungkin berbeda. Penyesuaian kebijakan dan prosedur diperlukan untuk memastikan fleksibilitas kerja diterapkan dengan efektif dan adil. Penelitian oleh Krismiyati Tasrin menyoroti tantangan unik dalam menerapkan FWA di sektor publik, seperti kesenjangan kompetensi di antara karyawan dan keterbatasan peralatan kerja di rumah. Organisasi di sektor publik harus memperhatikan tantangan khusus dalam mengimplementasikan FWA, termasuk mengatasi kesenjangan kompetensi dan memastikan ketersediaan infrastruktur yang diperlukan.

2. Faktor Penghambat Penerapan Flexible Working

Faktor penghambat penerapan Flexible Working yang dapat diidentifikasi dari penelitian sebelumnya :

- a. Kesulitan dalam Penilaian Kesiapan dan Kebutuhan Individu: Seperti yang disoroti oleh penelitian Sutrisno (2023), implementasi Flexible Working Arrangements (FWA) memerlukan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan kesiapan individu di berbagai departemen atau unit dalam organisasi.
- b. Tantangan Teknis dan Infrastruktur: Terutama dalam studi oleh Krismiyati Tasrin (2021), terdapat tantangan dalam menyediakan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kerja fleksibel, termasuk aksesibilitas objek kerja di luar kantor, khususnya dalam konteks sektor publik di Indonesia.
- c. Kesenjangan Kompetensi dan Keterbatasan Teknologi: Studi yang sama menyoroti perlunya penyesuaian terhadap kesenjangan kompetensi, terutama dalam hal keterampilan teknologi informasi (TI), serta memastikan bahwa karyawan memiliki peralatan kerja yang memadai di rumah.
- d. Tantangan Manajerial: Implementasi FWA juga memerlukan perhatian khusus terhadap manajemen kinerja, termasuk distribusi tugas, pengawasan kerja, umpan balik, dan pemeliharaan kepercayaan antara karyawan dan tim manajemen, seperti yang dicatat dalam penelitian Krismiyati Tasrin (2021).
- e. Kesulitan Transisi dalam Beberapa Departemen: Seperti yang diungkapkan oleh penelitian yang sama, ada departemen atau unit tertentu yang mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan FWA, terutama yang berkaitan dengan transisi ke sistem penilaian dan komunikasi yang lebih digital.
- f. Persepsi Negatif terhadap Kualitas Pekerjaan: Meskipun ada manfaat yang signifikan dari FWA, seperti yang ditemukan oleh penelitian Sutrisno (2023), namun masih ada persepsi negatif terhadap kualitas pekerjaan terkait dengan peluang pengembangan dan kemajuan jangka panjang, yang dapat menjadi penghambat dalam mengadopsi praktik kerja fleksibel.
- g. Kesulitan Penilaian Terhadap Kinerja: Penelitian Siti Rohayu Ismail (2023) menunjukkan bahwa kesulitan dalam menilai dampak FWA terhadap kinerja karyawan juga dapat menjadi faktor penghambat, terutama ketika tidak ada studi spesifik yang mengidentifikasi dampaknya dalam konteks tertentu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kajian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa implementasi *Flexible Working Arrangements* (FWA) menawarkan manfaat yang signifikan bagi organisasi dalam hal meningkatkan keseimbangan kerja-hidup karyawan, produktivitas, dan kepuasan kerja. Namun, ada sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar penerapan ini berhasil secara efektif dan berkelanjutan. Tantangan tersebut meliputi perubahan budaya dan struktur organisasi, manajemen kinerja dan pengawasan yang efektif, kesetaraan akses dan teknologi, keseimbangan antara kehidupan kerja-pribadi, pengelolaan konflik dan komunikasi, serta variasi efek kerja fleksibel pada kualitas pekerjaan. Selanjutnya, faktor-faktor penghambat penerapan *Flexible Working* meliputi kesulitan dalam penilaian kesiapan dan kebutuhan individu, tantangan teknis dan infrastruktur, kesenjangan kompetensi dan keterbatasan teknologi, tantangan manajerial, kesulitan transisi dalam beberapa departemen, persepsi negatif terhadap kualitas pekerjaan, dan kesulitan dalam penilaian terhadap kinerja. Untuk mengatasi faktor-faktor ini, organisasi perlu mengambil langkah-langkah yang tepat, termasuk penyesuaian kebijakan, penyediaan pelatihan dan dukungan teknologi, serta pengembangan sistem manajemen kinerja yang sesuai.

Berdasarkan tantangan yang dihadapi dalam penerapan *Flexible Working Arrangements* (FWA), berikut adalah beberapa saran untuk organisasi:

1. Penyesuaian Kebijakan dan Budaya Organisasi: Organisasi perlu melakukan penyesuaian kebijakan dan budaya kerja yang mendukung praktik kerja fleksibel. Hal ini mencakup pendidikan dan komunikasi yang efektif tentang manfaat dan proses implementasi FWA kepada semua anggota organisasi.
2. Penyediaan Infrastruktur dan Dukungan Teknologi: Penting bagi organisasi untuk menyediakan infrastruktur teknologi yang memadai dan dukungan bagi karyawan agar dapat bekerja secara fleksibel. Ini termasuk memastikan akses yang setara terhadap perangkat lunak, perangkat keras, dan koneksi internet yang diperlukan.
3. Pengembangan Keterampilan Karyawan: Organisasi harus memberikan pelatihan dan dukungan untuk meningkatkan keterampilan teknologi karyawan agar dapat bekerja secara efektif dengan FWA. Ini termasuk mengatasi kesenjangan kompetensi di antara karyawan, terutama dalam keterampilan TI.
4. Pengembangan Sistem Manajemen Kinerja yang Sesuai: Penting bagi organisasi untuk mengembangkan sistem manajemen kinerja yang sesuai dengan kerja fleksibel. Hal ini

meliputi menetapkan tujuan yang jelas, memberikan umpan balik secara teratur, dan memastikan transparansi dalam pengambilan keputusan terkait kinerja.

5. **Pendukung Psikologis dan Keseimbangan Kehidupan Kerja-Pribadi:** Organisasi harus memberikan dukungan psikologis kepada karyawan dalam mengelola keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi. Ini termasuk memberikan pedoman yang jelas dan dukungan dalam mengatur batas antara waktu kerja dan waktu pribadi.
6. **Pengelolaan Konflik dan Komunikasi Terbuka:** Organisasi harus mengembangkan mekanisme yang efektif untuk menyelesaikan konflik yang mungkin timbul dan mempromosikan komunikasi terbuka di antara semua karyawan. Ini dapat melibatkan pembentukan tim kerja yang inklusif dan pelatihan dalam keterampilan komunikasi dan manajemen konflik.
7. **Evaluasi Terus-Menerus dan Penyesuaian:** Penting bagi organisasi untuk secara teratur mengevaluasi implementasi FWA dan melakukan penyesuaian sesuai dengan umpan balik dari karyawan. Ini membantu memastikan bahwa sistem kerja fleksibel dapat diterapkan dengan efektif dan adil dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqasa, K., & Alsulami, H. (2022). Impact of Flexible Working Hours on Employees' Performance: A Study in the Public Sector in Saudi Arabia. *Journal of Contemporary Management*, 19(2), 256-272.
- Amirul, M. H., & Shaari, A. N. (2021). The Influence of Flexible Working Arrangements on Work-Life Balance among Millennials in Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 22(3), 1081-1098.
- Arthur, M. B., et al. (2019). *The Boundaryless Career at Work: A Comparative Study of Nine Industrialized Countries*. Oxford University Press.
- Cannon, D. F., & Elford, D. (2017). *Flexibility at Work: Human Resource Challenges of the Changing Workplace*. Edward Elgar Publishing.
- Dale, G. (2020). *Flexible working: How to implement flexibility in the workplace to improve employee and business performance*. Kogan Page Publishers.
- Hegewisch, A. (2009). *Flexible working policies: a comparative review*. Manchester: Equality and Human Rights Commission.
- Hussain, Z. (2022). A Comparative Study of the Implementation of Flexible Working Arrangements in Malaysia during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Southeast Asian Studies*, 43(2), 175-190.

- Kelliher, C., & Anderson, D. (2010). Doing more with less? Flexible working practices and the intensification of work. *Human relations*, 63(1), 83-106.
- Kelliher, C., & De Menezes, L. M. (2019). *Flexible working in organisations: A research overview*. Routledge.
- Lake, A. (2016). *Smart flexibility: Moving smart and flexible working from theory to practice*. Routledge.
- Lewis, S. (2003). Flexible working arrangements: Implementation, outcomes, and management. *International Review of Industrial and Organizational Psychology* 2003, 18, 1-28.
- Nordin, N., et al. (2016). Challenges in Implementing Flexible Working Arrangements: A Case Study of Malaysian Organizations. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 54(1), 23-40.
- Peper, B., van Doorne-Huiskes, J., & den Dulk, L. (Eds.). (2005). *Flexible working and organisational change: The integration of work and personal life*. Edward Elgar Publishing.
- Ramakrishnan, K., & Arokiasamy, L. (2019). Assessing the Readiness for Flexible Working Arrangements in Malaysian Companies. *Journal of Management and Sustainability*, 9(3), 98-115.
- Star Media Group. (2022). *Adapting to Flexible Working Arrangements: Challenges and Opportunities in Malaysia*. Kuala Lumpur: Star Media Group.
- Stredwick, J. (2013). Flexible working. In *An Introduction to Human Resource Management* (pp. 272-303). Routledge.
- Wicaksono, B. (2019). *Flexible Working Arrangements: A Comprehensive Review*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.



The Business Case For Diversity and Equity

Ismy Novira

Universitas Muhammadiyah Malang

Alamat: Kampus Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur

Korespondensi penulis: noviraismy98@gmail.com

Abstract. *This research aims to explore and analyze the role of diversity and equality in modern organizations. The research method used is a qualitative approach, by conducting case studies of several different organizations in the private sector. Data was collected through in-depth interviews with senior managers, employees, and through analysis of internal company documents.*

The results show that diversity in terms of background, gender, and expertise can contribute significantly to innovation and creativity within organizations. Meanwhile, the implementation of equality in organizational policies and practices has a positive impact on employee satisfaction, loyalty, and work productivity. Analysis using VOSviewer showed that key concepts that emerged included inclusiveness, fairness, collaboration and respect for individual uniqueness.

Nonetheless, challenges related to conflict management, organizational culture adaptation, and managing change remain a key focus in the implementation of diversity and equality in various organizational contexts. The findings provide a deeper understanding of how organizations can leverage diversity and equality as strategic resources to achieve competitive advantage and sustainable growth in an increasingly complex global marketplace.

Keywords: *diversity, equality, organization*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis peran keberagaman dan kesetaraan di dalam organisasi modern. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan melakukan studi kasus terhadap beberapa organisasi yang berbeda di sektor swasta. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola senior, karyawan, dan melalui analisis dokumen internal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman dalam hal latar belakang, gender, dan keahlian dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap inovasi dan kreativitas di dalam organisasi. Sementara itu, implementasi kesetaraan dalam kebijakan dan praktik organisasi membawa dampak positif terhadap kepuasan karyawan, loyalitas, dan produktivitas kerja. Analisis menggunakan VOSviewer menunjukkan bahwa konsep-konsep utama yang muncul termasuk inklusivitas, keadilan, kolaborasi, dan penghargaan terhadap keunikan individu.

Meskipun demikian, tantangan terkait dengan manajemen konflik, adaptasi budaya organisasi, dan pengelolaan perubahan tetap menjadi fokus utama dalam implementasi keberagaman dan kesetaraan di berbagai konteks organisasi. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana organisasi dapat memanfaatkan keberagaman dan kesetaraan sebagai sumber daya strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan berkelanjutan di pasar global yang semakin kompleks.

Kata kunci: keberagaman, kesetaraan, organisasi

LATAR BELAKANG

Setiap organisasi selalu diisi oleh individu-individu yang memiliki perbedaan satu sama lain, entah perbedaan dalam bentuk fisik maupun non-fisik. Hal ini membuat adanya keberagaman dalam organisasi. Keberagaman ini tentu bisa menimbulkan dampak yang positif maupun negatif terhadap organisasi. Dampak positif dari adanya keberagaman individu dalam organisasi salah satunya adalah adanya sikap saling melengkapi. Seorang HRD pasti memiliki kemampuan dalam mengatur atau me-manage karyawan, tapi ia belum tentu memiliki

kemampuan dalam bidang IT. Maka dari itu, industri akan mencari orang yang memiliki kemampuan dalam bidang IT untuk melengkapi kekurangan dimiliki oleh HRD. Inilah yang disebut keberagaman yang saling melengkapi.

Keberagaman individu juga memiliki dampak negatif, yaitu rawan terjadi konflik. Individu yang beragam tentu memiliki pemikiran yang beragam pula, pemikiran yang beragam inilah yang nantinya akan menjadi salah satu penyebab dari konflik. Tugas dari pihak organisasi adalah bagaimana caranya agar keberagaman ini tidak menimbulkan dampak negatif yang nantinya bisa merugikan organisasi. Pihak organisasi harus membuat rencana agar nantinya keberagaman ini menjadi hal yang bisa mengeratkan masing-masing pihak, bukan malah memecah belah satu dengan lainnya. Pihak organisasi juga harus pintar-pintar dalam mencari titik temu diantara banyaknya perbedaan dan keberagaman yang ada.

Mengutip dari buku *Work in the 21st Century*, istilah *individual differences* pertama kali diungkapkan oleh Wundt. Saat itu Wundt coba mengembangkan teknik untuk mempelajari sensasi dan reaksi seseorang. Wundt mencoba subjek penelitiannya untuk memeriksa cahaya teredup yang bisa dilihat, suara samar yang dapat didengar, dan seberapa cepat mereka bereaksi terhadap suatu sinyal. Akan tetapi, didapatkan bahwa para subjek penelitian ini memiliki waktu reaksi yang berbeda-beda. Dari sini Wundt menemukan bahwa ada perbedaan antar masing-masing individu. James McKeen Cattell, orang Amerika yang merupakan murid dari Wundt, mulai mengukur dan mencatat perbedaan antar individu dengan menggunakan variabel "psychological". Pada tahun 1890, Cattell akhirnya mengembangkan konsep dari mental tes. Istilah *individual differences* sampai saat ini masih bisa diterima oleh masyarakat umum dan dinilai masih memiliki relevansi dengan kenyataan saat ini, sehingga istilah ini masih terus dipakai.

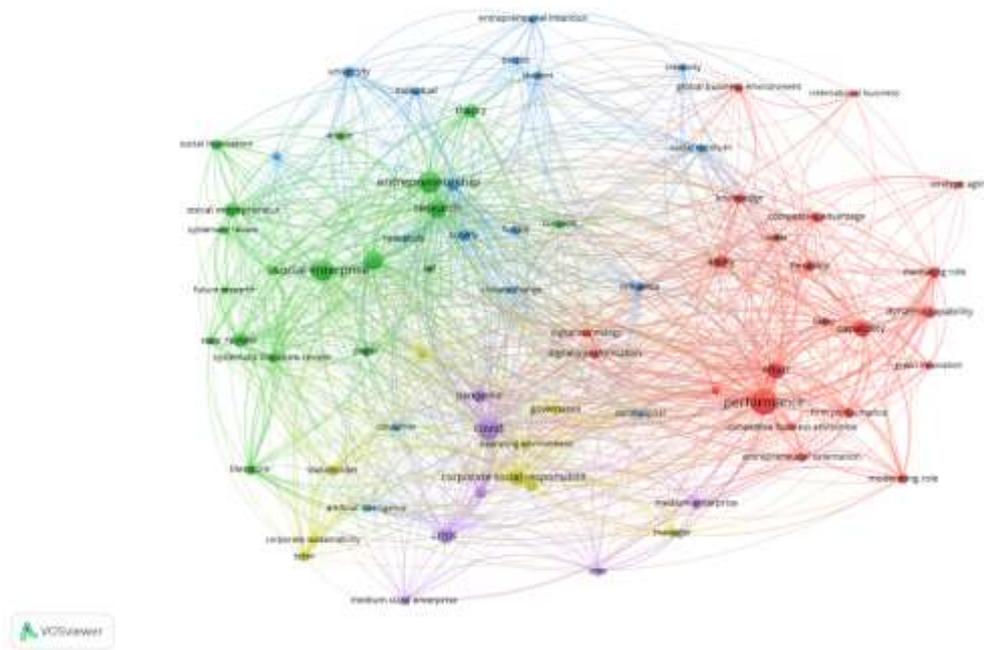
Richard mengemukakan pendapatnya tentang pengertian keragaman dalam dunia pekerjaan. Menurut Richard (dikutip dari Jurnal berjudul "Analisis Pengelolaan Keragaman Karyawan UD Buana Star": 2018), keragaman tenaga kerja berarti tenaga kerja yang terdiri dari orang-orang dengan kualitas individu yang berbeda dan yang termasuk dalam berbagai kelompok kebudayaan. Bila kita melihat pendapat diatas, maka bisa disimpulkan bahwa *individual differences* adalah salah satu komponen yang membuat adanya keberagaman. Kata kunci dari keberagaman sendiri adalah perbedaan. Keberagaman berarti adanya perbedaan dari beberapa hal, baik usia, jenis kelamin, etnis, suku, dan lainnya.

Pada era globalisasi saat ini keragaman karyawan merupakan hal yang tidak bisa dihindarkan. Dalam hal ini penting bagi perusahaan untuk mengelola keragaman dengan baik. Pada dasarnya manajemen keragaman adalah sebuah proses dalam praktik organisasi, yang mencakup pengelolaan keragaman sumber daya manusia, dan dapat berkontribusi secara positif untuk mencapai tujuan organisasi Roosevelt. Manajemen keragaman memiliki dampak positif bila dikelola dengan baik. Salah satu dampak positif dari pengelolaan manajemen keragaman yang baik dapat dibuktikan dengan adanya banyak perspektif, pandangan dan ide ketika organisasi mengambil sebuah keputusan sehingga hal tersebut dapat meminimalisir niat karyawan untuk keluar. Pengelolaan manajemen keragaman yang buruk juga dapat berdampak negatif, yaitu memungkinkan terjadinya masalah diskriminasi sosial jika ada suatu pendapat yang tidak terakomodasi. Pada prinsipnya keragaman terdiri atas 2 dimensi yakni, dimensi primer dan sekunder.

Dalam konteks manajemen, keragaman individu menjadi faktor penting yang memengaruhi keberhasilan organisasi. Berbagai atribut seperti kecerdasan, kepribadian, minat, dan pengetahuan membedakan individu satu sama lain. Bagaimana keragaman ini dikelola dalam organisasi dapat memiliki dampak signifikan pada kinerja dan hubungan kerja. Pada tahun 2020, muncul kasus yang menggambarkan dilema buruh perempuan di Indonesia dan pentingnya kesetaraan gender di lingkungan kerja. PT. Aice, produsen es krim, terlibat dalam kontroversi terkait kondisi buruh perempuan, keguguran, dan bayi yang lahir dalam kondisi tak bernyawan. Studi kasus ini mengeksplorasi bagaimana keragaman interpretasi kebudayaan memengaruhi divisi-divisi di perusahaan penerbangan PT. Garuda Indonesia. Dalam konteks ini, kepala yang sama (identitas perusahaan) dapat memiliki berbagai interpretasi (isi kepala) yang berbeda-beda. Penelitian ini menganalisis penerapan manajemen keragaman budaya yang melibatkan kesadaran, dimensi internal dan eksternal, kepemimpinan, dan kebijakan. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan kerja yang kondusif untuk menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi dan memengaruhi kinerja organisasi.

PEMBAHASAN

Keragaman dan kesetaraan organisasi sangat penting untuk memerangi masalah global seperti kemiskinan, ketimpangan sosial, dan perubahan iklim. Ini karena melalui model bisnis yang berkelanjutan, keragaman dan kesetaraan organisasi membuat solusi inovatif yang menguntungkan secara ekonomi dan sosial.



Aspek penting dari peran keragaman dan kesetaraan organisasi dalam pembangunan sosial dan ekonomi yang inklusif adalah peran pentingnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Perusahaan keragaman dan kesetaraan organisasi seringkali menemukan peluang bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomi dan sosial dengan melihat kebutuhan dan potensi yang ada di masyarakat. Ini adalah salah satu cara utama di mana keragaman dan kesetaraan organisasi membantu. Keragaman dan kesetaraan organisasi menciptakan lapangan kerja baru dengan memulai usaha-usaha ini. Lapangan kerja ini tidak hanya memberikan pekerjaan kepada orang-orang, tetapi juga memberdayakan mereka secara finansial

Selain itu, keragaman dan kesetaraan organisasi sering memberikan pelatihan keterampilan kepada individu yang mungkin tidak memiliki kemampuan atau akses ke peluang kerja konvensional. Program-program ini membantu meningkatkan kemampuan dan kapasitas individu untuk terlibat dalam pasar kerja atau memulai usaha mereka sendiri. Hal ini tidak hanya mengatasi pengangguran dalam jangka pendek, tetapi juga membuka peluang untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat dalam jangka Panjang.

Keragaman dan kesetaraan organisasi bahkan dapat mengurangi tingkat kemiskinan di suatu wilayah dengan menciptakan lapangan kerja baru dan memberikan akses kepada modal usaha kepada penduduk setempat. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung kewirausahaan lokal dan memberikan dukungan dalam bentuk modal usaha atau bantuan teknis, keragaman dan kesetaraan organisasi dapat membantu menggerakkan pertumbuhan ekonomi di wilayah yang sebelumnya terpinggirkan. Ini tidak hanya menguntungkan individu

yang terlibat secara finansial, tetapi juga membantu membangun kapasitas dan keberdayaan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Meskipun demikian, menerapkan keragaman dan kesetaraan organisasi pada skala yang lebih besar masih merupakan tugas yang sulit dan menghadapi tantangan yang signifikan. Salah satunya adalah kekurangan sumber daya finansial dan manusia. Banyak organisasi keragaman dan kesetaraan organisasi menghadapi masalah mendapatkan dana yang cukup untuk tumbuh dan bertahan. Selain itu, transformasi paradigma bisnis konvensional menjadi lebih ramah lingkungan dan sosial masih menjadi tantangan. Karena keuntungan jangka pendek yang lebih penting, beberapa perusahaan mungkin menghadapi tantangan internal dalam mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini dan mendorong pertumbuhan keragaman dan kesetaraan organisasi yang lebih luas dan efektif, dibutuhkan dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, keragaman dan kesetaraan organisasi tidak hanya menjadi kunci dalam menciptakan perubahan yang baik di tengah tantangan global seperti kemiskinan, ketimpangan sosial, dan perubahan iklim, tetapi juga menawarkan model bisnis yang dapat diadopsi dan diterapkan secara luas untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan dalam masyarakat melalui inovasi, kerja sama lintas sektor, dan fokus pada keberlanjutan. Dengan demikian, keragaman dan kesetaraan organisasi tidak hanya memberikan bantuan, tetapi juga membangun kapasitas lokal dan mendorong inklusi sosial.

Pilihan pengusaha sosial untuk mencapai tujuan yang pro-sosial, mutual, dan individual melalui penggabungan konsep pasar, timbal balik, dan distribusi dikenal sebagai etika perusahaan sosial. Ini menantang gagasan umum bahwa perusahaan sosial terdiri dari misi dan pasar. Ini mendefinisikan hibriditas dalam hal pilihan moral terhadap sistem ekonomi (distribusi, timbal balik, dan pasar) dan orientasi nilai sosial (manfaat pribadi, mutual, atau publik). Kami telah meninjau dasar-dasar politik, komitmen etis, dan hasil dari berbagai jenis perusahaan sosial, dan memahami bagaimana hal-hal ini mempengaruhi pengambilan dan penegakkan keputusan moral. Selain itu, kami berbicara tentang bagaimana pemahaman baru ini dapat membantu kita memahami perusahaan sosial dan bagaimana perusahaan sosial dapat membantu masyarakat secara keseluruhan.

Peran krusial yang dimainkan oleh Perusahaan Sosial (SE) dalam mengatasi tantangan-tantangan sosial dan lingkungan. SE, sebagai organisasi hibrida yang menghubungkan sektor sukarelawan dan bisnis, menjadi alat yang penting dalam menganalisis pengaturan organisasi dan mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan sosial. Artikel ini menyoroti pentingnya pemahaman terhadap model bisnis, dengan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Social*

Enterprise Model Canvas (SEMC) menjadi alat yang efektif dalam membantu SE merumuskan strategi yang responsif terhadap tantangan yang dihadapinya. Dengan pendekatan yang multidimensional terhadap nilai dan tujuan misi, serta pemahaman yang mendalam terhadap pemangku kepentingan, SEMC menjadi instrumen yang kuat dalam memfasilitasi pertumbuhan dan dampak positif yang berkelanjutan bagi SE. Melalui pendekatan yang holistik terhadap strategi bisnis dan tata kelola, SE dapat memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan solusi inovatif untuk masalah sosial dan lingkungan.

Bagi wirausahawan sosial, penting untuk secara bertahap memperkenalkan praktik-praktik baru yang mencerminkan nilai-nilai baru tersebut. Temuan kami juga menunjukkan bahwa pendekatan yang berkelanjutan dan bertahap ini tidak hanya menciptakan perubahan nilai, tetapi juga memengaruhi evolusi organisasi dan masyarakat sekitarnya. (Farhoud et al., 2021) Dengan demikian, praktik-praktik ini tidak hanya mempertahankan struktur yang ada, tetapi juga memfasilitasi perubahan yang dibutuhkan. Dalam kesimpulannya, penelitian kami berkontribusi pada pengembangan pemahaman tentang keragaman dan kesetaraan organisasi dan memberikan wawasan praktis bagi perusahaan sosial yang ingin mencapai perubahan sosial yang lebih luas. (Chatterjee et al., 2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

Keberagaman dan kesetaraan di dalam sebuah organisasi adalah bahwa keduanya merupakan faktor krusial yang mempengaruhi produktivitas, inovasi, dan kepuasan anggota organisasi. Keberagaman membawa berbagai perspektif, pengalaman, dan keterampilan yang dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah. Sementara itu, kesetaraan memastikan bahwa semua anggota organisasi memiliki kesempatan yang adil dan dihargai berdasarkan kontribusi dan kemampuan mereka, bukan berdasarkan karakteristik pribadi tertentu.

Dalam praktiknya, organisasi yang mengadopsi keberagaman dengan baik cenderung lebih mampu menarik dan mempertahankan bakat terbaik dari berbagai latar belakang. Mereka juga cenderung memiliki lebih banyak inovasi karena adanya perbedaan pandangan yang ditawarkan oleh orang-orang dengan pengalaman hidup yang berbeda. Di sisi lain, kesetaraan menghilangkan hambatan-hambatan yang dapat menghalangi kemajuan karier dan pengakuan yang adil bagi semua anggota tim.

Dengan kata lain, kombinasi yang seimbang antara keberagaman dan kesetaraan menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, di mana setiap individu merasa dihargai dan

didorong untuk memberikan yang terbaik. Hal ini pada gilirannya dapat menghasilkan performa yang lebih baik bagi organisasi secara keseluruhan, serta meningkatkan reputasi mereka dalam hal etika dan tanggung jawab sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Widiyarini, W., & Hunusalela, Z. F. (2019). Perencanaan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT dan QSPM dalam upaya peningkatan penjualan T Primavista Solusi. *JABE (Journal of Applied Business and Economics)*, 5(4), 384. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4186>
- Mubarok, M. I., & Nurohman, D. (2020). Keberhasilan usaha konveksi seabagai implikasi dari kemampuan manajerial dan perilaku kewirausahaan. *J. Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 15–23. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=ccm&AN=143336995&lang=es&site=ehost-live>
- Yundari, T., & Artati, D. (2021). Analisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi. *J. Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 609–622. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i3.896>
- Sudiby, H. H. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak. *J. Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 78–85. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.211>
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh promosi penjualan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian furing prima pada PT. Biru Indokon. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen Bisnis)*, 6(1), 89–98. <https://doi.org/10.30743/jrmb.v6i1.3967>
- Suryani, O. D., & Abadi, M. T. (2023). Memahami efektivitas komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan bisnis Cireng Isi. *J. Riset Manajemen*, 1(2), 64–71.
- Priyatama. (2014). Pengaruh motivasi intrinsik terhadap kinerja karyawan. *J. Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*.
- Ameilia, V., & Marlianingrum, P. R. (2022). Pengaruh gaya kepemimpinan, stres kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT Absolute Connection. *J. Ekobis Ekonomi Bisnis Manajemen*, 12(2), 357–376. <https://doi.org/10.37932/j.e.v12i2.595>
- Mokoagow, Z. M., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. B. (2020). Pengaruh kepuasan kerja dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan pada PT. PLN (Persero) wilayah SULUTTENGGU. *J. EMBA Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27799>
- Fitriani, D. (2023). Peranan sistem informasi manajemen terhadap perkembangan e-commerce dalam pengambilan keputusan bagi usaha UMKM. *JKPIM Jurnal Kajian dan Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–14.



Analisis Kepuasan Konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari

Rangga

Program Studi Manajemen FEB'Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn21.rangga@mhs.ubpkarawang.ac.id

Uus Mohammad Darul Fadli

Program Studi Manajemen FEB'Universitas Buana Perjuangan Karawang

uus.fadli@ubpkarawang.ac.id

Alamat: Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

Korespondensi penulis: uus.fadli@ubpkarawang.ac.id

Abstract: *This research aims to conduct an analysis of consumer satisfaction at Ayam Geprek Sriwedari MSMEs. This research involved 100 respondents who were consumers of the restaurant. This study focuses on five indicators, namely product quality, service quality, emotional aspects, product price and costs. The research results show that overall the five indicators received a good positive response from consumers. These findings indicate that the factors studied have a significant contribution to consumer satisfaction with Ayam Geprek Sriwedari. The implications of this research suggest the need for MSMEs to continue to improve and maintain product quality, service, emotional aspects, product prices, and manage costs well in order to maintain consumer satisfaction and increase business competitiveness. This research provides valuable insight for MSME managers in understanding the factors that are important in creating positive experiences for consumers and strengthening market share.*

Keywords: *Consumer Satisfaction, MSMEs, Analysis, Satisfaction Indicators*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kepuasan konsumen pada UMKM Ayam Geprek Sriwedari. Penelitian melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen dari restoran tersebut. Studi ini memfokuskan pada lima indikator, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, harga produk, dan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan lima indikator mendapatkan respon positif yang baik dari konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang diteliti memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Ayam Geprek Sriwedari. Implikasi dari penelitian ini menyarankan perlunya UMKM untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk, pelayanan, aspek emosional, harga produk, serta mengelola biaya dengan baik guna menjaga kepuasan konsumen dan meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengelola UMKM dalam memahami faktor-faktor yang penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen dan memperkuat pangsa pasar.

Keyword : Kepuasan Konsumen, UMKM, Analisis, Indikator Kepuasan

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ayam Geprek Sriwedari, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, telah menjadi salah satu destinasi favorit masyarakat di Karawang. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen, perlu dilakukan Sebuah studi tentang variabel-variabel yang mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Ayam Geprek Sriwedari.

Penelitian ini menyelidiki kontribusi pemilik bisnis dalam meningkatkan kinerja karyawan di Ayam Geprek Sriwedari. Temuan menunjukkan bahwa tidak adanya ketegasan di antara pemilik bisnis dalam menegakkan jam kerja dan kurangnya Salah satu kendala yang dihadapi adalah kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada usaha mikro, kecil dan menengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. di UMKM Ayam Geprek Keprek. Temuan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki dampak penting pada variabel kepuasan pelanggan. (Rokmah et al., 2023)

Diterjemahkan menggunakan edisi gratis dari DeepL.com Rumusan masalah dalam penyusunan laporan analisis, karena memberikan arah dan batasan bagi penelitian yang dilakukan. Berdasarkan judul "Analisis Kepuasan Konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari", berikut adalah beberapa rumusan masalah yang bisa digunakan:

- Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari secara keseluruhan?
- Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari?
- Bagaimana pengaruh kualitas produk, seperti rasa, kebersihan, dan penyajian, terhadap kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari?

Tujuan Penelitian:

- Melakukan penelitian terhadap elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada UMKM Ayam Geprek Sriwedari yang berlokasi di Jl. R.E. Martadina.

- Pengguna tidak memberikan teks apapun. Mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai aspek dari produk dan jasa yang disediakan oleh UMKM Ayam Geprek Sriwedari..
- Mempelajari pola perilaku konsumen dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk serta layanan di UMKM Ayam Geprek Sriwedari.
- Mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan atau peningkatan berdasarkan umpan balik konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari.
- Menyusun rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Ayam Geprek Sriwedari untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dan daya saingnya di pasar lokal.

Dengan fokus pada tujuan-tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari serta memberikan panduan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan standar penawaran mereka sekaligus memperkuat ikatan mereka dengan para pelanggan.

KAJIAN TEORI

2.1. Pemasaran

Menurut Hendrayani & Siwiyanti, pada 2021 Manajemen pemasaran adalah satu jenis manajemen yang penting bagi semua bisnis. Strategi manajemen pemasaran yang meningkatkan pengenalan merek adalah tujuan dari taktik ini. atau layanan. Oleh karena itu alasan, pemilik bisnis memerlukan perlu mewaspadaikan luas seputar jenis manajemen pemasaran ini . untuk mengetahui wawasan luas seputar jenis manajemen pemasaran ini . Setiap organisasi atau bisnis harus menganggap serius manajemen pemasaran karena memainkan peran penting dalam keberhasilan proses peluncuran produk . dalam keberhasilan proses peluncuran produk . Manajemen penjualan juga melibatkan penyesuaian dan analisis proses penjualan strategis di perusahaan atau organisasi mana juga melibatkan menyesuaikan dan menganalisis proses penjualan strategis perusahaan atau organisasi mana pun . Manajemen pemasaran sangat penting dalam perusahaan atau organisasi. Hal ini adalah karena suatu perusahaan yang berfungsi dengan baik yang berfungsi dengan baik Pemasaran memiliki kemampuan untuk mendapatkan pangsa pasar yang ditargetkan dan menarik basis klien yang lebih besar.

Pada tahun 2022, Satriadi mendefinisikan pemasaran sebagai produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa tersebut; sebuah proses sosial dan manajemen.

Definisi pemasaran didasarkan pada pengertian dasar tentang kebutuhan, keinginan, dan hasrat. Ini mencakup beberapa jenis barang, termasuk barang, jasa, dan barang dagangan. Selain itu, pemasaran melibatkan pertimbangan harga, diskon, dan tawar-menawar, serta pembentukan basis dan kemitraan. Hal ini berkisar pada pasar dan pemasar, dan pada akhirnya bertujuan untuk menarik prospek. Teks ini mencakup gagasan tentang kebutuhan, keinginan, dan permintaan; berbagai jenis barang termasuk barang, jasa, dan barang dagangan; harga, diskon, dan penawaran; perdagangan dan kemitraan; pasar dan pemasar; dan prospek. (barang dagangan); harga, diskon, dan tawar-menawar; transaksi dan kemitraan; pasarpemasar; dan prospek. Kebutuhan dan keinginan adalah sumbernyamanusia tentang kebutuhan manusia, keinginan,, keinginan, dan hasrat manusia Danpemikiran .keinginan dasar pemikiran. Untuk mempertahankan eksistensinya, manusia membutuhkan akses ke udara, air, makanan, dan ruang hidup yang memadai. Selain itu, manusia juga menginginkan waktu luang, pendidikan, dan berbagai fasilitas lainnya. Mereka memiliki perlindungan yang kuat terhadap kategori barang dan jasa tertentu. Sangatlah penting untuk memahami konsep kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Manusia memiliki berbagai macam tuntutan yang melampaui beberapa kebutuhan dasar. Keinginan manusia lebih dari sekadar kebutuhan dasar. Manusia membutuhkan makanan, pakaian, tempat tinggal, perlindungan, harta benda, dan rasa hormat. Kebutuhan-kebutuhan ini tidak dihasilkan oleh pengaruh masyarakat atau pemasaran. Sifat dan kondisi biologis manusia mengacu pada karakteristik fisik dan genetik yang melekat. Keinginan adalah keinginan untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Permintaan mengacu pada keinginan eksplisit akan suatu produk, disertai dengan kemauan dan kemampuan untuk membelinya. Jika keinginan didukung oleh kemampuan untuk membeli, maka keinginan tersebut berubah menjadi permintaan..

Menurut Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh Pada 2019 Pemasaran adalah Kebanyakan Orang - orang akan setuju bahwa konsep pemasaran dan penjualanpemasaran dan penjualan identik dengan promosi dan periklanan .adalahsinonim dengan promosiperiklanan. Sebab, menurut logika ini, penjualan dan promosi / iklan hanya menyumbang sebagian kecil saja inidari keseluruhan .logika, penjualan dan promosi / iklan hanya mencakup sebagian kecil dari keseluruhan. Penting untuk pentingmemahami defensi pemasaran, yang merupakan Pertahanan pemasaran mengacu pada proses sosial dan manajemen yang membantu Membantu individu dan kelompok dalam memahami kebutuhan dan keinginan mereka.

Pendekatan ini memberdayakan individu untuk membuat penilaian yang tepat dan mengambil tindakan yang tidak berdampak buruk pada hubungan mereka dengan orang lain atau produk mereka..

2.2. Kepuasan Konsumen

Menurut Qomariah pada 2018 Kepuasan pelanggan mengacu pada umpan balik atau reaksi yang diberikan oleh konsumen setelah kebutuhan mereka akan suatu produk atau layanan terpenuhi. Hal ini menandakan bahwa konsumen mengalami perasaan puas dan senang karena harapan mereka telah terpenuhi. Selain itu, kebahagiaan klien sering kali digunakan sebagai tujuan utama dalam strategi pemasaran bisnis, yang mencakup perusahaan berbasis produk dan jasa. Semua perusahaan memiliki harapan yang konstan untuk kepuasan pelanggan.

Menurut Dr. Meithiana Indrasari, 2019 Memastikan kepuasan pelanggan kepuasan adalah tujuan yang dianut oleh semua bisnis.adalah tujuan yang dianut semua bisnis . Selain selain menjadifaktor penting bagi keberhasilan jangka panjang bisnis , memahami kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan ketahanan bisnis .Bahasa Inggris: sebuah faktor yang kritiskeberhasilan jangka panjang bisnis , memahami kebutuhan pelanggan untukmeningkatkan ketahanan bisnis .kesuksesan jangka panjang bisnis , pemahamankeberhasilan jangka panjang bisnis , memahami kebutuhan pelanggan kebutuhan pelangganmeningkatkan ketahanan bisnis .dapat meningkatkan ketahanan bisnis . Konsumen yang adalahOrang yang pendiam tentang produk dan layanan cenderung membelilagi dan menggunakan Produklagi ketika kebutuhan yang sama muncullagi dan gunakanproduk lagi dan menggunakan layananlayanan lagi ketika kebutuhan yang sama muncullagi di dalamkebutuhan hari berikutnya .yang muncul lagi di hari berikutnya .yang sama Artinyamaksudnya kepuasan pelanggan menjadi faktor utama bagi mereka saat melakukan pembelian dalam jumlah besar berdasarkan jumlah barang yang dijual perusahaan .pelanggankepuasan pelanggankepuasanadalah faktor kunci bagi mereka ketika mereka membuatdalam jumlah pembelian besar berdasarkan jumlah barangyang terjualoleh perusahaan .oleh perusahaan .

Kepuasan konsumen di sini Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan perilaku pelanggan selama pembelian barang atau jasa mencakup persyaratan dan keinginan yang dikomunikasikan secara eksplisit oleh konsumen. selama proses pembelian , waktu yang dibutuhkan bagi mereka untuk mengonsumsi barang atau jasa , pengalaman teman dan keluarga mereka setelah mereka selesai mengonsumsinya , dan pengamatan mereka . Dikatakan bahwa produk adalah kumpulan kualitas fisik , fungsional , dan simbolis

Memberikan manfaat atau keuntungan bagi setiap pengguna atau pembeli. Menyatakan bahwa produk tersebut mencakup kombinasi atribut berwujud, praktis, dan simbolis yang memberikan keuntungan atau manfaat bagi setiap pengguna atau pembeli..(Basor et al., 2023)

Menurut Dr. Meithiana Indrasari, 2019 Ketika menilai kebahagiaan klien, perusahaan harus mempertimbangkan lima elemen kunci, yang meliputi:

a) Kualitas produk.

Jika konsumen menemukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi, mereka akan puas dengan pembelian mereka.

b) Kualitas layanan

Sangat cocok untuk sektor jasa. Konsumen akan mengalami kepuasan apabila mereka menerima pelayanan prima yang memenuhi atau melebihi harapan mereka.

c) Afektif

Konsumen akan memiliki rasa bangga dan keyakinan diri yang meningkat ketika menggunakan produk yang diasosiasikan dengan merek tertentu yang dikenal dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Hal ini karena mereka percaya bahwa orang lain akan menghargai pilihan mereka. Kepuasan yang diperoleh dari merek tertentu tidak terutama dikaitkan dengan kualitas produk, tetapi lebih pada nilai sosial yang diwakilinya bagi konsumen.

d) Harga produk

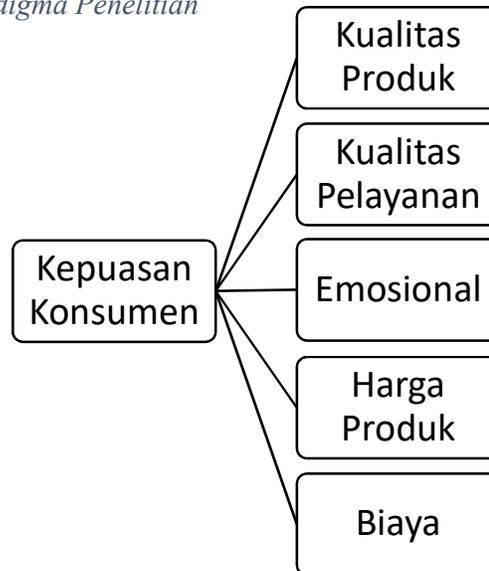
Produk yang memberikan kualitas yang sepadan namun dengan harga yang jauh lebih murah akan memberikan nilai lebih bagi konsumen..

e) Biaya Konsumen

Individu yang dibebaskan dari mengeluarkan biaya tambahan atau menginvestasikan waktu untuk mendapatkan produk atau layanan akan lebih mungkin mengalami kepuasan dengan produk atau layanan tersebut..

Paradigma Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa elemen-elemen yang berdampak pada kebahagiaan pelanggan. Faktor-faktor yang tercakup dalam daftar ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, pertimbangan emosional, harga produk, dan biaya. Pengaruh masing-masing faktor ini terhadap tingkat kepuasan konsumen akan dievaluasi untuk menentukan seberapa besar peranan mereka dalam pembentukan kepuasan konsumen secara keseluruhan

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian



Metode Penelitian

3.1 Disain:

Analisis faktor adalah metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi pola atau faktor-faktor mendasar di balik kumpulan variabel yang saling terkait. Tujuannya adalah untuk mengurangi dimensi variabel-variabel tersebut dan menemukan struktur yang lebih sederhana dari data asal dengan menjelaskan sebagian besar variasi dalam data dengan lebih sedikit faktor. Dalam analisis faktor, variabel-variabel asal yang saling berkorelasi dianggap berasal dari faktor-faktor yang lebih rendah. Analisis ini mencoba untuk menemukan faktor-faktor ini dan mengukur sejauh mana setiap faktor berkontribusi terhadap variasi dalam data. (Gideon et al., 2023) Desain analisis faktor digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen di UMKM Ayam Geprek Sriwedari.

3.2 Lokus :

UMKM Ayam Geprek Sriwedari di Jl. R.E Martadinata, sebagai sumber data dan pengambilan responden.

3.3 Responden:

Dalam penelitian ini, responden yang merupakan konsumen yang membeli Ayam Geprek Sriwedari di Jl. R.E Martadinata dapat dianggap sebagai subjek utama dari studi ini. Mereka memiliki peran penting dalam memberikan wawasan dan umpan balik yang sangat berharga terkait pengalaman berbelanja dan menikmati makanan di tempat tersebut.

3.4 Populasi dan Sampel:

- Populasi: Konsumen yang pernah mengunjungi UMKM Ayam Geprek Sriwedari.

- Sampel: 100 responden kuisisioner konsumen dipilih secara acak dari populasi tersebut.

3.5 Indikator Penelitian:

- Kualitas Produk
- Kualitas Pelayanan
- Emosional
- Harga Produk
- Biaya

3.6 Pengumpulan Data:

- Kuisisioner disebarakan kepada 100 responden di UMKM Ayam Geprek Sriwedari.
- Penjelasan singkat diberikan kepada responden sebelum mengisi kuisisioner.

3.7 Skala :

1. Sangat Tidak Baik (STB)
2. Tidak Baik (TB)
3. Cukup Baik (CB)
4. Baik (B)
5. Sangat Baik (SB)

3.8 Analisis Data:

- Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen.
- Korelasi antara variabel-variabel juga dapat dianalisis untuk melihat hubungan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.847
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	242.175
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Kualitas_Pr oduk	Kualitas_Pe layanan	Emosion al	Harga_Prod uk	Biaya
Anti-image Covariance	Kualitas_Produk	.445	-.075	-.119	-.087	-.139
	Kualitas_Pelaya nan	-.075	.390	-.167	-.165	-.066
	Emosional	-.119	-.167	.541	.066	-.079
	Harga_Produk	-.087	-.165	.066	.489	-.127

	Biaya	-.139	-.066	-.079	-.127	.453
Anti-image Correlation	Kualitas_Produk	.871 ^a	-.181	-.242	-.187	-.310
	Kualitas_Pelaya nan	-.181	.829 ^a	-.363	-.379	-.156
	Emosional	-.242	-.363	.834 ^a	.128	-.161
	Harga_Produk	-.187	-.379	.128	.829 ^a	-.270
	Biaya	-.310	-.156	-.161	-.270	.871 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Untuk melanjutkan analisis pada penelitian ini, diperlukan kondisi di mana semua nilai yang terdapat pada gambar di atas memiliki besaran yang melebihi angka 0,8 agar proses analisis dapat berlangsung dengan tepat dan akurat sesuai dengan kerangka penelitian yang telah ditetapkan.

Communalities

	Initial	Extraction
Kualitas_Produk	1.000	.713
Kualitas_Pelayana n	1.000	.750
Emosional	1.000	.575
Harga_Produk	1.000	.625
Biaya	1.000	.704

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.367	67.336	67.336	3.367	67.336	67.336
2	.602	12.047	79.382			
3	.412	8.244	87.627			
4	.340	6.804	94.431			
5	.278	5.569	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Berdasarkan hasil analisis, terdapat satu variabel yang perlu dilakukan rotasi faktor karena nilai ekstraksi yang rendah, yaitu variabel "Emosional" dengan nilai ekstraksi kurang dari 0,6. Melalui proses rotasi faktor, diharapkan akan membantu memperbaiki interpretasi dan kejelasan struktur faktor pada variabel "Emosional" dalam analisis tersebut.

Component Matrix^a

	Component 1
Kualitas_Produk	.844
Kualitas_Pelayanan	.866
Emosional	.758
Harga_Produk	.791
Biaya	.839

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Dari hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor eksternal seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, harga produk, dan biaya dapat berkontribusi dalam menciptakan kepuasan konsumen di restoran Ayam Geprek Sriwedari. Faktor-faktor ini saling berinteraksi dan mempengaruhi persepsi serta pengalaman konsumen, sehingga penting untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dari aspek-aspek tersebut guna memastikan kepuasan konsumen yang maksimal.

KESIMPULAN

Dari analisis kepuasan konsumen pada UMKM Ayam Geprek Sriwedari, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, harga produk, pengelolaan biaya, serta daya saing usaha sangat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman positif konsumen berperan penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan pemasaran yang lebih baik. Oleh karena itu, perlunya peningkatan kualitas produk dan pelayanan serta pengelolaan biaya yang efisien guna meningkatkan daya saing usaha dan menarik lebih banyak konsumen. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya UMKM Ayam Geprek Sriwedari untuk terus melakukan evaluasi dan perbaikan atas layanan mereka guna mencapai kepuasan konsumen yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan pangsa pasar dan keberlanjutan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S., Mulya Karnama, M., & Buana Perjuangan Karawang, U. (2023). Peran Pemilik Usaha Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Untuk Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Ayam Geprek Sriwedari). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). Retrieved from <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Basor, A. A., Fadli, U. M., & Khalida, L. R. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada E-Commerce Shopee (Studi pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang). *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 52–66. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.7372>
- Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, S. E. M. S., Dr. Miah Said, S. E. M. S., Sobirin, S. S. M. S., & Media, S. A. H. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*. SAH MEDIA. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=pZu-DwAAQBAJ>
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Untomo Press.
- Gideon, A., Lestari, N. T., Bano, V. O., Sari, M. N., Wicaksono, D., Adriana, N. P., Ibrahim, S., Faroh, M. N., & Anwar, K. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan*. Pradina Pustaka. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=k9nUEAAAQBAJ>
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Qomariah, N. (2018). *Marketing Adactive Strategy*.
- Rokmah, S., Dewi, I., Pengaruh, M.), Pelayanan, K., Kepuasan, T., Usaha, P., Kecil, M., Ayam, M., Keprek, G., Kalimukti, D., Pengaruh, B., & Mulyani, I. D. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Micro, Small and Medium Enterprises Ayam Geprek Keprek. In *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 1).
- Satriadi, S., Tubel Agusven, S. T., Elvi Lastriani, S. E., Triyani Capeg Hadmandho, M. B. A., Ramli, R. A. L. P., Annisa Sanny, S. E., Prayoga, D., & KM, S. (2022). *Manajemen pemasaran*. CV Rey Media Grafika.



Optimalisasi Teknologi Digital Untuk Mencapai “UMKM Naik Kelas” Studi Kasus Toko Kelontong Kecamatan Genteng

Abd. Ghofar¹, Zawawi Zawawi²

¹Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Korespondensi Penulis: 20012010228@student.upnjatim.ac.id*

Abstract. *For grocery stores in the Genteng area of Surabaya, digital technology, particularly in branding and digital marketing, can address the challenges faced by micro, small, and medium businesses in promoting and showcasing their products to potential customers. These stores have significant potential due to Genteng's strategic location and dense population. However, a major obstacle is the lack of understanding of digital advertising strategies and nuances, which hampers the growth of grocery stores and their ability to compete with modern retail companies. Observations and discussions with grocery store owners revealed this issue, prompting researchers to develop a research methodology and analysis of the existing challenges. Solutions offered include logo improvements, support with design and management of social media accounts and content, creation and management of marketplace accounts, and providing insights on Instagram advertising to business owners. With these various solutions, it is anticipated that grocery store entrepreneurs can compete effectively and keep pace with the rapid advancements in technology.*

Keywords: *Grocery Stores, Digital Technology, Digital Marketing*

Abstrak. Bagi toko kelontong di daerah Genteng Surabaya, teknologi digital, terutama dalam branding dan pemasaran digital, bisa menjadi solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memasarkan dan memperkenalkan produk mereka kepada calon pelanggan. Toko kelontong memiliki potensi besar karena letak Genteng yang strategis dan padat penduduk. Namun, tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman tentang strategi dan karakteristik periklanan digital, yang menghambat pertumbuhan toko kelontong dan kemampuan mereka bersaing dengan perusahaan ritel modern. Berdasarkan pengamatan dan diskusi dengan pemilik toko kelontong, peneliti menemukan masalah ini dan mengembangkan metodologi penelitian serta analisis terhadap masalah yang ada. Penyempurnaan logo, bantuan desain dan manajemen akun serta konten media sosial, pembuatan dan manajemen akun pasar, serta memberikan wawasan tentang iklan Instagram kepada pemilik usaha adalah beberapa solusi yang ditawarkan. Dengan berbagai solusi ini, diharapkan para pengusaha toko kelontong dapat bersaing dan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Kata kunci : Toko Kelontong, Teknologi Digital, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Saat ini, toko kelontong di kecamatan Genteng, Surabaya, menghadapi berbagai tantangan yang memerlukan adopsi dan optimalisasi teknologi digital untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka. Genteng, sebagai kawasan yang terus berkembang, menawarkan potensi besar bagi toko kelontong untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar mereka. Toko kelontong di Genteng umumnya masih menghadapi beberapa masalah yang umum terjadi di sektor ini, seperti manajemen stok yang tidak efisien dan pencatatan transaksi yang masih menggunakan metode manual. Hal ini sering kali mengakibatkan kesalahan dalam perhitungan stok barang dan kesulitan dalam merespon permintaan pasar dengan cepat dan tepat.

Selain itu, dalam konteks persaingan yang semakin ketat, toko kelontong perlu mampu menghadapi tantangan dari supermarket besar dan platform e-commerce yang menawarkan kenyamanan belanja yang lebih besar kepada konsumen. Mereka perlu mengembangkan strategi yang memungkinkan mereka tetap relevan dan menarik bagi konsumen lokal, sambil tetap mempertahankan keunggulan dalam pelayanan dan kualitas produk. Dr. Martin (2020) berpendapat bahwa optimalisasi teknologi digital pada toko kelontong dapat memberikan dampak positif jangka panjang bagi perekonomian lokal. "Dengan meningkatnya efisiensi dan daya saing, toko kelontong dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat," jelas Dr. Martin. Ia juga menyoroti potensi teknologi digital untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern dan platform e-commerce besar.

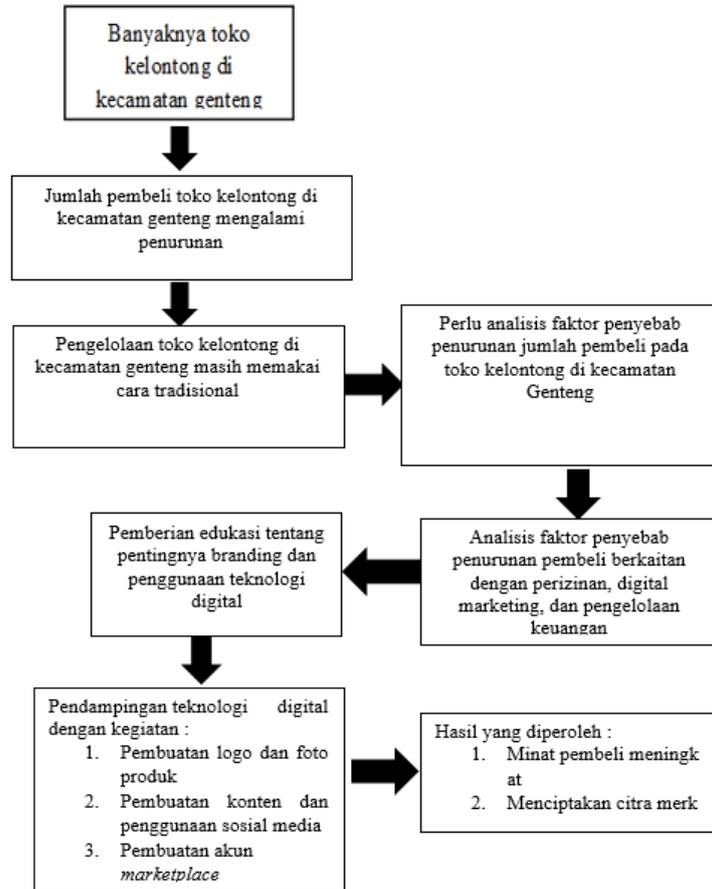
Optimalisasi teknologi digital di toko kelontong Genteng menjadi krusial untuk mengatasi tantangan ini. Dengan mengadopsi sistem POS modern, misalnya, toko kelontong dapat meningkatkan efisiensi dalam manajemen inventaris, mempercepat proses transaksi, dan meminimalkan kesalahan dalam pencatatan. Selain itu, dengan hadir secara online melalui platform e-commerce atau media sosial, mereka dapat memperluas pangsa pasar mereka dan mencapai pelanggan baru yang tidak dapat dijangkau melalui saluran tradisional.

Lebih jauh lagi, teknologi digital memungkinkan toko kelontong untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih personal kepada pelanggan mereka melalui promosi yang disesuaikan, program loyalitas, dan layanan pelanggan yang lebih responsif. Dengan cara ini, toko kelontong dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka dan meningkatkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Dengan demikian, optimalisasi teknologi digital bukan hanya menjadi kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar, tetapi juga sebagai langkah strategis untuk menjaga relevansi dan keberlanjutan toko kelontong di kecamatan Genteng dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

2. METODE

Pemetaan Model dan Permasalahan



Gambar 2.1 Alur Identifikasi Masalah

Langkah awal yang akan dilakukan sebagai kontribusi kepada masyarakat kecamatan Genteng khususnya pemilik toko kelontong ialah melakukan dialog dengan tujuan agar dapat memperoleh informasi perihal potensi dan kendala yang dialami pemilik toko kelontong tersebut. Manfaat dari dialog terlihat pada diagram diatas. langkah lanjutan setelah pelaksanaan dialog yakni :

- a. Melaksanakan survei untuk memperoleh kondisi riil toko kelontong yang akan menjadi objek pendampingan dalam program magang, yaitu toko kelontong di kecamatan Genteng
- b. Melakukan sesi tanya jawab bertujuan untuk memperoleh kondisi melalui diskusi dengan pemilik toko kelontong agar dapat memperoleh informasi terkait permasalahan yang dialami.
- c. Melakukan perbandingan penelitian terdahulu dengan kondisi di lapangan untuk membandingkan kondisi lapangan dan konsep yang teoritis.

Sesuai dengan penjabaran kondisi dan kendala toko kelontong, cara yang direncanakan sebagai wujud kontribusi kepada masyarakat khususnya toko kelontong di Kecamatan Genteng sebagai berikut:

- a. Pemaparan sosialisasi terkait keuntungan dan pentingnya citra merek sebuah usaha dalam kampanye dan penjualan.
- b. menciptakan akun sosial media dan akun pemasaran daring untuk toko kelontong yang bermanfaat untuk melakukan promosi dan penjualan secara daring.
- c. Pendampingan dalam penyusunan konten dan tata cara foto produk yang akan diunggah ke akun sosial media dan pemasaran daring yang telah didaftarkan sebelumnya.
- d. Mengajari pembuatan akun whatsapp bisnis serta memberi tahu cara pemakaian.
- e. Pengunggahan media yang telah dibentuk pada akun pelantar digital dan akun Whatsapp Bisnis.
- f. Pendampingan pembukuan sederhana agar pengelolaan keuangan toko kelontong lebih tertata

3. HASIL

Menurut (Ramperstad, 2008:2) Pembentukan Citra Merek ialah proses yang berhubungan dengan prediksi, emosi, dan perasaan sebuah individu. Citra Merek menjadi salah satu tugas penting dalam pemasaran daring dan penjualan karena teknik pemasaran tidak akan berdampak besar tanpa adanya citra merk yang kuat.

Philip Kotler (2009 : 332) menjelaskan tentang tujuan citra merek yaitu melakukan identifikasi produk dan menciptakan perbedaan dengan kompetitor agar menghasilkan suatu tingkat ketenaran. Dengan adanya ketenaran kepada calon pelanggan, peneliti berharap hal tersebut mampu berdampak dengan efek pada usaha khususnya toko kelontong akan selalu dikenal oleh warga sekitar ataupun pelanggan dalam jangka waktu yang lama.

Maka dari itu, dalam penerapan branding diperlukan sebuah karakter agar bisa bersaing dengan ritel modern dan e-commerce besar. Selain keunikan, hal yang perlu dipertimbangkan adalah pembuatan logo sebagai serta identitas usaha yang dapat dikenal agar dapat menarik perhatian pelanggan. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, dapat ditemukan bahwa Sebagian besar toko kelontong di kecamatan genteng belum optimal dalam melakukan pemasaran daring yang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti membuat beberapa alternatif solusi untuk membentuk citra toko kelontong agar menarik perhatian calon konsumen, yakni :

a. Menciptakan logo yang mempertimbangkan karakteristik usaha

Dalam proses pembentukan logo dengan tujuan pembentukan citra merek toko kelontong yang menjadi bagian dalam rencana pendampingan karena Sebagian besar toko kelontong belum memiliki logo dan beberapa yang memiliki logo tetapi kurang maksimal.

b. Banner sebagai identitas usaha

Banner merupakan bagian dari pembentukan citra merek berfungsi bentuk pemberian informasi mengenai letak usaha, barang yang dijual dan informasi untuk pembelian.

Selain melakukan pembentukan citra merek, peneliti juga menyusun program pendampingan yang berkaitan dengan cara penggunaan media pemasaran daring dengan harapan omset bulanan toko kelontong bisa meningkat dan penjualan secara daring bisa lebih optimal. Cara yang diterapkan peneliti dalam proses pembentukan citra merek, yaitu:

3.1 Pembentukan akun pemasaran online dan (E-Pekan dan Grab Mart)

Tujuan peneliti membantu pemilik toko kelontong dalam pembuatan akun pemasaran ialah penyesuaian dengan tren yang dimiliki oleh calon pelanggan pada saat ini yang lebih sering untuk membuka menggunakan gawai dalam pembelian daring dengan tujuan membandingkan harga maupun kualitas terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.

Selain itu, hal yang menjadi pertimbangan peneliti dalam pemilihan dua aplikasi diatas karena terdapat keuntungan yang bisa diambil toko kelontong jika menggunakan akun pemasaran online dalam penjualan, yakni: tidak memerlukan modal yang besar, adanya garansi proses transaksi yang mudah dan aman, serta terdapat untuk mengetahui perkembangan penjualan.

3.2 Melakukan pendaftaran dan penyusunan media di pelantar digital

Peneliti memilih pendampingan terkait pengelolaan akun pelantar digital dan penyusunan media yang bertujuan membentuk kesadaran merk pada calon pelanggan. Untuk pelantar digital yang digunakan oleh peneliti yaitu Instagram dan tiktok dengan pertimbangan bahwa media tersebut sedang populer dengan jangkauan calon pelanggan yang beragam

3.3 Melaksanakan pendampingan promosi melalui Whatsapp Business

WhatsApp Business memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui pesan teks, gambar, video, dan lainnya. Berikut adalah beberapa bentuk digital marketing yang dapat diterapkan melalui WhatsApp Business antara lain broadcast messages yang memungkinkan pemilik toko kelontong untuk mengirim pesan yang sama ke banyak pelanggan sekaligus yang bisa dimanfaatkan untuk mengumumkan promosi, diskon, atau informasi penting lainnya. Pesan broadcast dapat membantu pemilik toko kelontong untuk mencapai banyak pelanggan dengan lebih cepat dan efisien. Lalu ada fitur katalog yang

memungkinkan pemilik toko kelontong untuk menampilkan daftar produk yang dijual dalam bentuk katalog digital. Pelanggan dapat dengan mudah melihat dan memilih produk yang mereka inginkan dari aplikasi whatsapp. Kemudian terdapat fitur *Automated Messages* yang dapat dimanfaatkan pemilik toko kelontong untuk mengatur pesan otomatis yang berguna untuk menyambut pelanggan baru, menjawab pertanyaan umum, atau memberikan informasi tentang lokasi dan jam operasional toko kelontong.

4. DISKUSI

Magang, sebagai bagian integral dari kurikulum pendidikan tinggi, memainkan peran penting dalam membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dan keterampilan yang relevan dengan dunia kerja. Selain itu, magang juga sejalan dengan salah satu tujuan utama universitas, yakni pengabdian kepada masyarakat. Salah satu aspek penting dari pengabdian kepada masyarakat adalah transfer pengetahuan dan pemberdayaan komunitas. Melalui program magang, mahasiswa dapat berbagi pengetahuan dan keterampilan mereka dengan komunitas setempat, sehingga memberdayakan masyarakat untuk menjadi lebih mandiri dan berdaya saing. Output yang menjadi capaian peneliti yaitu keberhasilan penerapan teknologi digital pada toko kelontong di kecamatan genteng. Adapun uraian implementasi teknologi digital meliputi Branding, Pembukuan sederhana, dan Digital Marketing.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan masalah yang didapat dari hasil pengamatan maka dapat disimpulkan bahwa kendala utama yang sering dialami oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) khususnya toko kelontong di kecamatan Genteng adalah terbatasnya informasi terkait teknologi digital terutama citra merek dan penjualan secara daring.

Hal tersebut didapat dari hasil pengamatan dan dialog yang peneliti lakukan dengan pemilik toko kelontong di kecamatan Genteng, Surabaya. Hal tersebut memunculkan analisa guna mengetahui faktor penyebab kendala dan potensi yang dapat dioptimalkan untuk pemilik toko kelontong tersebut.

Dari berbagai kendala yang dialami oleh pemilik toko kelontong, peneliti menganggap perlunya dilakukan pendampingan terkait perizinan, citra merek, dan pengenalan penjualan daring. Bentuk solusi yang peneliti lakukan diharapkan mendapat hasil seperti nomor induk berusaha (NIB), pembentukan logo sesuai karakteristik serta layout berupa banner untuk dapat terlihat oleh calon pelanggan, pendampingan penggunaan aplikasi penjualan daring, serta

pendampingan penggunaan dan pembuatan konten pada pelantar digital yang bertujuan membantu pemilik toko kelontong untuk membentuk citra merek dan keberlanjutan usaha ditengah perkembangan teknologi digital.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Drs. Zawawi, S.E., M.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing Program Studi Manajemen. Terima kasih juga disampaikan kepada pemilik toko kelontong di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Serta rekan dalam proses pendampingan toko kelontong di Kecamatan Genteng.

7. DAFTAR REFERENSI

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92.
- Andriana, A. N., & Pingki, P. (2022). Penerapan teknik foto produk dan video reel Instagram bisnis sebagai optimalisasi strategi social media marketing dalam menyambut IKN. 6(4), 3101–3111.
- Cook, J. (2020). *Instagram rules: The essential guide to building brands, business and community*. White Lion Publishing.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76.
- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran digital marketing sebagai upaya peningkatan omset. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 23(2), 117–120.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659.
- Muzdalifah, L. (2017). E-marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di rumah pengantin L'Sinta Sidoarjo. *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, 7(September), 1–10.
- Paul, I., & Ganguly, S. (2014). Identifying business value from the use of social media: An SME perspective. *Ind. J. Sci. Res. and Tech*, 2(2), 1–10.
- Purwana, E. S., Dedi, Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
- Wardhana, A. (2015). Strategi digital marketing dan implikasinya pada keunggulan bersaing UKM di Indonesia. *Forum Keuangan Dan Bisnis*, 3(2), 327–337.



Peran Apron Movement Control (AMC) Dalam Menerapkan Kedisiplinan Kerja Karyawan Di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar

Nurifi Nurifi¹ , Elisabeth Endang Prakosawati²

^{1,2} Sekoah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Parangtritis No.KM.4,5, Druwo, Bangunharjo, Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Korespondensi penulis: nurifi040701@gmail.com

Abstract. Air transportation is the primary choice due to its speed, safety, and comfort. Airports are places where aircraft land and take off and conduct various activities related to passengers and cargo, categorized into domestic and international. The Apron Movement Control (AMC) unit at PT Angkasa Pura I oversees movements in the apron area and provides services to airport users. Strict supervision is required to maintain safety and discipline on the apron. However, observations at the AMC at Sultan Hasanuddin International Airport in Makassar show a lack of discipline among staff, such as oil spills on the apron, which pose a safety hazard. This research aims to understand the role of AMC in enforcing employee discipline and the challenges faced at Sultan Hasanuddin International Airport in Makassar. This research employs a qualitative approach to understand the phenomena in the Apron Movement Control unit at PT Angkasa Pura I, Sultan Hasanuddin International Airport in Makassar, from June 1 to July 31, 2024. Primary data were collected through interviews and direct observations, while secondary data were obtained from company documents and literature studies. Data analysis involves reduction, presentation, and conclusion drawing, with data validity tested through source, technique, and time triangulation. Research steps include interviews, observations, data analysis, and conclusion drawing. The results show that the Apron Movement Control (AMC) unit at Sultan Hasanuddin International Airport in Makassar plays a crucial role in maintaining security, order, and discipline on the apron. They control the movements of aircraft, vehicles, and personnel and ensure operations follow safety procedures. AMC also acts as disciplinarian and educator through regular training. However, they face challenges such as a lack of employee understanding of procedures, limited communication equipment, communication challenges due to noise, and high operational pressure. To overcome these challenges, AMC needs to strengthen training, improve communication and coordination, enhance facilities, and increase employee welfare. These measures are expected to improve AMC's performance and instill a strong work discipline culture, making them the front line in maintaining airport security and operational efficiency.

Keywords: Apron Movement Control, Role, Discipline, Sultan Hasanuddin International Airport

Abstrak. Transportasi udara menjadi pilihan utama karena kecepatan, keamanan, dan kenyamanannya. Bandara adalah tempat pesawat mendarat dan lepas landas serta melakukan berbagai aktivitas terkait penumpang dan barang, dibedakan menjadi domestik dan internasional. Unit Apron Movement Control (AMC) di PT Angkasa Pura I bertugas mengawasi pergerakan di area apron dan memberikan layanan kepada pengguna bandara. Pengawasan ketat diperlukan untuk menjaga keselamatan dan kedisiplinan di apron. Namun, pengamatan di AMC Bandara Sultan Hasanuddin Makassar menunjukkan kurangnya disiplin petugas, seperti insiden tumpahan oli yang membahayakan keselamatan penerbangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran AMC dalam menerapkan kedisiplinan kerja karyawan dan kendala yang dihadapi di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena di unit Apron Movement Control PT Angkasa Pura I, Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar, dari 1 Juni hingga 31 Juli 2024. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen perusahaan dan studi pustaka. Analisis data melibatkan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Langkah-langkah penelitian mencakup wawancara, observasi, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Unit Apron Movement Control (AMC) di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar berperan penting dalam menjaga keamanan, ketertiban, dan kedisiplinan di area apron. Mereka mengendalikan pergerakan pesawat, kendaraan, dan personel serta memastikan operasi berjalan sesuai prosedur keselamatan. AMC juga bertindak sebagai penegak disiplin dan edukator melalui pelatihan rutin. Namun, mereka menghadapi kendala seperti kurangnya pemahaman karyawan, keterbatasan peralatan komunikasi, tantangan komunikasi

Received: Juni 12, 2024; Revised: Junii 26 2024; Accepted: Juli 15,2024; Published: Juli 17,2024

*Corresponding author, nurifi040701@gmail.com

akibat kebisingan, dan tekanan operasional yang tinggi. Untuk mengatasi ini, AMC perlu memperkuat pelatihan, meningkatkan komunikasi dan koordinasi, memperbaiki sarana dan prasarana, serta meningkatkan kesejahteraan karyawan. Dengan langkah-langkah ini, AMC diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan menanamkan budaya disiplin kerja yang kuat, menjadikan mereka garda terdepan dalam menjaga keamanan dan efisiensi operasional bandara.

Kata Kunci: Apron Movement Control, Peran, Kedisiplinan dan Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar

1. LATAR BELAKANG

Transportasi merupakan salah satu faktor penting dari kebutuhan jasa angkutan bagi orang serta barang dari dan ke seluruh wilayah tanah air, bahkan mancanegara. Selain itu transportasi juga berperan sebagai penunjang, pendorong dan penggerak bagi perkembangan pembangunan dan perekonomian suatu wilayah. Di antara sistem transportasi yang ada, transportasi udara merupakan sistem transportasi yang relatif cepat, aman dan nyaman hingga menjadi pilihan bagi pengguna jasa dari sektor bisnis, pariwisata dan pendidikan

Menurut pasal 1 Undang-Undang Nomer 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan Bandar Udara adalah kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang di gunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, yang lengkap dan fasilitas keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya. Bandar udara di tinjau dari penggunaannya di bedakan menjadi 2 (dua) yaitu bandar udara domestik dan bandar udara international.

Unit *Apron Movement Control* (AMC) merupakan salah satu unit yang ada di PT API yang berada dibawah Dinas Pelayanan Bandara yang memiliki tugas dan wewenang serta ruang lingkup yang luas mencakup tugas pengawasan diseluruh wilayah pergerakan sisi udara (*movement area*). Adapun fungsi Unit AMC adalah fungsi pengawasan atas semua pergerakan lalu lintas di area *apron* yang terdiri dari lalu lintas pesawat udara, kendaraan dan personil, dan fungsi pelayanan langsung kepada pihak pengguna jasa Bandar udara seperti *Airline* dan *Ground Handling Agent*, pelayanan garbarata, serta pelayanan *parking stand* pesawat udara. Dengan demikian diharapkan kedua fungsi yang dimiliki Unit AMC dapat menunjang segala aktifitas yang ada di sisi udara dengan tertib sebagaimana mestinya hal ini tentunya di perlukan pengawasan penuh terhadap kondisi, obyek, dan kegiatan serta pelayanan di apron yang dilaksanakan oleh Apron Movement Control (AMC) serta diharapkan dapat meningkatkan tingkat kedisiplinan petugas sisi udara (*airside*).

Dalam hal ini peneliti pada saat melakukan pengamatan di Unit kerja *Apron Movement Control* (AMC) Bandar Udara Sultan Hasanuddin Makassar petugas AMC belum menjalankan kedisiplinan dalam bekerja terhadap pergerakan yang ada di apron sehingga ditemukan seperti terjadi tumpahan oli di area Apron Bandar Udara sultan Hasanuddin Makassar yang dapat berakibat fatal karena dapat mengganggu keselamatan penerbangan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian ‘PERAN *APRON MOVEMENT CONTROL* (AMC) DALAM MENERAPKAN KEDISIPLINAN KERJA KARYAWAN DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SULTAN HASANUDDIN MAKASSAR’

2. KAJIAN TEORITIS

a) Bandar Udara

Menurut *Annex 14* dari [ICAO](#) (*International Civil Aviation Organization*): Bandar udara adalah area tertentu di daratan atau perairan (termasuk bangunan, instalasi dan peralatan) yang diperuntukkan baik secara keseluruhan atau sebagian untuk kedatangan, keberangkatan dan pergerakan pesawat.

b) Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar

Bandar Udara Internasioanl Hasanuddin (IATA UPG, ICAO WAAA), adalah sebuah bandara udara internasional di makassar, Sulawesi Selatan. Terletak 20 km (12 mi) timur dari pusat kota Makassar dan dioperasikan oleh PT. Angkasa Pura 1. Terminal saat ini dibuka pada tanggal 20 Agustus 2008. Bandara ini merupakan pintu gerbang utama untuk penerbangan ke bagian timur Indonesia, dan dinamai Sultan Hasanuddin, Seorang Sultan Gowa, yang berperang melawan Perusahaan Hindia Timur Belanda. Pada tahun 1660-an.

c) Apron Movement Control (AMC)

Berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Perhubungan Udara Nomor KP 21 tahun 2015 pasal 2 butir ke 6 bahwa Apron Movement Control adalah merupakan personel bandar udara yang memiliki lisensi dan rating untuk melaksanakan pengawasan terhadap ketertiban, keselamatan pergerakan lalu lintas di apron serta penentuan parkir pesawat udara.

Apron Movement Control bertugas menentukan tempat parkir pesawat setelah menerima estimate dari unit ADC atau Tower. Apron Management Service ditujukan untuk memperlancar pergerakan pesawat dan pengoperasian pesawat di apron dan mengurangi waktu pemberhentian pesawat di darat. Apron Movement Control (AMC) merupakan unit central. Unit AMC (Apron Movement Control) mempunyai tugas dalam kegiatan operasional sisi udara. Selain mempunyai tugas pokok, unit AMC (Apron Movement Control) mempunyai kewenangan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki (Hermawan & Widyastuti, 2021) `

Berdasarkan Undang-Undang No. 1 Tahun 2009 tentang penerbangan, bahwa Bandar Udara yaitu kawasan di daratan dan/atau perairan dengan batas-batas tertentu yang digunakan sebagai tempat pesawat udara mendarat dan lepas landas, naik turun penumpang, bongkar muat barang, dan tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi, keselamatan dan keamanan penerbangan, serta fasilitas pokok dan fasilitas penunjang lainnya.

A. Peran

Pengertian peran menurut Soekanto (sebagaimana dikutip dalam Lantaeda, 2017), peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. dalam sebuah organisasi setiap orang memiliki berbagai macam karakteristik dalam melaksanakan tugas, kewajiban atau tanggung jawab yang telah diberikan oleh masing-masing organisasi atau lembaga. Sedangkan menurut Invancevich dan Donelly (sebagaimana dikutip dalam Lantaeda, 2017) peran adalah seseorang yang harus berhubungan dengan 2 sistem yang berbeda, biasanya organisasi.

B. Kedisiplinan

Menurut Ametembun (Darmadi, 2017) disiplin dapat diartikan secara etimologi maupun terminologi. Secara etimologi, istilah disiplin berasal dari bahasa inggris discipline yang artinya pengikut atau penganut. Sedangkan secara terminologis, istilah disiplin mengandung arti sebagai 20 keadaan tertib dimana seseorang tunduk dengan senang hati pada ajaran-ajaran para pemimpinnya.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan faktor penting dalam penelitian, karena metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Sugiyono (2015) menyatakan bahwa metode kualitatif, yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Moleong (2017) menambahkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah melalui strategi deskriptif di unit Apron Movement Control di P.T Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. Penelitian dilakukan dari 1 Juni 2024 hingga 31 Juli 2024. Data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang dikategorikan sebagai data primer dan sekunder. Data primer berasal dari wawancara dan observasi langsung, sedangkan data sekunder dari dokumen perusahaan dan studi pustaka.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara berstruktur, observasi langsung, dan dokumentasi. Analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu untuk mengukur kredibilitas data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi serta mengkaji pustaka yang relevan. Langkah-langkah penelitian meliputi pengambilan data dari petugas unit AMC melalui wawancara, pengamatan langsung di lapangan, memahami dan melaksanakan prosedur, mempersiapkan alat dan bahan, menganalisis data dengan triangulasi, dan menarik kesimpulan dari analisis data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran Apron Movement Control (AMC) dalam menerapkan kedisiplinan kerja karyawan di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. Untuk mencapai tujuan tersebut, data dikumpulkan melalui beberapa metode kualitatif. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan petugas AMC dan karyawan untuk mendapatkan wawasan mengenai bagaimana AMC mempengaruhi kedisiplinan kerja. Wawancara ini bertujuan untuk memahami pandangan, pengalaman, dan persepsi mereka tentang efektivitas AMC dalam mengatur dan mengawasi kegiatan di apron bandara. Selain itu, observasi langsung terhadap kegiatan AMC di lapangan apron dilakukan untuk melihat implementasi kebijakan dan prosedur secara nyata. Observasi ini mencakup bagaimana AMC beroperasi dalam mengelola pergerakan pesawat dan kendaraan, serta interaksi antara AMC dan karyawan. Dokumen internal dan laporan terkait pelanggaran serta kedisiplinan kerja turut dianalisis untuk melengkapi data kualitatif dan memberikan konteks tambahan mengenai pengaruh AMC. Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman mendalam tentang kontribusi AMC dalam meningkatkan kedisiplinan kerja serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Tabel 1 Karakteristik Narasumber Yang Diwawancarai

No	Nama	Jabatan	Waktu
1	Kurniati Harahap Ramadhani	Apron movement control	19 Juni 2024
2	Akhwin Dinata	Airline service Supervisor	18 Juni 2024

3	M. Dion Risdyan Candra	Apron Movement Control	18 Juni 2024
---	------------------------	------------------------	--------------

Pada tanggal 18 dan 19 Juni 2024, terdapat beberapa individu yang diwawancarai terkait dengan posisi mereka dalam industri penerbangan. Pada tanggal 18 Juni 2024, dua orang diwawancarai yaitu Akhwin Dinata, yang menjabat sebagai Airline Service Supervisor, dan M. Dion Risdyan Candra, yang bekerja sebagai Apron Movement Control. Sementara itu, pada tanggal 19 Juni 2024, Kurniati Ramadhani Harahap, yang juga berperan dalam Apron Movement Control, turut diwawancarai. Kedua posisi Apron Movement Control yang dipegang oleh Kurniati dan Dion menunjukkan adanya tanggung jawab besar dalam pengawasan pergerakan apron di bandara, sementara peran Airline Service Supervisor yang dipegang oleh Akhwin menekankan pentingnya pengawasan dan koordinasi layanan penerbangan.

1. Hasil Wawancara

Hasil wawancara dalam penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana Apron Movement Control (AMC) mempengaruhi kedisiplinan kerja karyawan di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar.

Unit Apron Movement Control (AMC) memainkan peran kunci dalam menerapkan kedisiplinan kerja di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar dengan mengawasi dan mengatur pergerakan di apron, serta memastikan bahwa semua prosedur dan peraturan dipatuhi. AMC bertanggung jawab untuk menjaga keamanan, efisiensi, dan kelancaran operasional serta memberikan tindakan disiplin bila diperlukan.

Namun, AMC menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan tugasnya. Kendala utama termasuk kurangnya pemahaman atau kesadaran karyawan tentang prosedur, peralatan yang tidak memadai, tantangan komunikasi, dan tekanan operasional yang tinggi. Masalah ini sering kali diperburuk oleh perbedaan interpretasi SOP dan kurangnya pelatihan yang memadai.

Untuk menerapkan disiplin, AMC menggunakan berbagai metode seperti pelatihan rutin, pengawasan ketat, dan penerapan sistem evaluasi kinerja. Pelanggaran yang sering terjadi meliputi ketidakpatuhan terhadap prosedur keselamatan, penggunaan peralatan yang tidak sesuai standar, dan kesalahan dalam koordinasi pergerakan. Sanksi untuk pelanggaran dapat berupa teguran lisan atau tertulis, penurunan pangkat, atau bahkan pemecatan dalam kasus pelanggaran berat.

Walaupun banyak karyawan mengikuti SOP dengan baik, terdapat beberapa area di mana pelaksanaan SOP masih memerlukan perbaikan. Permasalahan seperti kurangnya konsistensi dalam implementasi SOP dan kekurangan dalam pengawasan teknis dapat mempengaruhi efektivitas kedisiplinan. Kolaborasi antara AMC dan unit lainnya di bandara dilakukan melalui koordinasi rutin dan komunikasi yang efektif untuk memastikan semua unit bekerja sesuai prosedur.

Secara keseluruhan, AMC berusaha mengatasi kendala dengan meningkatkan pelatihan, memperbaiki sistem pelaporan, dan mengimplementasikan langkah-langkah perbaikan untuk memastikan kedisiplinan kerja tetap terjaga dan dampak terhadap keselamatan di apron dapat diminimalkan.

2. Hasil Observasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa aspek dari tugas dan tanggung jawab Petugas Apron Movement Control (AMC) telah diterapkan dengan baik, sementara beberapa lainnya masih memerlukan perhatian dan perbaikan. Pengawasan di kawasan apron, pengawasan terhadap kedisiplinan, serta penanganan insiden dan kecelakaan dilakukan dengan efektif. Petugas AMC juga menunjukkan kepatuhan yang baik dalam melaksanakan tugas sesuai dengan SOP, melakukan pengawasan pergerakan orang di apron, pencatatan laporan temuan di lapangan, dan inspeksi rutin. Namun, terdapat beberapa area yang belum diterapkan dengan baik. Misalnya, pelaksanaan kedisiplinan sesuai SOP dan pengecekan anggo masih memerlukan perbaikan. Meski petugas AMC telah berkoordinasi dengan pihak terkait saat menghadapi kendala dan mengadakan kontrol disiplin di apron dengan baik, masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal pengecekan.

Secara keseluruhan, petugas AMC telah menunjukkan upaya yang signifikan dalam menjaga keselamatan, kecepatan, dan kelancaran pergerakan kendaraan di apron serta pengaturan yang baik untuk kegiatan lainnya. Namun, perhatian tambahan diperlukan untuk memastikan bahwa semua aspek dari prosedur dan tugas yang ada diterapkan secara konsisten dan efektif.

Pembahasan

1. Peran unit Apron Movement Control (AMC) dalam menerapkan kedisiplinan kerja karyawan di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar

Bandara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar, sebagai salah satu bandara tersibuk di Indonesia, memiliki peran vital dalam mendukung konektivitas dan mobilitas nasional. Di balik kelancaran operasional bandara, terdapat peran krusial Unit Apron Movement Control

(AMC) yang bagaikan penjaga gerbang di area apron, memastikan keamanan dan ketertiban pergerakan pesawat, kendaraan, dan personel.

AMC bagaikan maestro di area apron, mengendalikan pergerakan lalu lintas dengan penuh ketelitian dan presisi. Mereka mengawasi pergerakan pesawat, kendaraan, dan personel di area kritis ini, memastikan tidak ada potensi bahaya yang dapat mengganggu kelancaran dan keselamatan operasional. Layaknya seorang dirigen, mereka memberikan instruksi dan arahan yang jelas kepada semua personel di apron, memastikan setiap individu memahami peran dan tanggung jawabnya masing-masing.

Peran AMC tidak hanya sebatas mengatur lalu lintas, tetapi juga menegakkan disiplin kerja di apron. Mereka berwenang untuk mengidentifikasi dan menegur pelanggaran terhadap prosedur dan peraturan yang berlaku. Sanksi yang tegas, mulai dari teguran lisan hingga pemecatan, diterapkan untuk memastikan semua pihak mematuhi standar keselamatan yang ketat di area apron.

Namun, AMC tidak bekerja sendirian dalam menjaga keamanan dan ketertiban bandara. Mereka menjalin kolaborasi erat dengan unit lain, seperti ATC, Passenger Services, dan Security, untuk memastikan koordinasi dan komunikasi yang efektif. Pertukaran informasi, koordinasi pergerakan, dan penyelesaian masalah bersama menjadi kunci utama kelancaran operasional bandara.

Lebih dari sekadar pengawas dan penegak disiplin, AMC juga berperan sebagai edukator. Mereka menyelenggarakan pelatihan dan edukasi kepada karyawan tentang pentingnya disiplin kerja dan dampaknya terhadap keselamatan penerbangan. Hal ini untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan karyawan, memastikan budaya disiplin kerja yang kuat tertanam di lingkungan bandara.

Dedikasi dan profesionalisme AMC menjadi pilar utama dalam menjaga keamanan dan kelancaran operasional di Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. Kegigihan mereka dalam mengawasi, menegakkan disiplin, dan berkolaborasi dengan unit lain menjadikan mereka garda terdepan dalam menciptakan bandara yang aman, efisien, dan tertib bagi semua pihak.

2. Kendala yang Dihadapi Unit Apron Movement Control (AMC) dan Upaya Mengatasinya

Meskipun Unit Apron Movement Control (AMC) memiliki peran penting dalam menerapkan kedisiplinan kerja dan menjaga keamanan di bandara, namun dalam

pelaksanaannya, mereka dihadapkan pada beberapa kendala yang signifikan. Berikut adalah beberapa kendala utama yang dihadapi AMC:

a. Kurangnya Pemahaman atau Kesadaran Karyawan:

- 1) Kurangnya pengetahuan tentang prosedur dan peraturan yang berlaku di apron dapat menyebabkan pelanggaran dan membahayakan keselamatan.
- 2) Misinterpretasi terhadap Standar Operasional Prosedur (SOP) dapat menyebabkan kesalahpahaman dan tindakan yang tidak tepat.
- 3) Kurangnya kesadaran akan pentingnya disiplin kerja dan dampaknya terhadap keselamatan penerbangan dapat menyebabkan karyawan lalai dan tidak patuh terhadap peraturan

b. Peralatan yang Tidak Memadai:

- 1) Keterbatasan alat komunikasi dan navigasi di apron dapat menghambat kelancaran komunikasi dan koordinasi antar personel, berpotensi menimbulkan miskomunikasi dan kebingungan.
- 2) Kurangnya peralatan pendukung untuk pengawasan dan pemantauan pergerakan di apron dapat menyulitkan AMC dalam mengontrol dan mengawasi pergerakan pesawat, kendaraan, dan personel secara efektif.
- 3) Fasilitas dan infrastruktur apron yang belum memadai, seperti penerangan yang kurang dan marka jalan yang tidak jelas, dapat meningkatkan risiko kecelakaan dan membahayakan keselamatan.

c. Tantangan Komunikasi:

- 1) Kesulitan komunikasi antar personel akibat tingkat kebisingan yang tinggi dan keterbatasan bahasa dapat menyebabkan kesalahpahaman dan misinterpretasi instruksi.
- 2) Kurangnya komunikasi yang efektif dengan unit lain di bandara, seperti ATC, Passenger Services, dan Security, dapat menyebabkan miskoordinasi dan terhambatnya kelancaran operasional bandara.
- 3) Kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang peraturan dan prosedur baru kepada karyawan dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpatuhan.

d. Tekanan Operasional yang Tinggi:

- 1) Volume penerbangan yang padat dan kompleksitas operasi bandara yang tinggi dapat meningkatkan stres dan kelelahan bagi karyawan, berpotensi menurunkan fokus dan disiplin kerja.

- 2) Kurangnya waktu untuk pelatihan dan edukasi karyawan karena tuntutan operasional yang tinggi dapat menghambat peningkatan pengetahuan dan kemampuan mereka.
- 3) Kekurangan personel dapat menyebabkan beban kerja yang berlebihan bagi karyawan yang ada, meningkatkan risiko kelelahan dan kesalahan.

Menyadari kendala yang dihadapi, Unit Apron Movement Control (AMC) perlu mengambil langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas kinerjanya dalam menjaga keamanan dan kelancaran operasional bandara. Berikut beberapa upaya yang dapat dilakukan:

a) Memperkuat Pelatihan dan Edukasi:

- 1) Memberikan pelatihan rutin dan berkala kepada seluruh karyawan tentang prosedur, peraturan, dan Standar Operasional Prosedur (SOP) terbaru yang berlaku di apron.
- 2) Meningkatkan sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya disiplin kerja dan dampaknya terhadap keselamatan penerbangan. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar, workshop, atau penyampaian materi secara langsung kepada karyawan.
- 3) Melakukan simulasi dan latihan secara berkala untuk meningkatkan kesiapsiagaan dan kemampuan karyawan dalam menghadapi situasi darurat di apron.

b) Meningkatkan Kualitas Komunikasi:

- 1) Meningkatkan kualitas alat komunikasi dan navigasi di apron dengan menyediakan teknologi terbaru yang dapat mendukung kelancaran komunikasi dan koordinasi antar personel.
- 2) Memberikan pelatihan bahasa dan komunikasi yang efektif kepada karyawan, terutama untuk mengatasi kendala bahasa dan meningkatkan kemampuan komunikasi dalam situasi yang bising.
- 3) Meningkatkan koordinasi dan komunikasi dengan unit lain di bandara melalui rapat dan pertemuan rutin untuk memastikan kelancaran operasional dan meminimalisir miskomunikasi.

c) Memperkuat Sarana dan Prasarana:

- 1) Melengkapi peralatan pendukung untuk pengawasan dan pemantauan pergerakan di apron, seperti CCTV, drone, dan sistem deteksi dini.
- 2) Fasilitas Apron: Memperbaiki fasilitas dan infrastruktur apron, seperti penerangan yang memadai, marka jalan yang jelas, dan rambu-rambu yang mudah dipahami.

- 3) Menyediakan sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung kelancaran operasional AMC, seperti ruang kerja yang nyaman, peralatan kerja yang lengkap, dan akses informasi yang mudah.

d) Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan:

- 1) Memberikan tunjangan dan kompensasi yang layak bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dan kinerja mereka.
- 2) Menerapkan program work-life balance untuk membantu karyawan mencapai keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, sehingga mengurangi stres dan kelelahan.
- 3) Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan positif bagi karyawan dengan membangun budaya kerja yang saling menghargai, mendukung, dan terbuka terhadap masukan.

Dengan menerapkan upaya-upaya di atas, Unit Apron Movement Control (AMC) dapat mengatasi kendala yang dihadapi, meningkatkan kedisiplinan kerja karyawan, dan menjalankan perannya secara lebih efektif dalam menjaga keamanan dan kelancaran operasional di bandara.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Unit Apron Movement Control (AMC) memainkan peran krusial dalam menjaga keamanan, ketertiban, dan kedisiplinan kerja di area apron Bandar Udara Internasional Sultan Hasanuddin Makassar. Mereka bertindak sebagai pengendali utama pergerakan pesawat, kendaraan, dan personel, memastikan setiap operasi berjalan sesuai prosedur dan standar keselamatan. Selain itu, AMC juga berfungsi sebagai penegak disiplin dan edukator, memberikan pelatihan rutin untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan karyawan. Namun, dalam menjalankan tugasnya, AMC menghadapi kendala signifikan seperti kurangnya pemahaman karyawan mengenai prosedur, keterbatasan peralatan komunikasi dan pengawasan, tantangan komunikasi akibat kebisingan dan bahasa, serta tekanan operasional tinggi yang dapat menyebabkan stres dan kelelahan. Untuk mengatasi kendala ini, AMC dapat memperkuat pelatihan dan edukasi, meningkatkan kualitas komunikasi dan koordinasi antar unit, memperbaiki sarana dan prasarana di apron, serta meningkatkan kesejahteraan karyawan. Dengan upaya-upaya ini, AMC diharapkan dapat meningkatkan efektivitas kinerjanya dalam menjaga keamanan dan kelancaran operasional bandara serta menanamkan budaya disiplin kerja yang kuat. Dedikasi dan profesionalisme AMC menjadi pilar utama dalam menjaga keamanan dan kelancaran operasional bandara, menjadikan mereka garda terdepan dalam menciptakan lingkungan bandara yang aman, efisien, dan tertib bagi semua pihak.

Untuk meningkatkan kinerja dan keselamatan di area apron, penting untuk menyelenggarakan pelatihan rutin mengenai prosedur operasional, keselamatan, dan disiplin kerja, termasuk simulasi dan skenario praktis. Selain itu, peningkatan peralatan komunikasi dan navigasi dengan teknologi terbaru akan sangat bermanfaat. Area apron juga perlu dilengkapi dengan peralatan pendukung seperti CCTV, drone, dan sistem deteksi dini untuk memastikan keamanan dan efisiensi operasional.

DAFTAR REFERENSI

- Darmadi, S. (2017). Disiplin PNS di Era Reformasi: Studi Kasus pada Kantor Kementerian Hukum dan HAM Kabupaten Sidoarjo. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Hernawan, M. A., Akbar, F., & Sodikin, A. (2016). Pengawasan Unit Apron Movement Control (Amc) Dan Disiplin Pengguna Jasa Di Apron Bandar Udara Internasional Husein Sastranegara. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 2(3), 460-468.
- ICAO Annex 14 Volume I. (2018). *Aerodrome Design and Operation*, Eighth Edition. Diambil kembali dari [skylibrarys.files.wordpress](http://skylibrarys.files.wordpress.com)
- Keputusan Direksi. (2021). *Keputusan Direksi Pt Angkasa Pura I (Persero) Nomor Kep Du 28 Tahun 2021 Tentang Standar Operasional Pelayanan Sisi Udara (Manual Of Standard Airside Operation) Pada Bandar Udara Yang Dikelola Pt Angkasa Pura I (Persero)*.
- Lantaeda, I. (2017). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Aparatur Sipil Negara (ASN) Pada Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Sidoarjo*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2009 Tentang Penerbangan*.



Determinan *Price To Book Value* Pada Perusahaan Perbankan Di BEI Periode 2017-2023

Rewang Budi Prasetyo^{1*}, Adler Haymans Manurung², Jhonni Sinaga³

¹⁻³ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

Email : rewagbudi.prasetyo1@gmail.com^{1*}, adler.manurung@dsn.ubharajaya.ac.id²,
jhonni.sinaga@dsn.ubharajaya.ac.id³

Abstract. *This study aims to determine the effect of profitability, company size and capital structure on price to book value in banking companies. The research method used is quantitative research. The sampling technique used is using purpose sampling technique. Data analysis using Eviews 12 software and testing is carried out, namely data analysis methods (descriptive), regression model estimation methods, panel data selection, Multiple Linear Regression Analysis, and hypothesis testing. The results show that 1) there is no effect of profitability on price to book value. 2) there is an influence and significant company size on price to book value. 3) there is an influence and significant capital structure on price to book value. 4) the existence of independent variables simultaneously influence and significant to the dependent variable.*

Keywords: *Profitability, Company Size, Capital Structure, Price to Book Value*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap *price to book value* pada perusahaan perbankan. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu memakai teknik *purpose sampling*. Analisis data menggunakan *software Eviews 12* dan dilakukan pengujian yaitu metode analisis data (deskriptif), Metode estimasi model regresi, pemilihan data panel, Analisis Regresi Linear Berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa 1) tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap *price to book value*. 2) adanya pengaruh dan signifikan ukuran perusahaan terhadap *price to book value*. 3) adanya pengaruh dan signifikan struktur modal terhadap *price to book value*. 4) adanya variabel independen pengaruh dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Kata kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, *Price to Book Value*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri perbankan akan mendorong pertumbuhan perekonomian nasional, namun disisi lain hal tersebut juga berdampak pada persaingan industri perbankan. Sebagai lembaga keuangan yang memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian dan pembangunan nasional, Bank dituntut untuk memiliki kinerja keuangan yang baik. Dimana kinerja keuangan yang baik akan mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang baik pula, sehingga akan mempengaruhi harga saham.

Dalam dunia bisnis tingkat persaingan semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan nilai perusahaan, selain itu, mementingkan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungan perusahaan. Perusahaan juga tidak hanya bertanggung jawab dalam meraih keuntungan atau laba, tetapi harus memperhatikan tanggung jawabnya mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki perusahaan, dan menjadi penting bagi calon investor di pasar saham karena

merupakan indikator dalam penilaian perusahaan secara keseluruhan. Faktor yang pertama yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Jika *Return on Total Assets* (ROA) meningkat dan mendapatkan respon positif dari investor, maka nilai perusahaan juga akan meningkat (Mudjjah et al., 2019).

Bahri (2022) membuktikan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan, semakin banyak pendapatan yang dapat didistribusikan bagi pemegang saham, dan dengan demikian nilai perusahaan yang diharapkan akan lebih tinggi. Selain profitabilitas, ukuran perusahaan juga memberikan peran penting dalam mengoptimalkan nilai perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total assets* yang semakin besar setiap tahunnya, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan tersebut (Abdurrahman, 2015).

Selanjutnya, struktur modal juga memainkan peran penting dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori struktur modal, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan keuntungannya dengan memberikan keseimbangan antara manfaat dan biaya yang timbul akibat utang, jika perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya, maka nilai perusahaan juga meningkat, sehingga perusahaan dapat mencapai kesejahteraannya (Noviani et al., 2019).

Dengan penjelasan diatas, penutulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Determinan price to book value* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2017-2023.”

2. KAJIAN TEORITIS

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan gambaran kemampuan dari sebuah perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang perusahaan, dan lain-lain (Mayangsari & Wahyuningih, 2022). Profitabilitas adalah tolak ukur dalam menentukan alternatif pembiayaan (Mayogi & Fidiana, 2016).

Rasio profitabilitas merupakan ukuran dari kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas sangat diperhatikan oleh calon investor maupun pemegang saham karena berkaitan dengan harga saham serta dividen yang akan diterima. Jika perusahaan mendapatkan laba sebagai timbal

balik pemegang saham akan mendapat dividen. *Return On Asset* adalah tingkat pengembalian yang dicapai perusahaan melalui penggunaan asetnya (Weygandt et al., 2018).

Ukuran Perusahaan

Warsono & Zoebaedi, (2019) mengatakan ukuran perusahaan (*size*) merupakan nilai yang menggambarkan besar-kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total aktiva (*total asset*) atau total penjualan bersih (*net sales*). Ukuran dari suatu perusahaan dianggap memiliki kemampuan dalam mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan, sehingga ukuran perusahaan juga menjadi suatu ketentuan dalam melakukan standar untuk dapat mengelompokkan berbagai perusahaan ke dalam beberapa kelompok dengan didasarkan pada total asset.

Selain itu terdapat pendapat yang diungkapkan oleh Husna & Satria, (2019) dimana perusahaan dengan memperoleh *total asset* dengan nominalnya besar akan menandakan sudah mencapai tahap *maturity* (kedewasaan) sehingga dianggap mempunyai peluang yang baik dalam beberapa periode yang relatif aman, stabil serta mampu untuk menghasilkan keuntungan jika dilakukan perbandingan dengan perusahaan yang hanya mempunyai *total asset* yang lebih sedikit.

Ukuran perusahaan dihitung dengan merubah struktur total aktiva perusahaan dengan menggunakan bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan atau *Firm Size* dikalkulasi dengan penggunaan logaritma natural total aset. Logaritma natural digunakan bertujuan untuk meminimalisir data dengan fluktuasi yang berlebihan. Penggunaan logaritma natural juga bertujuan menyederhanakan jumlah aset yang kemungkinan mencapai nominal triliunan rupiah tanpa merubah proporsi sebenarnya (Wahyuni et al., 2013).

Struktur Modal

Menurut Mahanani & Kartika, (2022) struktur modal merupakan suatu pendanaan yang dalam penggunaannya dilakukan dengan utang jangka panjang, saham preferen maupun modal pemegang saham (investor). Struktur modal bertujuan memadukan sumber dana permanen yang selanjutnya digunakan perusahaan dengan cara yang diharapkan akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan.

Bagi sebuah perusahaan sangat dirasa penting untuk memperkuat kestabilan keuangan yang dimilikinya, karena perubahan dalam struktur modal diduga bisa menyebabkan perubahan nilai perusahaan. Melakukan analisa struktur modal dianggap suatu hal yang penting karena dapat mengevaluasi risiko jangka panjang dan prospek dari tingkat penghasilan yang didapatkan perusahaan selama menjalankan aktivitasnya (Amelia & Anhar, 2019).

Sruktur modal perusahaan akan berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan kondisi perusahaan. Manajemen sebaiknya memiliki struktur modal yang spesifik untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan bisnis. Manajemen akan meningkatkan jumlah hutang, jika hutang saat ini masih dibawah tingkat hutang sasaran. Manajemen akan meningkatkan ekuitas apabila rasio hutang berada diatas tingkat sasaran. Komposisi hutang dan modal perusahaan di dalam struktur modal dapat diukur berdasar dua rasio yaitu total debt ratio dan debt to equity ratio (Ross et al., 2019).

Price to Book Value

Nilai perusahaan merupakan gambaran kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap suatu perusahaan (Arifianto & Chabachib, 2016). Nilai perusahaan pada dasarnya mengacu pada harga saham perusahaan karena harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Septariani, (2015) PBV digunakan untuk membedakan saham mana yang harganya wajar, terlalu rendah (*undervalued*) maupun terlalu tinggi (*overvalued*). Nilai PBV yang rendah disebabkan turunnya harga saham, dapat diindikasikan terjadi penurunan kualitas kerja fundamental emiten yang bersangkutan.

3. METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan atau mencari data dalam bentuk angka. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal. Sedangkan, Nilai Perusahaan merupakan variabel dependen. penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu memakai teknik *purpose sampling*. Analisis data menggunakan *software Eviews 12* dan dilakukan pengujian yaitu metode analisis data (deskriptif), Metode estimasi model regresi, pemilihan data panel, Analisis Regresi Linear Berganda, dan pengujian hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profitabilitas Tidak Berpengaruh Terhadap *Price To Book Value*

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien dari profitabilitas sebesar 0,004. Sedangkan, nilai signifikansi sebesar 0,585. Nilai signifikansi lebih besar dari signifikansi yang diharapkan (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *price to book value*, sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil ini sejalan

dengan penelitian (Aria et al., 2023). Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian arah antara hipotesis yang diajukan dengan hasil penelitian. Dimana seharusnya ROA, berpengaruh positif terhadap PBV. Tetapi, pada hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap PBV.

Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *Price To Book Value*

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien dari ukuran perusahaan sebesar 0,315. Sedangkan, nilai signifikansi sebesar 0,009. Nilai signifikansi lebih kecil dari signifikansi yang diharapkan (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price to book value*, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini mengidentifikasikan bahwa para pemegang saham dan calon investor perlu memperhitungkan besar kecilnya ukuran perusahaan, karena ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Mubyarto, (2019) & Rasyid, (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Di ketahui bahwa total asset yang besar dapat digunakan untuk meningkatkan aktivitas perusahaan. Kenaikan aktivitas perusahaan akan meningkatkan laba usaha perusahaan dan itu juga dapat memberikan sinyal positif ke investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan.

Struktur Modal Berpengaruh Dan Signifikan Terhadap *Price To Book Value*

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diperoleh nilai koefisien dari struktur modal sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,045. Nilai signifikansi lebih kecil dari signifikansi yang diharapkan (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel struktur modal berpengaruh dan signifikan terhadap *price to book value*, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini artinya perubahan yang terjadi pada struktur modal baik semakin tingginya atau semakin rendahnya struktur modal maka akan mempengaruhi perubahan tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al., (2021) dan Rumondor et al., (2015) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Berpengaruh Secara Simultan Terhadap *Price To Book Value*

Nilai F pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05, apabila nilai signifikansi $F < 0,05$ maka memenuhi ketentuan *goodness of fit model*, sedangkan apabila nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model regresi tidak memenuhi ketentuan *goodness of fit model*. Hasil uji F pada penelitian ini Diketahui nilai *F-statistic* sebesar 47.1727 dengan nilai *prob.*

(*F-statistic*) sebesar 0.0000 ($<0,05$), maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan, penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) tidak berpengaruh terhadap *Price to Book Value*. Hal ini dibuktikan berapapun besar atau kecilnya perubahan profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan, dikarenakan investor tidak hanya melihat dari sisi profitabilitas sebagai acuan dalam menilai suatu perusahaan. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat keuntungan perusahaan maka belum tentu nilai perusahaan juga semakin tinggi, sebaliknya perusahaan yang tingkat keuntungannya rendah, belum tentu juga tidak bisa menaikkan nilai perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan Nilai Logaritma total aset (SIZE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Price to Book Value*. Hal ini dibuktikan bahwa semakin besarnya ukuran perusahaan maka nilai perusahaan pun tinggi, sehingga menjadi daya tarik kepada investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan dan harga saham perusahaan meningkat dan hal itu dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Struktur Modal yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh dan signifikan terhadap *Price to Book Value*. Hal ini dibuktikan semakin besar penggunaan hutang suatu perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat, hal ini menjadi sinyal baik bagi perusahaan, bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang dan sebagai sinyal positif bagi para investor karena hutang yang digunakan perusahaan menunjukkan harapan investor atas kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang tersebut sehingga akan meningkatkan kesejahteraan investor dan akan meningkatkan nilai perusahaan.
4. Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Price to Book Value*. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *Price to Book Value*, berapapun besar atau kecilnya perubahan profitabilitas tidak akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan, dikarenakan investor tidak hanya melihat dari

sisi profitabilitas sebagai acuan dalam menilai suatu perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Price to Book Value*, semakin besar nya ukuran perusahaan maka nilai perusahaan pun tinggi, sehingga menjadi daya tarik kepada investor untuk menanamkan modal nya ke perusahaan sehingga harga saham perusahaan meningkat dan hal itu dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh terhadap *Price to Book Value*, semakin besar penggunaan hutang suatu perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat.

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan sebelumnya, dapat disampaikan beberapa saran antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan 3 variabel independen yang terdiri yaitu, Profitabilitas yang di proksikan dengan *Return On Asset* (X1), Ukuran Perusahaan yang di proksikan dengan *Firm Size* (X2) dan Struktur Modal yang di proksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (X3) dan 1 variabel dependen yaitu *Price to Book Value* (Y). Di harapkan penelitian selanjutnya mampu memasukkan variabel-variabel lain dalam model penelitiannya sehingga mampu memberikan gambaran perubahan variasi lain dari *Price to Book Value*.
2. Penelitian berikutnya di harapkan menggunakan rasio keuangan yang berbeda dalam penelitian ini, dikarenakan masih banyak rasio lain yang dapat mempengaruhi *price to book value*. Selain itu juga, menggunakan rasio lain juga dapat memperluas bahasan dalam mempengaruhi *price to book value*. Agar hasil penelitian menjadi lebih akurat, maka objek penelitian ditambah dan di perpanjang. Selain itu juga, variabel penelitian yang berpengaruh dan tidak berpengaruh agar bisa dijadikan penelitian yang semakin baik.
3. Penelitian ini memiliki nilai *adjusted R2* sebesar 87.5% berarti masih ada 12.5% pengaruh dari variabel independen yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel dan periode penelitian, sehingga diperoleh daya prediksi yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Abdurrakhman. (2015). Determinan *Price to Book Value* Perusahaan Manufaktur.
- Amelia, F., & Anhar, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Intervening*. 28, 44.
- Aria, N., Pratama, W., & Siswantini, T. (2023). Analisis Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Basic Material Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. In *Journal of Young Entrepreneurs* (Vol. 2, Issue 2). www.idx.co.id
- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Bahri, S., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Teknologi, I., Malang, A., Kunci, K., Profitabilitas, ;, Likuiditas, ;, Perusahaan, U., & Perusahaan, N. (n.d.). *MDP STUDENT CONFERENCE (MSC) 2022*.
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects Of Return On Asset, Debt To Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, And Dividend Payout Ratio On Firm Value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50–54. <https://doi.org/10.32479/ijefi.8595>
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 2022. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Mayangsari, D., & Wahyuningih, P. (2022). *Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia* (Vol. 01, Issue 03).
- Mayogi, G. D., & Fidiana. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan.
- Mubyarto, N. (2019). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Kebijakan Dividen Sebagai Determinan Atas Nilai Perusahaan.
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan.
- Noviani, A. V., Atahau, A. D. R., & Robiyanto, R. (2019). Struktur modal, profitabilitas, dan nilai perusahaan: Efek moderasi Good Corporate Governance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(Oktober), 391–415.
- Rahmawati, M., Siswantini, T., & Fadila, A. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri Di Bursa Efek Indonesia* (Vol. 2).

- Rasyid, A. (2015). *Effects of ownership structure, capital structure, profitability and company's growth towards firm value*. In *International Journal of Business and Management Invention ISSN* (Vol. 4). Online. www.ijbmi.org
- Ross, A. S., Westerfield, W. R., & Jordan, D. B. (2019). *Fundamentals of Corporate-Finance*.
- Rumondor, R., Mangantar, M., & Sumarauw, B. S. J. (2015). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di BEI.
- Septariani, D. (2015). Pengaruh *Financial Ratios* Dan *Size* Terhadap *Price To Book Value*.
- Wahyuni, T., Ernawati, E., & Murhadi, R. W. (2013). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Di Sektor *Property, Real Estate & Building Construction* Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2012.
- Warsono, & Zoebaedi, F. (2019). Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel *Intervening* Pada Perusahaan LQ 45 Di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis*, 3(1).
- Weygandt, J. J., Kimmel, D. P., & Kieso, E. D. (2018). *Financial Accounting IFRS, 3rd Edition-dikompresi*.

Pengaruh Faktor Kepercayaan, Keamanan Transaksi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee Bagi Pengguna di Kota Depok

Novi Julianti^{1*}, Helmy Ivan Taruna²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Margonda Raya No. 8, Pondok Cina, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16422, Indonesia

Korespondensi penulis: njulianti99@gmail.com

Abstract. *One of the most popular types of e-commerce today is the marketplace which is widely used by people to run businesses and helps them shop online to meet their needs. Shopee is one of them because it is often visited via the website. This research uses a quantitative approach method by utilizing primary data as a data source obtained from the results of a questionnaire in the form of a Google form. The analysis techniques used are data quality tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality test, heteroscedasticity, multicollinearity and multiple linear regression), hypothesis testing (partial t test).) and f test (simultaneous) and coefficient of determination test (R²). Data processing in this research uses SPSS version 25. Based on research, it shows that trust has a partial effect on purchasing decisions with a sig. 0.008. Transaction security does not partially influence purchasing decisions with a sig value. 0.296. Service quality partially influences purchasing decisions with a sig value. 0,000. So trust, transaction security and service quality influence decisions with a sig value of 0.015.*

Keywords: *Trust, transaction security, service quality, purchase decisions.*

Abstrak. Salah satu jenis *e-commerce* yang paling populer saat ini adalah *marketplace* yang banyak digunakan masyarakat untuk menjalankan bisnis dan membantu mereka berbelanja online untuk memenuhi kebutuhannya. Shopee menjadi salah satunya karena sering dikunjungi melalui *website*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil kuesioner berupa Google form. Teknik analisis yang digunakan adalah uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan regresi linier berganda), uji hipotesis (uji t parsial).) dan uji f (simultan) serta uji koefisien determinasi (R²). Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0,008. Keamanan bertransaksi tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0,296. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0,000. Jadi kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan dengan nilai sig sebesar 0,015.

Kata kunci: Kepercayaan, Keamanan Transaksi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

1. LATAR BELAKANG

Saat ini kemajuan teknologi telah canggih, peradaban manusia sudah memasuki transformasi digital, dimana kemajuan teknologi sudah mengubah banyak aspek aspek kehidupan, salah satunya di sektor industri perdagangan. Berkembangnya teknologi sangat berdampak besar pada bisnis, terutama melalui internet yang penting untuk transaksi dan akses jaringan luas. Internet memberikan kemudahan kepada pelaku bisnis untuk beroperasi secara global tanpa batasan waktu dan tempat, dengan manfaat data yang tersedia melalui media. Hal ini memungkinkan pelaku bisnis merasakan keuntungan dari penggunaan internet yang semakin meluas.

Di era ini, masyarakat lebih suka menggunakan teknologi untuk mencari informasi, berkomunikasi tanpa hambatan, dan berbelanja online melalui smartphone. Market place sebagai model e-commerce yang menghubungkan pembeli dengan penjual secara online. Selain memudahkan transaksi global, market place memungkinkan bisnis menawarkan layanan personal yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Di Indonesia, aplikasi seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, Lazada, dan Blibli populer sebagai pilihan belanja online. Keuntungan menggunakan market place adalah tidak perlu pergi ke toko fisik, melainkan belanja langsung melalui aplikasi di smartphone. Pengguna juga dapat membandingkan harga dan kualitas produk dari beberapa penjual yang ditawarkan di market place.

Shopee sebagai salah satu platform populer yang sering kali diakses melalui web dan aplikasi. Pengguna dapat dengan mudah berbelanja melalui smartphone dengan beragam produk seperti elektronik, aksesoris, kecantikan, makanan, dan fashion. Promo-promo menarik seperti diskon, flash sale, voucher, dan cashback bisa dinikmati pengguna. Fitur-fitur seperti chat, shopee seller center, dan shopee pay memudahkan pengguna. Shopee juga menawarkan berbagai metode pembayaran fleksibel termasuk Cash On Delivery (COD), memudahkan transaksi tunai maupun non-tunai. Kelebihan ini membuat pembayaran menjadi lebih praktis bagi pengguna.

Akan tetapi faktor yang penting dalam bisnis online yaitu adalah kepercayaan, karena penilaian individu setelah mengumpulkan informasi mempengaruhi keputusan pelanggan. Penipuan dalam online shop sering terjadi, membuat pengguna harus berhati-hati dalam memilih. Pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual, memicu penjual curang dan tidak jujur. Penipuan sering terjadi pada aplikasi shopee, dengan penjual mengirimkan barang tidak sesuai deskripsi. Hal ini menurunkan kepercayaan konsumen, mempengaruhi keputusan pelanggan dan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, kepercayaan memainkan peranan krusial dalam kesuksesan bisnis online.

Sebelum melakukan transaksi melalui online, beberapa pembeli memiliki pertimbangan sebelum membeli online, termasuk keamanan transaksi. Keamanan transaksi online sangat penting untuk menghindari penipuan dan cybercrime seperti pencurian identitas. Pada aplikasi Shopee, pengguna dapat melihat ulasan produk dari pembeli sebelumnya sebagai referensi. Berbagai metode pembayaran disediakan, termasuk transfer bank, Cash On Delivery, dan pembayaran melalui Alfamart dan Indomaret. Shopee menjamin perlindungan data pengguna dan privasi. Pengguna juga

dapat mengajukan pengembalian barang jika tidak sesuai pesanan, serta melaporkan ke customer service jika ada kekhawatiran penipuan. Ini akan berdampak pada penilaian kualitas layanan Shopee.

Kualitas layanan adalah kemampuan yang penting bagi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan pengguna. Calon konsumen tentu menginginkan layanan yang baik, yang dapat diwujudkan melalui fitur pelayanan yang sesuai harapan. Jika ada konsumen yang tidak puas, hal ini menunjukkan layanan belum efektif dan efisien. Kualitas layanan juga menjadi patokan bagi perusahaan untuk menyesuaikan dengan harapan pelanggan sehingga memengaruhi keputusan pembelian online. Ini menegaskan pentingnya pelayanan yang berkualitas dalam menjaga kepuasan konsumen.

Kotler dan Keller berpendapat bahwa keputusan pembelian merupakan tingkah laku pada konsumen dalam memilih, membeli, mengkonsumsi dan memusakan pengalaman terhadap pengendalian kebutuhan dan keinginannya sendiri (Sopiyan, 2022). Sehingga banyak sekali faktor-faktor yang menjadi keputusan pelanggan pada saat melakukan pembelian online.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepercayaan

Kepercayaan merupakan tindakan dimana seseorang mengakui kejujurannya dan kemampuan yang dapat memenuhi harapan. Menurut Rousseau dalam (Susanto et al., 2021) kepercayaan adalah bidang psikologi yang ada kaitannya dengan penerimaan yang didasarkan akan keyakinan bahwa orang lain akan berperilaku dengan baik. Menurut Kotler dan Keller dalam (Chrisanta & Rokhman, 2022) kepercayaan ialah kesiapan perusahaan dalam mengandalkan mitra bisnisnya, tergantung dalam berbagai faktor hubungan sosial antar organisasi, meliputi kapabilitas, integritas dan kebijakan. Kotler dan Keller dalam (Chrisanta & Rokhman, 2022) mengatakan terdapat 4 indikator kepercayaan, yaitu : Benevolence (kesungguhan), Ability (kemampuan), Integrity (integritas) dan Willingness to depend (kesediaan untuk dapat mempertahankan).

Keamanan Transaksi

Keamanan transaksi adalah kemampuan dalam menjaga jika terjadi adanya potensi risiko seperti penipuan. Menurut Darmawan dalam (Darmawan & Putra, 2022) keamanan adalah kemampuan dalam bisnis berbasis online untuk menghindari adanya data yang

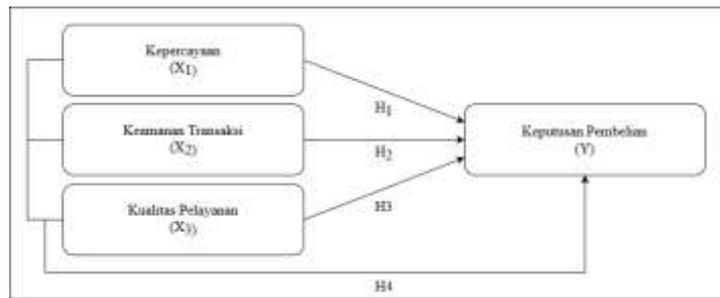
dicuri dari pelanggan dan menghalau transaksi keuangan yang mencurigakan selama hubungan masih berjalan. Menurut Afghani & Yulianti dalam (Cahyaningtyas A. W, 2022) keamanan merupakan tindakan yang dilakukan dalam upaya melindungi aset informasi dari ancaman yang mungkin muncul. Melalui jurnal Wisnu Rayhan Adhitya dalam (Adhitya Wisnu Rayhan & Fauziah Aryza, 2023) terdapat 5 indikator dalam keamanan transaksi yaitu : transaksi yang terjamin, pembayaran dilakukan ditempat atau COD, bukti transaksi, citra penjual online dan kualitas produk.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yaitu kemampuan setiap perusahaan, dengan niat untuk memenuhi segala kebutuhan pelanggan sehingga mampu memenuhi harapan. Menurut Kasmir dalam (Adhitya Wisnu Rayhan & Fauziah Aryza, 2023) kualitas layanan merupakan tindakan seseorang baik secara perorangan maupun kelompok dalam berupaya untuk memenuhi keinginan pelanggan sesuai dengan harapan. Menurut Pasuraman dan Zethaml dalam (Eka Ubaya & Erwin, 2020) mendefinisikan secara sederhana, kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa besar tingkat dari kualitas layanan yang disediakan mampu memenuhi ekspektasi pengguna. Pasuraman dan Zethaml menyederhanakan 10 indikator dari dimensi kualitas pelayanan menjadi 5 indikator yang dikenal dengan Service Quality (SERQUAL) yaitu : bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Keputusan Pembelian

Suatu pencapaian konsumen ketika berhasil memutuskan untuk memilih kemudian membeli di konsumsi secara pribadi setelah melakukan banyak pertimbangan disebut dengan keputusan pembelian. Menurut Peter & Olson dalam (Indrasari, 2019) keputusan pembelian merupakan proses menggabungkan suatu informasi dan pengalaman dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Jefry dalam (Desky et al., 2022) keputusan pembelian merupakan sikap konsumen dalam memenuhi kebutuhannya yang dimana pada saat melakukan keputusan, konsumen melakukan seleksi terlebih dahulu terkait barang dan jasa yang akan dibeli. Sudjamika dalam (Adhitya Wisnu Rayhan & Fauziah Aryza, 2023) mengatakan terdapat 4 indikator keputusan pembelian meliputi faktor harga, ulasan produk, kemudahan dan keamanan.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis Penelitian

H1 : Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H2 : Keamanan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H4 : Kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Crosswell (2010:24) dalam (Harto et al., 2022) mengatakan bahwa teknik pendekatan kuantitatif ini dapat dipastikan penelitian akan bersifat *determined*, analisis data statistik dan interpretasi data statistik. Maka peneliti memakai pendekatan kuantitatif dalam mengukur serta menganalisa pengaruh dari faktor kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Data yang diperoleh dalam penelitian merupakan data primer yang diambil dari populasi di kota Depok dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang dihasilkan nantinya akan dianalisa melalui serangkaian pengujian kualitas data, uji asumsi klasik, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Sugiyono dalam (Saidani et al., 2019) berpendapat bahwa untuk mengetahui ukuran keakuratan suatu instrumen maka diperlukan uji validitas untuk mengujinya. Untuk uji validitas yaitu 0,05, diperoleh melalui proses membandingkan nilai r hitung dengan nilai pada r tabel untuk *degree of freedom*

(df) = $n - 2$ ($100 - 2 = 98$). Maka nilai r tabel yang akan digunakan yaitu 0.1966. ketentuan nilai dalam analisis dikatakan baik apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Variabel	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,632	0,1966	0,000	Valid
	X1.2	0,593	0,1966	0,000	Valid
	X1.3	0,522	0,1966	0,000	Valid
	X1.4	0,558	0,1966	0,000	Valid
	X1.5	0,502	0,1966	0,000	Valid
	X1.6	0,436	0,1966	0,000	Valid
	X1.7	0,515	0,1966	0,000	Valid
	X1.8	0,614	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Versi 25 SPSS diolah pada tahun 2024.

Berdasarkan tabel 1, hasil menunjukkan dari banyaknya 8 butir pernyataan semuanya valid. Hal ini dapat diperhatikan dari nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel dengan batasan 0,1966 sehingga dapat disimpulkan data tersebut valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Transaksi

Variabel	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Keamanan Transaksi (X2)	X2.1	0,496	0,1966	0,000	Valid
	X2.2	0,396	0,1966	0,000	Valid
	X2.3	0,476	0,1966	0,000	Valid
	X2.4	0,573	0,1966	0,000	Valid
	X2.5	0,499	0,1966	0,000	Valid
	X2.6	0,457	0,1966	0,000	Valid
	X2.7	0,573	0,1966	0,000	Valid
	X2.8	0,665	0,1966	0,000	Valid
	X2.9	0,618	0,1966	0,000	Valid
	X2.10	0,696	0,1966	0,000	Valid
	X2.11	0,689	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Versi 25 SPSS diolah pada tahun 2024.

Berdasarkan hasil pada tabel 2, menunjukkan hasil dari 11 butir pernyataan semuanya valid. Hal ini dapat diperhatikan dari nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan data tersebut valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,624	0,1966	0,000	Valid
	X3.2	0,493	0,1966	0,000	Valid
	X3.3	0,650	0,1966	0,000	Valid
	X3.4	0,569	0,1966	0,000	Valid
	X3.5	0,686	0,1966	0,000	Valid
	X3.6	0,572	0,1966	0,000	Valid
	X3.7	0,584	0,1966	0,000	Valid
	X3.8	0,727	0,1966	0,000	Valid
	X3.9	0,604	0,1966	0,000	Valid
	X3.10	0,669	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Versi 25 SPSS diolah pada tahun 2024.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, menunjukkan hasil dari 10 butir pernyataan semuanya valid. Hal ini dapat diperhatikan dari nilai r Hitung yang lebih besar dari nilai r Tabel yaitu sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan data tersebut valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Signifikan	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,586	0,1966	0,000	Valid
	Y2	0,653	0,1966	0,000	Valid
	Y3	0,724	0,1966	0,000	Valid
	Y4	0,727	0,1966	0,000	Valid
	Y5	0,698	0,1966	0,000	Valid
	Y6	0,635	0,1966	0,000	Valid
	Y7	0,589	0,1966	0,000	Valid
	Y8	0,612	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Versi 25 SPSS diolah pada tahun 2024.

Berdasarkan hasil pada tabel 4, menunjukkan hasil dari 8 butir pernyataan semuanya valid. Hal ini dapat diperhatikan dari nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu sebesar 0,1966 sehingga dapat disimpulkan data tersebut valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam (Novela et al., 2023) berpendapat nilai reliabilitas data menjadi lebih dapat diandalkan jika nilai alpha mendekati 1. Apabila *Cronbach Alpha* (α) > r tabel

60% atau 0,60 maka data reliabel. Sebaliknya jika *Cronbach Alpha* (α) < r tabel 60% atau 0,60 maka data tidak reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,659	0,60	Reliabel
Keamanan Transaksi (X2)	0,777	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,819	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,807	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Versi 25 SPSS diolah pada tahun 2024.

Berdasarkan hasil pada tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Kepercayaan (X1) yaitu $0,659 > 0,60$. Keamanan transaksi (X2) yaitu, $0,777 > 0,60$, Kualitas Pelayanan (X3) yaitu $0,819 > 0,60$ dan Keputusan Pembelian (Y) yaitu $0,807 > 0,60$. Sehingga disimpulkan dari ke empat variabel tersebut dikatakan reliabel karna *Cronbach Alpha* lebih berada diatas angka 0,60.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

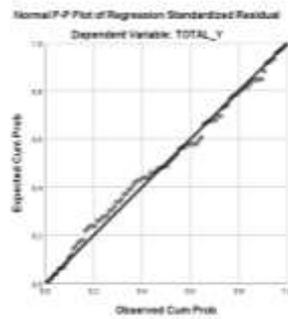
Menurut Ghozali (2009) dalam (Hanum & Wiwoho, 2023) berpendapat uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* sebenarnya didasarkan pada perbandingan sebaran data yang nantinya akan diuji normalitasnya. Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44319245
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.049
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{e,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pada tabel 6, menunjukkan *Kolmogrov Smirnov* yaitu sebesar 0,057 dengan signifikansi (*Asymp Sig. (2-tailed)*) adalah 0,200. Data dikatakan berdistribusi normal apabila $\text{sig} > \alpha = 0,05$ dan tabel diatas menunjukkan nilai signifikansinya adalah 0,200, berada diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dari variabel kepercayaan, keamanan transaksi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian berdistribusi normal.



Gambar I. Kurva Normal P-Plot

Berdasarkan pada gambar I, menunjukkan tidak adanya aktifitas penyebaran titik yang menyebar sangat jauh atau melebar dari garis diagonal. Dapat disimpulkan bahwa grafik dari diagram tersebut menguatkan hasil bahwa data berdistribusi normal dan layak untuk digunakan.

2) Uji Heteroskedastisitas

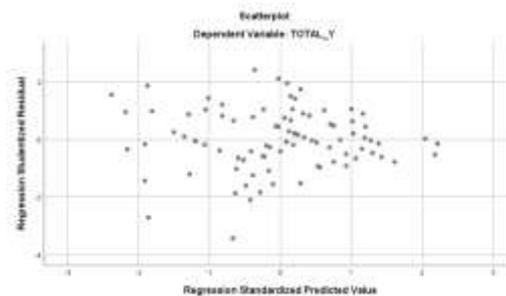
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan apakah ada ketidak samaan model regresi residual yang berubah dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya (Rodliyah, 2021). Ketentuan dalam analisa jika nilai variabel independen dengan residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.124	1.800		4.512	.000
	TOTAL_X1	-.005	.074	-.010	-.068	.946
	TOTAL_X2	-.085	.052	-.233	-1.624	.108
	TOTAL_X3	-.052	.046	-.143	-1.123	.264

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan hasil pada Tabel 7, menunjukkan nilai signifikansi variabel kepercayaan (X1) yaitu 0,946. Variabel keamanan transaksi (X2) yaitu 0,108 dan Variabel kualitas pelayanan (X3) yaitu 0,264. Sehingga dapat disimpulkan dari ketiga variabel diatas tidak ditemukan adanya heteroskedastisitas dikarenakan nilai sig dari ketiga variabel tersebut berada diatas 0,05 atau 5%.



Gambar 2. Scatterplot

Berdasarkan pada gambar 2, menunjukkan bahwa tidak adanya penyebaran titik-titik yang membentuk suatu pola dalam gambar ataupun berkumpul pada satu titik, namun tersebar secara merata baik diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y. Sehingga menguatkan hasil bahwa tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam (Novela et al., 2023) mengatakan model regresi dinilai baik apabila tidak ada multikolinearitas atau korelasi variabel independen dan dependen. Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10 maka terdapat adanya multikolinearitas.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.428	2.337
	TOTAL_X2	.443	2.256
	TOTAL_X3	.562	1.781

Berdasarkan hasil pada tabel 8, menunjukkan nilai *tolerance* variabel kepercayaan (X1), 0,428 > 0,10 atau nilai VIF, 2,337 < 10, nilai *tolerance* variabel keamanan transaksi (X2), 0,443 > 0,10 atau nilai VIF 2,256 < 10 dan nilai *tolerance* variabel kualitas oelayanan, 0,562 > 0,10 atau nilai VIF, 1,781 < 10. Maka dapat

disimpulkan dari ketiga variabel tersebut dinyatakan lolos atau tidak adanya gejala multikolinearitas.

4) Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali dalam (Naufal et al., 2022) mengatakan bahwa analisis linear berganda bertujuan untuk melihat seberapa besar variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Berikut hasil persamaan regresi linear berganda yang diperoleh menggunakan SPSS Ver 25.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	
1	(Constant)	7.332
	X1	.328
	X2	.090
	X3	.299

$$Y = 7,322 + 0,328X_1 + 0,090X_2 + 0,299X_3 + e$$

Berdasarkan pada hasil tabel 9, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut

- Hasil koefisien konstanta sebesar 7,322 bernilai positif, dapat disimpulkan dengan adanya pengaruh variabel kepercayaan (X1, keamanan transaksi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) dapat memicu peningkatan sebesar 73,32%.
- Hasil koefisien X1 menunjukkan nilai sebesar 0,328, sehingga apabila terjadi 1% peningkatan antara variabel X1 dengan variabel lain maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 32,8%. Sebaliknya jika variabel X1 mengalami penurunan 1% namun variabel lain konstan, maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar 32,8.
- Hasil koefisien X2 menunjukkan nilai sebesar 0,090, sehingga apabila terjadi 1% peningkatan antara variabel X2 dengan variabel lain maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 9%. Sebaliknya jika variabel X2 mengalami penurunan 1% namun variabel lain konstan, maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar 9%.
- Hasil koefisien X3 menunjukkan nilai sebesar 0,299, sehingga apabila terjadi 1% peningkatan antara variabel X1 dengan variabel lain maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 29,9%. Sebaliknya jika variabel X3 mengalami penurunan 1% namun variabel lain konstan, maka variabel Y akan mengalami penurunan sebesar 29,9%.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali dalam (Naufal et al., 2022) berpendapat bahwa pada dasarnya uji t (parsial) digunakan untuk mencari tahu besarnya pengaruh variabel independen dalam memengaruhi variabel independennya. Terdapat dua ketentuan dalam uji T (parsial) yaitu:

- a) Jika nilai sig uji t > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak artinya variabel dependen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai sig uji t < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.332	2.952		2.483	.015
	TOTAL_X1	.328	.122	.299	2.690	.008
	TOTAL_X2	.090	.086	.115	1.051	.296
	TOTAL_X3	.299	.076	.383	3.950	.000

Berdasarkan hasil pada tabel 10, maka diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Hasil t hitung X1 sebesar 2,690 > nilai t tabel yaitu 1,984 dan nilai sig yaitu 0,008 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel kepercayaan (X1) secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).
- b) Hasil t hitung X2 sebesar 1,051 < nilai t tabel yaitu 1,984 dan nilai sig yaitu 0,296 < 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya variabel keamanan transaksi (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- c) Hasil t hitung X2 sebesar 3,950 > nilai t tabel yaitu 1,984 dan nilai sig yaitu 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel kualitas pelayanan (X2) secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

2) Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018) dalam (Hanum & Wiwoho, 2023) mengatajan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi keakuratan pengguna dalam memperkirakan nilai sebenarnya yang dapat diujur dari kesesuaian. Terdapat dua ketentuan dalam uji F (simultan) yaitu :

- Jika nilai F hitung $> 0,05$ tabel atau sig $< a$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel indpenden mempengaruhi variabel dependen.
- Jika nilai F hitung $< 0,05$ tabel atau sig $> a$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel indpenden tidak mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	575.960	3	191.987	31.188	.000 ^b
	Residual	590.950	96	6.156		
	Total	1166.910	99			

Berdasarkan hasil pada tabel 11, menunjukkan nilai F hitung sebesar 31,188 $>$ F tabel yaitu 2,699 dan nilai sig sebesar 0,000 $<$ 0,50. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan dari ketiga variabel tersebut yaitu kepercayaan (X1) kemanan transaksi (X2) dan kualitas pelayanan (Y) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol (0) dan satu (1). Nilai yang mendekati nol (0) menunjukkan kemampuan untuk menjelaskan variabel sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu (1) menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi varibel terikat semakin besar. Berikut hasil koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan menggunakan program SPSS Versi 25 dibawah ini.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.494	.478	2.481

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan hasil pada tabel 12, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai R sebesar 0,703, dapat disimpulkan variabel kepercayaan (X_1), keamanan transaksi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian (Y) dalam aplikasi Shopee bagi pengguna di Kota Depok dan memiliki potensi sebesar 70,3%.
- b) Nilai *Adjusted R* sebesar 0,494, maka yang variabel keputusan pembelian (Y) yang mampu dijelaskan oleh kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini sebesar 49,4 dan sisanya 50,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

5. KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk meneliti apakah terdapat pengaruh dari variabel kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi Shopee di kota Depok sebagai berikut :

- a. Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan transaksi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi shopee bagi pengguna di kota Depok.
- b. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, variabel kepercayaan secara signifikan dapat memengaruhi keputusan pembelian online pada aplikasi shopee bagi pengguna di kota Depok.
- c. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan, variabel keamanan transaksi tidak dapat memengaruhi keputusan pembelian online pada aplikasi shopee bagi pengguna di kota Depok.

DAFTAR REFERENSI

- Adhitya Wisnu Rayhan, & Fauziah Aryza. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU:Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(1), 178–189.
- Cahyaningtyas A. W, W. B. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN , KEAMANAN, RISIKO DAN LIFESTLYE TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN E-BANKING. *Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 149–159.
- Chrisanta, A. E., & Rokhman, N. (2022). PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN,

KEPERCAYAAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE SHOPEE. *Cakrawangsa Bisnis*, 3(1), 23–34.

- Darmawan, D., & Putra, A. R. (2022). Pengalaman Pengguna, Keamanan Transaksi, Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Pembelian Online Secara Impulsif. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 26–45. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.523>
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Eka Ubaya, T. R., & Erwin, P. (2020). *Kualitas Pelayanan Berbasis Sistem Informasi Manajemen Pengalaman Pelayanan di Fisip Universitas Saburai Bandar Lampung*.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(4), 465–480.
- Harto, B., Juliawati, P., Dwijayanti, A., Widia, T., & Yohanes, N. (2022). *Peran Promosi , Eco Friendly Packaging Dan Harga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pelanggan Produk Ritel Kopi Susu*. 6(3), 5223–5228.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *Unitomo Press* (p. 61).
- Naufal, A., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 11(09), 9–26.
- Novela, T. A., Hinggo, H. T., Akhmad, I., & Riau, U. M. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Bertransaksi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Produk Almeerakyla Dalam Aplikasi Shopee di Provinsi Riau). *Sneba*, 3(09), 1015–1026.
- Rodliyah, I. (2021). *Pengantar Dasar Statistika Dilengkapi Analisis Dengan Bantuan Software SPSS* (S. Irawati (ed.)). LPPM UNHASY Tebuireng Jombang . <http://www.lppm.unhasy.ac.id>.
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Website dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Pembelian Ulang pada Pelanggan Shopee. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2),

425–444.

Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258.

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

Susanto, D., Fadhilah, M., Bagus, I., Manajemen, N. U., & Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 89, 89–97.

Pengaruh Kinerja *Caddie* terhadap Kepuasan *Golfer* dalam Pengalaman Bermain di Rainbow Hills Golf Club Bogor

Tatik Sriwulandari*¹, Fajar Anugrah Subhi², Yoanna³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Indonesia

Alamat: Jl. Yasmin Raya No.16 A, RT.01/RW.04, Curugmekar, Kec. Bogor Bar., Kota Bogor, Jawa Barat 16113

Korespondensi penulis: tsriwulandari@gmail.com*

Abstract. *Caddie performance in golf is an important aspect that can influence a golfer's overall satisfaction. This analysis was conducted to answer the question of how Caddie performance impacts golfers' satisfaction in their golf experience. An inductive quantitative approach was carried out using the SPSS analysis tool through a questionnaire distributed to 171 respondents. The research results show that Caddie Performance has a positive and significant effect on Golfer Satisfaction. This was opened with a regression test which produced a t-count > t-table value of 4,493 > 1,654, so that H₀ was rejected and H₁ was accepted. The significance value also shows a value smaller than the research alpha (α) or $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that Caddie Performance has a positive and significant effect on Golfer Satisfaction (Y) at Rainbow Hills Golf Club Bogor in terms of the playing experience they gain. The coefficient of determination or R Square value obtained is 0.800 which is interpreted as the influence of the independent variable namely Caddy Performance (X) which is 0.800 or 80% of the dependent variable Golfer Satisfaction (Y) at Rainbow Hills Sentul Bogor, while the remainder is 0.200 or 20% influenced by other variables not included in this research. This can be a consideration for the management of Rainbow Hills Golf Club Bogor to always pay attention to Caddie performance in order to increase the satisfaction of golf players who are members of the club as well as improve the image of the golf club.*

Keywords: *Caddy, Golfer, Performance, Satisfaction, Playing Experience*

Abstrak. Performa *Caddie* dalam golf merupakan aspek penting yang dapat mempengaruhi kepuasan *Golfer* secara keseluruhan. Analisis ini dilakukan untuk menjawab pertanyaan bagaimana kinerja *Caddie* berdampak pada kepuasan *Golfer* dalam pengalaman mereka bermain golf. Pendekatan kuantitatif yang bersifat induktif dilakukan dengan menggunakan alat analisis SPSS melalui kuesioner yang disebarkan kepada 171 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kinerja *Caddie* berpengaruh secara positif dan signifikan kepada Kepuasan *Golfer*. Hal ini dibuktikan dengan uji regresi yang menghasilkan nilai t-hitung > t-table yaitu $4.493 > 1.654$, sehingga H₀ ditolak di H₁ diterima. Nilai signifikansi juga menunjukkan nilai lebih kecil dari alpha (α) penelitian atau $0.000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja *Caddie* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan *Golfer* (Y) di Rainbow Hills Golf Club Bogor dalam pengalaman bermain yang mereka peroleh. Nilai koefisien determinasi atau R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.800 yang artinya pengaruh variabel bebas yaitu Kinerja *Caddie* (X) adalah sebesar 0.800 atau 80 % terhadap variabel terikat: Kepuasan *Golfer* (Y) di Rainbow Hills Sentul Bogor, sedangkan sisanya sebesar 0.200 atau 20 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen pengelola Rainbow Hills Golf Club Bogor agar selalu memperhatikan kinerja *Caddie* demi meningkatkan kepuasan pemain golf yang menjadi anggota club sekaligus meningkatkan citra golf club.

Kata kunci: *Caddie , Golfer, Kinerja, Kepuasan, Pengalaman Bermain*

1. LATAR BELAKANG

Wisata golf telah muncul sebagai kontributor signifikan bagi industri perjalanan global, menawarkan perpaduan unik antara pengalaman rekreasi, kemewahan, dan olahraga. Pariwisata golf merupakan salah satu bidang pariwisata yang dapat dilihat dari berbagai perspektif, salah satunya merupakan bentuk pariwisata olahraga atau pariwisata minat khusus, (Hall, 1992) dalam (Katik et al., 2018). Pariwisata golf di Indonesia diperkirakan akan

mengalami pertumbuhan besar hingga saat ini berkat keindahan alam, keragaman budaya, iklim yang mendukung dan lapangan golf kelas dunia yang dimiliki. Indonesia terus berupaya memberikan fasilitas terbaik dan lingkungan sekitar yang menakjubkan untuk menarik para penggemar golf domestik dan internasional. Namun, dibandingkan dengan destinasi golf yang sudah mapan seperti Thailand dan Malaysia, Indonesia masih merupakan pemain baru dalam industri pariwisata golf. Negara ini mengalami pertumbuhan jumlah wisatawan golf yang stabil, namun masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Dilihat dari *outlook industry golf*, terjadi peningkatan pemain golf dunia yang dimulai sejak masa Covid-19 pada 2020 sebagai konsekuensi meminimalkan sentuhan fisik dan aktivitas di keramaian. Berdasarkan data laporan partisipasi Global Golf oleh R&A Grup tahun 2022, pertumbuhan pemain golf dunia meningkat 15% dari tahun 2020 hingga tahun 2022. Dan melesat 36% dari tahun 2016 ke tahun 2022. Jumlah lapangan golf yang tersedia harus diimbangi dengan jumlah pemain golf yang turut serta mengikuti wisata olahraga ini yang sasaran targetnya adalah kelas menengah ke atas. Berikut adalah data jumlah lapangan dan pemain di 5 negara di Asia menurut (CNBC Indonesia, 2024) :



Gambar 1. Total Lapangan dan Jumlah Pemain Golf 5 Negara Asia

Sumber: CNBC Indonesia (2024)

Berdasarkan data dalam gambar 1, Indonesia memiliki 170 lapangan golf pada tahun 2022, dengan jumlah pemain sebanyak 170 ribu orang. Fakta ini menjadi pertimbangan bila jumlah ini dibandingkan dengan populasi Indonesia maka dapat menjadi potensi yang signifikan bagi Indonesia untuk pengembangan lebih lanjut dalam industri golfnnya dengan menerapkan berbagai strategi untuk mempromosikan sektor wisata olahraga golf ini. Selain memiliki nilai jual yang unik seperti budayanya yang beragam, bentang alamnya yang menakjubkan, kawasan pesisir yang asri, dan keramahatmahannya yang terkenal di dunia, menjadikan Indonesia sebagai tujuan menarik bagi para *Golfer* yang mencari pengalaman di luar *fairways*. Ditambah dengan lapangan golf terbaik yang dirancang oleh arsitek ternama, Indonesia dapat menawarkan perpaduan sempurna antara tantangan bermain golf dan paket

perjalanan yang menarik. Pertumbuhan wisata golf di Indonesia dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan. Peningkatan belanja pengunjung, penciptaan lapangan kerja, dan investasi swasta pada fasilitas golf dapat berkontribusi terhadap PDB negara. Selain itu, permintaan terhadap jasa-jasa pendukung seperti akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, serta kerajinan tangan lokal juga dapat mendorong berbagai sektor perekonomian.

Rainbow Hills Golf Club merupakan salah satu lapangan golf terkemuka yang terletak di daerah Bogor dan menjadi salah satu destinasi favorit bagi para *Golfer*. Berbagai fasilitas dan aksesibilitas serta keamanan yang menjamin para *Golfer* disediakan untuk menjadikan pengalaman bermain yang memuaskan. Selain itu Rainbow Hills Golf Club memahami peranan *Caddie* yang menjadi fasilitator penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pengalaman bermain *Golfer* dengan memberikan kualitas layanan kepada pemain golf ketika melakukan kegiatan ini, hal ini menjadi dasar pertimbangan bahwa semua *Caddie* yang berkerja di Rainbow Hills Golf Club dipastikan memiliki standar kompetensi yang baik sesuai perannya. Peran *Caddie* dalam golf telah diakui secara luas berpengaruh dalam membentuk pengalaman bermain golf secara keseluruhan dan kepuasan *Golfer*. Aktivitas ini tidak hanya berkontribusi pada performa *Golfer* namun juga mempengaruhi kepuasan mereka secara keseluruhan terhadap pengalaman bermain golf.

Penelitian yang dilakukan oleh (Carey et al., n.d., 2021) menyajikan temuan menarik tentang peran *Caddie* dalam kemitraan *Golfer* dan *Caddie* dan pentingnya pengembangan berbagai keahlian oleh *Caddie* untuk mendukung *Golfer* dengan baik. Selain itu, penelitian juga menyoroti pentingnya dukungan sosial dari manajemen dan *Caddie* lainnya dalam menjaga peran *Caddie*. Sementara itu (Pilgrim et al., 2016) menyatakan bahwa seorang *Caddie* memerlukan program pendidikan yang dapat meningkatkan performa pelayanan dengan mempertimbangkan keahlian dalam memahami permainan golf dan peningkatan kualitas layanan yang dibutuhkan pelanggan. Kinerja yang ideal bagi seorang *Caddie* yang profesional mencakup pendidikan terkait golf (etiket golf, keterampilan latihan golf), pelatihan tugas-tugas *Caddie* (manajemen keselamatan, layanan pelanggan, dan pembentukan citra), serta pelatihan untuk *Caddie* (manajemen kebugaran, pencegahan cedera, perawatan kulit, penghematan biaya, dan sebagainya).

Beberapa masukan yang diperoleh dari *Golfer* yang dirangkum dalam *guest comment* Rainbow Hills Golf Club pada bulan Januari hingga Mei 2024 memberikan beberapa poin catatan yaitu *Caddie* di Rainbow Hills belum dapat bekerja dengan baik dalam memberikan pelayanan jasa dan layanan kepuasan pemain, dimana beberapa *Caddie* tidak ahli serta kurang

memahami peraturan tata tertib permainan golf dan kurang mampu menawarkan bantuan berupa solusi jika ada masalah pada permainan di lapangan. Selain itu beberapa *Caddie* tidak memiliki pengetahuan yang *up to date* mengenai peraturan terbaru dalam bermain golf yang seharusnya dapat membantu pemain golf mengikuti peraturan dan menjaga sportivitas dalam setiap pertandingan. Selain itu peran penting dalam menjaga etika dan integritas olahraga golf yang seharusnya dimiliki oleh seorang *Caddie* tidak ditemukan pada beberapa *Caddie* golf Rainbow Hills dan *Golfer* merasa bahwa mereka masih belum melakukan pekerjaannya secara maksimal, sebagai contoh kurang cepat tanggap dalam membantu pemain golf ketika membawa peralatan golf dan masih rendahnya kesadaran tiap *Caddie* dalam melaksanakan tugasnya dengan cepat dan akurat. Hal ini tentu akan mempengaruhi kepuasan pemain golf dalam memperoleh pengalaman yang menyenangkan dalam bermain golf.

Dalam konteks Rainbow Hills Bogor, di mana *Caddie* disiapkan untuk mendampingi *Golfer*, memahami hubungan antara kinerja *Caddie* dan kepuasan *Golfer* menjadi hal yang sangat penting. Dihipotesiskan bahwa kinerja *Caddie* yang luar biasa, ditandai dengan keahlian pengetahuan, komunikasi efektif, profesionalisme, dan perhatian, berpengaruh positif terhadap kepuasan *Golfer*. Sebaliknya, kinerja yang tidak memadai di area ini dapat menyebabkan menurunnya kepuasan para *Golfer*.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan yang ada tentang pengaruh kinerja *Caddie* terhadap kepuasan *Golfer*. Wawasan yang diperoleh akan sangat berharga bagi para manajer dan operator lapangan golf, memungkinkan mereka untuk lebih memahami pentingnya berinvestasi dalam pelatihan, seleksi, dan manajemen *Caddie* untuk meningkatkan pengalaman bermain golf secara keseluruhan. Lebih jauh lagi, penelitian ini dapat menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja dan tingkat kepuasan *Caddie* di Rainbow Hills Bogor dan menjadi landasan untuk penelitian masa depan dalam konteks golf serupa.

2. KAJIAN TEORITIS

Definisi *Caddy golf* yang ditentukan oleh *Golf Profesional Association of America (PGA)* sebagai “orang yang disewa untuk membawa klub dan memberikan bantuan lainnya”(PGA.com., 2020) membantu kita memahami pekerjaan ini. Sementara itu (*Caddie Hall of Fame.*, n.d.) menggambarkan *Caddie* sebagai ”seseorang yang membantu seorang *Golfer* selama bermain golf; tanggung jawab mereka meliputi membawa tas *Golfer*, menentukan jarak *yard*, mengganti *divot*, menyapu *bunker* dan merawat tiang bendera”. Definisi yang lebih luas mengenai *Caddie* golf adalah orang yang disewa untuk membawa

tongkat, menyapu bunker, dan menyediakan bantuan lainnya, termasuk memberikan dukungan di lapangan dengan pemilihan pukulan dan di luar lapangan *Caddie* memberikan dukungan dengan membantu perencanaan dan mematangkan persiapan bermain golf (Coate & Toomey, 2014). Peran *Caddie* yang meliputi: peran teknis dan psikologis (misalnya, mengoptimalkan kondisi psikologis *Golfer*); mendukung *Golfer* dengan keputusan terakhirnya mengenai pukulan apa yang akan dimainkan; peran ramah dengan rasa keberadaan akrab dan dekat satu sama lain; dan membantu *Golfer* fokus pada masa kini, (Bruce, dan Gorely, 2004) dalam (Carey et al., 2021). Penelitian lebih lanjut menemukan bahwa *Caddie* membantu mengoptimalkan psikologis *Golfer* melalui cara dengan membantu *Golfer* untuk mempertahankan fokus mereka, memstimulasi *Golfer* dalam upaya mencegah *Golfer* memikirkan kesalahan masa lalu atau merenung, dan untuk mempertahankan dan memaksimalkan *flow states* (Swann et al., 2015). Yang penting, sebuah kerjasama mitra antara *Golfer* dan *Caddie* yang efektif telah terbukti membantu *Golfer* untuk berkembang dalam kinerja mereka dengan satu pukulan per putaran, setelah mengontrol kondisi pukulan lainnya (misalnya, tingkat keahlian *Golfer*, putaran turnamen, cuaca dan lapangan perubahan) (Coate & Toomey, 2014). Beberapa pendapat tersebut memiliki persepsi yang sama bahwa *Caddie* sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagian dari upaya *Golfer* untuk mencapai performa yang sukses.

Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya, Mangkunegara (2001:67) dalam (Maulida, 2024). Sementara Afandi dalam (Meinitasari, 2023) mengemukakan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara ilegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Kinerja dapat dipahami tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja merupakan pekerjaan yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan, Amstrong dalam (Meinitasari, 2023). Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah performa seseorang dalam melakukan pekerjaannya sesuai dengan etika dan tanggung jawab sebagai nilai positif yang dapat menambahkan nilai prestasi bagi karyawan maupun perusahaan tempatnya bekerja.

Pendapat yang diberikan oleh (Djati & Darmawan, 2005) tentang Kepuasan penerima layanan baik produk maupun jasa menyoroti peningkatan kualitas layanan melalui optimalisasi

sumber daya manusia yang akan membentuk kepuasan pelanggan dan pemberdayaan kekuatan *brand*, oleh karena itu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan harus dijaga dengan baik. Menurut (Indrasari, 2019) ada tiga indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan:

- a. Kesesuaian harapan, yang berarti kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara kinerja perusahaan yang sebenarnya dan harapan pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali, yang mengukur kepuasan pelanggan dengan menanyakan apakah mereka ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, yang mengukur kepuasan pelanggan dengan menanyakan apakah mereka akan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada teman, keluarga, atau orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Untuk mengeksplorasi hubungan dua variabel yaitu Kinerja *Caddie* dan Kepuasan *Golfer*, pendekatan metode kuantitatif akan digunakan dengan cara mengumpulkan data primer melalui kuesioner survei yang disebarakan kepada *Golfer* yang pernah bermain di Rainbow Hills Golf Club. Survei ini akan menilai persepsi mereka terhadap kinerja *Caddie* dan mengukur tingkat kepuasan mereka. Analisis statistik seperti korelasi dan regresi akan dilakukan untuk menguji hubungan antara kinerja *Caddie* dan kepuasan *Golfer*.

Populasi diambil dari jumlah keanggotaan *Golfer* yang dimiliki oleh Rainbow Hills Bogor sebanyak 300 pemain sementara sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin dengan derajat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% mendapatkan hasil sebanyak 171 pemain. Analisis statistik regresi linier sederhana akan dilakukan untuk menguji hubungan antara kinerja *Caddie* dan kepuasan *Golfer*, sekaligus mengendalikan faktor-faktor relevan lainnya seperti kondisi lapangan dan fasilitas yang dimiliki. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, dilanjutkan dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui bahwa kuesioner yang merupakan instrumen penelitian telah terukur dan konsisten. Langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji hipotesis yang meliputi analisis linear berganda, uji t parsial dan analisis koefisien determinasi.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Pertanyaan No.
Kinerja <i>Caddie</i> (X)	Pengetahuan tentang <i>golf</i>	a. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills memiliki pengetahuan tentang aturan main <i>golf</i>	Ordinal	1
		b. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills memiliki pengetahuan tentang istilah-istilah dalam <i>Golf</i>	Ordinal	2
		c. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills memiliki pengetahuan tentang peralatan <i>golf</i> yang digunakan dalam permainan	Ordinal	3
	Keterampilan teknis	d. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills mampu mengoperasikan peralatan <i>golf</i> dengan baik	Ordinal	4
		e. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills mampu membantu pemain dalam memilih klub yang tepat untuk setiap situasi permainan	Ordinal	5
		f. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills memahami teknik dasar dalam bermain <i>golf</i>	Ordinal	6
	Etika dan perilaku	g. <i>Caddie</i> di Rainbow Hills menunjukkan sikap yang sopan dan ramah dalam berinteraksi dengan <i>Golfer</i> dan anggota lainnya	Ordinal	7
Kepuasan <i>Golfer</i> (Y)	Kesesuaian Harapan	a. Fasilitas yang dimiliki Rainbow Hills sesuai dengan harapan <i>Golfer</i>	Ordinal	8
		b. Pelayanan <i>Caddie</i> di Rainbow Hills sesuai dengan harapan <i>Golfer</i>	Ordinal	9
	Minat Kembali Berkunjung	c. <i>Golfer</i> berencana untuk bermain kembali di Rainbow Hills	Ordinal	10
		d. <i>Golfer</i> memutuskan untuk menjadikan Rainbow Hills sebagai tempat prioritas untuk bermain <i>golf</i>	Ordinal	11
	Kesediaan Memberikan rekomendasi	e. Pengalaman positif <i>Golfer</i> dalam bermain <i>golf</i> di Rainbow Hills membuat Pemain <i>Golf</i> bersedia memberikan informasi tentang Rainbow Hills kepada orang lain	Ordinal	12
		f. <i>Golfer</i> akan dengan senang hati memberikan rekomendasi tentang Rainbow Hills kepada orang lain	Ordinal	13

Sumber : Olah data Penelitian (2024)

Selain sumber data primer berupa kuesioner, sumber data sekunder berupa serta studi kepustakaan dikumpulkan sebagai pembanding atau memperkuat informasi yang berkaitan dengan masalah dan analisis penelitian yaitu mengenai Kinerja *Caddie* dan Kepuasan *Golfer* dalam pengalaman bermain golf.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke pembahasan hasil penelitian, karakteristik responden dengan total 171 responden yang diperoleh dalam penelitian dirangkum guna menggambarkan keadaan atau kondisi responden sehingga dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

- a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, responden adalah *Golfer* yang bermain di Rainbow Hills Bogor berjenis kelamin laki-laki sebanyak 123 orang (71,93%) dan perempuan 48 orang (28,07%).
- b. Karakteristik responden berdasarkan Usia, rentang usia responden berkisar antara 16 hingga 60 tahun dengan responden terbanyak adalah berkisar pada rentang umur 36 – 45 tahun dengan jumlah 51 orang (29,82%) diikuti terbanyak kedua pada rentang usia 46 – 55 tahun sebanyak 44 orang (25,73%)
- c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan adalah pemain golf yang berpendidikan Sarjana (S1), mencapai 94 orang (54,97%) diikuti responden berpendidikan Pasca Sarjana (S2/S3) sebanyak 28 orang (16,37%). Latar pendidikan D-III mencapai 26 orang (15,20%) dan terakhir adalah Pendidikan SMA/Sederajat, yaitu 23 orang (13,45%).
- d. Karakteristik responden berdasarkan pengalaman bermain golf bervariasi mulai dari 1 tahun hingga lebih dari 8 tahun dengan jumlah responden terbanyak berada di pengalaman selama 4 tahun sebanyak 42 orang (24,56%) diikuti pengalaman 5 tahun sebanyak 36 orang (21,05%).
- e. Karakteristik responden berdasarkan jumlah bermain ke Rainbow Hills dalam satu bulan didominasi oleh responden yang bermain sebanyak 2 – 4 kali yaitu 77 orang (45%) dan 4 – 6 kali bermain sebanyak 44 orang (25,73%).

1. Uji Asumsi Klasik

1.1. Uji Normalitas

Menurut (Ghazali, 2018) pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan Kolmogorov

Smirnov adalah: a) Jika nilai Asymp.sig (2 tailed) > 0,05 maka data berdistribusi normal; b) Jika nilai Asymp.sig (2 tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		171	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.43077073	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.064	
	Negative	-.052	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.082	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.086	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.079
		Upper Bound	.093

a. Test distribution is Normal.

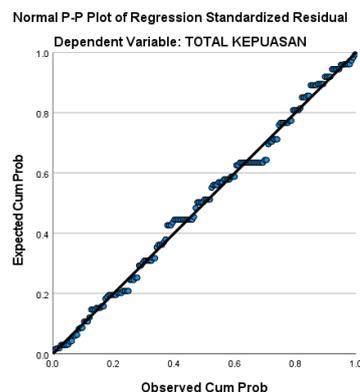
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Pada Tabel 2 di atas hasil uji normalitas memunculkan nilai sig 0.082 > 0.05 atau data dinyatakan berdistribusi normal. Selain dengan menggunakan pengujian Kolmogorov-Smirnov, pengujian normalitas juga dilakukan dengan analisis grafik sebagai berikut

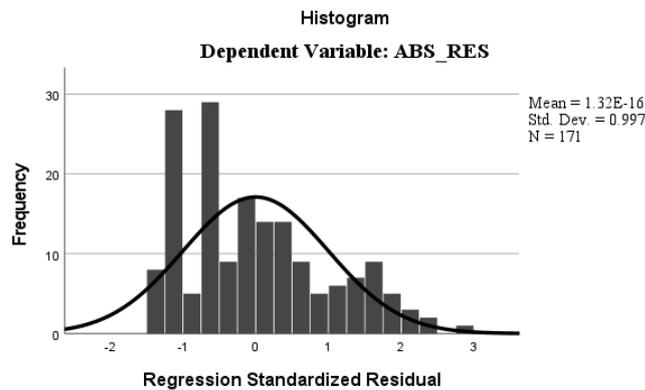


Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

PENGARUH KINERJA CADDIE TERHADAP KEPUASAN GOLFER DALAM PENGALAMAN BERMAIN DI RAINBOW HILLS GOLF CLUB BOGOR

Dari hasil gambar 2 hasil uji normalitas didapatkan model regresi memenuhi asumsi normalitas ini dikarenakan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.



Gambar 3. Histogram Dependent Variable Kepuasan *Golfer* (Y)

Sumber : Hasil olah data primer (2024)

Berdasarkan gambar 3 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dilihat dari data menyebar secara merata ke kiri dan ke kanan histogram.

1. 2. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain bersifat tetap, maka disebut homokedastisitas, namun jika ditemukan perbedaan maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas (Raharjo, 2015).

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.377	.435		3.165	.002
	TOTAL	-.009	.017	-.042	-.543	.588
	KINERJA					

a. Dependent Variable: ABS_RES
 Sumber: Hasil olah data primer (2024)

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* dilihat dari tabel 3 dengan ABS_RES berperan sebagai variabel dependent, menunjukkan nilai signifikan pada variabel independen Kinerja yaitu 0.588 yang artinya $> 0,05$ sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Uji Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas)

Instrumen penelitian yaitu dapat berupa test yang bersifat mengukur sebuah jawaban, dalam penelitian instrument yang digunakan berupa kuesioner. Menurut (Sugiyono., 2022) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Uji instrumen penelitian meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian, sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilakukan. Uji validitas menunjukkan sejauh mana relevansi pernyataan terhadap apa yang dinyatakan atau apa yang ingin diukur dalam penelitian, sedangkan uji reliabilitas untuk menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari satu responden ke responden yang lain atau sejauh mana pernyataan dapat dipahami dan tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pernyataan.

Setelah di dapat nilai reliabilitas (r_{hitung}) maka nilai tersebut dibandingkan dengan r_{tabel} yang sesuai dengan jumlah responden dan taraf nyata dengan ketentuan sebagai berikut: a) Bila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan reliabel; b) Bila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$: Instrument tersebut dikatakan tidak reliabel. Selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas. Apabila koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan *reliable*. Dasar pengambilan keputusan : a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid; b) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Menurut (Sugiyono., 2022), syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,3 keatas. Oleh karena itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan

program SPSS (*Statiscal Product dan Service Solution*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul item Total Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KINERJA CADDIE1	45.84	48.055	.793	.763
KINERJA CADDIE2	45.71	48.194	.861	.762
KINERJA CADDIE3	45.85	49.589	.789	.771
KINERJA CADDIE4	45.79	48.826	.803	.767
KINERJA CADDIE5	45.80	49.207	.771	.769
KINERJA CADDIE6	45.87	49.788	.780	.772
KINERJA CADDIE7	45.66	50.225	.762	.775
KEPUASAN GOLFER1	40.30	35.669	.675	.775
KEPUASAN GOLFER2	40.34	35.837	.652	.777
KEPUASAN GOLFER3	40.32	34.549	.781	.763
KEPUASAN GOLFER4	40.33	34.633	.755	.764
KEPUASAN GOLFER5	40.32	35.443	.759	.771
KEPUASAN GOLFER6	40.07	30.983	.850	.732

Sumber: Hasil olah data primer (2024)

Nilai validitas dapat dilihat dari besaran nilai *corrected Item-Total correlation*, sementara nilai reliabilitas dilihat dari besaran nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted*, dimana dasar keputusan diambil berdasarkan pendapat dari (Sugiyono., 2022) bahwa butir pernyataan dalam instrument penelitian ini dapat dinyatakan *valid* dan *reliable* apabila r hitung $>$ r tabel, dimana perolehan nilai dari 171 responden dengan *degree of freedom* = $N-2$ dengan taraf signifikansi 0,5% dalam penelitian ini adalah sebesar **0.150**. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan dikatakan *valid* dan *reliable* karena semua nilainya lebih besar dari r tabel atau 0.150. Selain itu syarat lain untuk uji reliabilitas menurut (Sugiyono., 2022) telah terpenuhi yaitu semua nilai *Cronbach Alpha* bernilai $>$ **0.70**.

3. Uji Hipotesa Dan Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.272	.728		4.493	.000
	TOTAL KINERJA	.758	.029	.894	25.970	.000

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN

Sumber: Hasil olah data primer (2024)

Dalam penelitian yang telah digunakan oleh penulis, nilai tabel untuk $df = n - k$ ($171 - 2 = 169$) dan probabilitas 5% adalah sebesar 1.654. Dari hasil pengujian yang dilakukan (Uji T) pada tabel 5 menunjukkan bahwa : Variable Kinerja *Caddie* memiliki nilai t hitung $> t$ tabel = $4.493 > 1.654$, maka H_0 ditolak di H_1 diterima. Nilai signifikansi juga menunjukkan lebih kecil dari alpha (α) penelitian atau $0.000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja *Caddie* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan *Golfer* (Y) di Rainbow Hills Golf Club Bogor.

Perhitungan hasil regresi dari tabel 4 di atas didapatkan dengan menyusun persamaan regresinya yaitu: $Y = 3.272 + 0.758 (X)$. Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan bahwa Nilai Konstanta 3.272 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kinerja *Caddie* (X) terhadap Kepuasan *Golfer* (Y) sama dengan nol, maka variabel Kepuasan *Golfer* akan tetap yaitu 6.774. Sementara Koefisien Regresi, sebesar 0.758 memiliki arti jika nilai variabel Kinerja *Caddie* (X) naik satu satuan maka nilai Kepuasan *Golfer* (Y) akan naik sebesar 0.758.

4. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas Kinerja *Caddie* (X) terhadap variabel terikat Kepuasan *Golfer* (Y) maka didapatkan hasil uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.800	.798	1.435

a. Predictors: (Constant), TOTAL KINERJA

b. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN

Sumber: Hasil olah data primer (2024)

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat diketahui nilai koefisien determinasi *R Square* diperoleh nilai sebesar 0.800. Nilai ini mempunyai arti bahwa pengaruh variabel bebas Kinerja *Caddie* (X) adalah sebesar 0.800 atau 80 % terhadap variabel terikat Kepuasan *Golfer* (Y) di Rainbow Hills Sentul Bogor, sedangkan sisanya sebesar 0.200 atau 20 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis di atas memberikan jawaban positif atas hipotesa awal apakah terdapat pengaruh antara kinerja seorang *Caddie* terhadap kepuasan *Golfer* dalam pengalaman bermain, hal ini sesuai juga dengan hasil penelitian dari (Djati & Darmawan, 2005) yang menemukan fakta bahwa semakin baik kinerja karyawan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk puas. Di lain sisi sejarah permainan golf telah menciptakan satu profesi *Caddie* yang menjadi bagian permainan golf hingga ke masa yang akan datang, *Caddie* terlibat dalam permainan golf di setiap level permainan, mulai dari rekreasi dan permainan amatir sampai dengan kompetisi profesional. Selain itu bermain golf dengan dibantu oleh seorang *Caddie* juga merupakan cara yang bagus untuk mempelajari cara bermain golf bagi pemula (Pilgrim et al., 2016). Hal ini menunjukkan seberapa besar kinerja yang harus dimiliki seorang *Caddie* karena berdampak langsung dengan kepuasan penerima jasa yaitu *Golfer* yang memberikan kemungkinan untuk memberikan layanan ini lebih lanjut atau harapan bahwa *Golfer* yang puas akan suka rela merekomendasikan kepada orang-orang terdekat.

Penilaian kinerja *Caddie* yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup: pengetahuan *Caddie* tentang permainan golf, Keterampilan teknis, Etika dan perilaku *Caddie*. Sementara aspek yang menjadi kepuasan *Golfer* dilihat dari: Kesesuaian harapan dan Minat kembali berkunjung. Walau demikian terdapat faktor-faktor lain yang perlu dieksplorasi lebih mendalam mengenai kepuasan *Golfer* seperti faktor fasilitas dan aksesibilitas dari pengelola club golf.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil eksplorasi dari penelitian pengaruh kinerja *Caddie* terhadap kepuasan *Golfer* merupakan topik penelitian yang relevan dan menjanjikan yang dapat berkontribusi untuk meningkatkan kualitas pengalaman bermain golf, bahwa terdapat pengaruh kinerja *Caddie* terhadap kepuasan *Golfer* dalam dalam pengalaman bermain golf.

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada Rainbow Hills Golf Club Bogor adalah selalu konsisten untuk memperhatikan proses seleksi, meningkatkan pelatihan, dan secara berkala terus mengevaluasi kinerja *Caddie* demi memperoleh kepuasan *Golfer*, dampak dari tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan citra golf club, memperoleh anggota *Golfer* yang loyal dan bersedia memberikan rekomendasi untuk membantu promosi golf club. Penelitian selanjutnya dapat diarahkan untuk mengeksplorasi pengaruh kinerja *Caddie* pada segmen *Golfer* tertentu atau mengkaji dampak dari berbagai program pelatihan *Caddie*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada manajemen Rainbow Hills Golf Club - Sentul - Bogor yang telah memberi izin guna menjadi lokasi penelitian dan memberikan kemudahan dalam pengumpulan data primer penelitian, serta semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Caddie* Hall of Fame. (n.d.). *About Caddying*. *Caddie* Hall of Fame.
- Carey, L. M., Stone, J. A., & Lavalley, D. (2021). "Teamwork Done to a Tee": A Golf *Caddie*'s Perspective on Their Perceived Role and Associated Skills. In *International Journal of Golf Science* (Vol. 9).
- CNBC Indonesia. (2024, July 5). *Diam-Diam Warga RI Doyan Main Golf, Ini Buktinya*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240705141449-128-552107/diam-diam-warga-ri-doyan-main-golf-ini-buktinya>.
- Coate, D., & Toomey, M. (2014). Do professional golf tour *Caddies* improve player scoring? *Journal of Sports Economics*, 15(3), 303–312. <https://doi.org/10.1177/1527002512458799>
- Djati, Pantja. S., & Darmawan, D. (2005). *Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Kesetiaan Pelanggan*. 48–59. <http://puslit.petra.ac.id/~puslit/journals/48>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Ed 9; Cetakan IX, Vol. 9). Universitas Diponegoro Press.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Katik, I., Purboyo, H., & Putro, H. (2018). *Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan ITB Studi Karakteristik, Motivasi dan Penilaian Golfer pada Golf Course sebagai Destinasi Wisata di Bandung dan Sekitarnya*. www.pikiran-rakyat.com
- Maulida, A. (2024). Dampak Kepemimpinan Dan Ketaatan Dalam Pekerjaan Terhadap Kinerja Para *Caddie*. In *JUBID : Jurnal Bisnis Inovatif dan Digital* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jubid.v1i1.16>
- Meinitasari, N. (2023). *PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (STUDI KASUS PT. KARYA PUTRA GRAFIKA)* (Vol. 7, Issue 1). <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- PGA.com. (2020, February 26). *Golf Dictionary, Glossary and Golf Terms*. PGA.Com.
- Pilgrim, J., Robertson, S., & Kremer, P. (2016). A qualitative investigation into the role of the *Caddie* in elite-level golf. *International Journal of Sports Science and Coaching*, *11*(4), 599–609. <https://doi.org/10.1177/1747954116654783>
- Raharjo, S. (2015). *Tutorial Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser SPSS*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke 3). Alfabeta .
- Swann, C., Moran, A., & Piggott, D. (2015). Defining elite athletes: Issues in the study of expert performance in sport psychology. *Psychology of Sport and Exercise*, *16*(P1), 3–14. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2014.07.004>



Pengaruh *Employee Engagement* terhadap Burnout dengan *Happiness at Work* Sebagai Variabel Moderasi dalam Perspektif Manajemen Insani

Mimi Fitriani^{1*}, Weny Rosilawati², Ridwansyah Ridwansyah³

^{1,2,3}UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

Alamat: Jl. Letnan Kolonel H. Endro Suratmin, Sukarame, Lampung, kode pos 35131 – Indonesia.

*Korespondensi penulis: mimifitriani2807@gmail.com

Abstract. *The many tasks and authorities make KPPS officers stressed. This study aims to see whether happiness at work will affect the stress level of KPPS officers. The method in this study is a quantitative method with the help of SPSS software. Based on the results of the data analysis, it is stated that the significance value of the interaction variable between Employee Engagement and burnout moderated by Happiness at work is 0.000 (> 0.05), so it is concluded that the happiness at work variable (M) is able to moderate the effect of employee engagement on the burnout variable, which means that if KPPS employees in West Teluk Betung have positive emotions at work, then KPPS employees will have a positive work environment and will not experience burnout or stress at work.*

Keywords: *Employee Engagement, Burnout, Happiness At Work.*

Abstrak. Tugas dan wewenang yang sangat banyak membuat petugas KPPS stress penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah kebahagiaan ditempat kerja akan mempengaruhi tingkat stress petugas KPPS. Metode dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan bantuan software SPSS. Berdasarkan hasil analisis data disebutkan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara *Employee Engagement dan burnout* dimoderasi *Happiness at work* sebesar 0.000 (>0.05), maka berkemsimpulan bahwa variabel *happiness at work* (M) mampu memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap variabel *burnout*, yang artinya apabila pegawai KPPS Teluk Betung Barat memiliki emosi positif ditempat kerja maka pegawai KPPS akan memiliki lingkungan kerja yang positif dan tidak akan mengalami *burnout* atau stress ditempat kerja.

Kata Kunci: Keterlibatan Karyawan, Kelelahan, Kebahagiaan di Tempat Kerja.

1. LATAR BELAKANG

Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) memegang peranan penting dalam Pemilu 2024 mendatang. KPPS bertugas untuk melakukan pemungutan suara Pemilu 2024. Komisi Pemilihan Umum (KPU) mengategorikan KPPS sebagai salah satu badan ad hoc. Kedudukan KPPS berada di Tempat Pemungutan Suara (TPS) dan berjumlah 7 orang untuk setiap TPS. KPPS adalah kelompok yang tergabung dalam badan ad hoc penyelenggaraan Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2024. Tugas KPPS dalam pemungutan dan penghitungan suara di TPS adalah mewujudkan kedaulatan pemilih, melayani pemilih dengan hak pilihnya, serta memberikan akses dan layanan kepada pemilih disabilitas. Dalam menjalankan tugas tersebut, KPPS diharapkan memiliki transparansi, netralitas, tingkat akurasi yang tinggi, dan bertanggung jawab.

Tabel 1. Data KPPS Kota Bandar Lampung

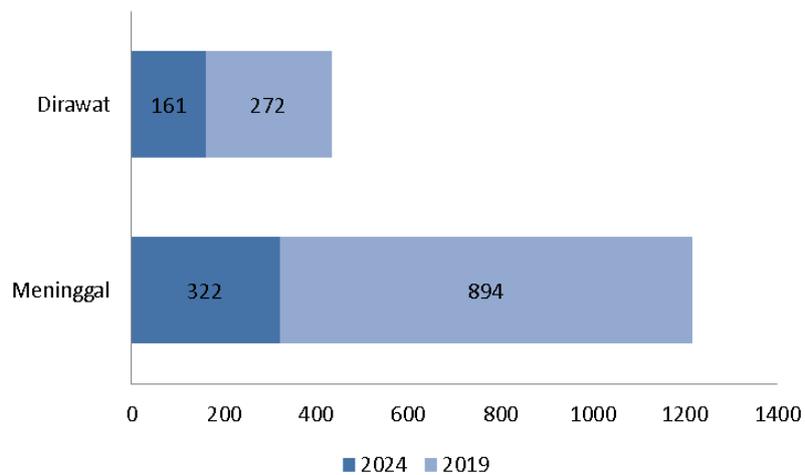
Data	Total
KPPS Kota Bandar Lampung	180.775 orang
KPPS Teluk Betung Barat	651 orang
Kelurahan di Bandar Lampung	126 Kelurahan
Kelurahan Teluk Betung Barat	5 Kelurahan

Berdasarkan tabel dapat diinterpretasikan bahwa jumlah data KPPS Kota Bandar Lampung sekitar 180.775 orang dari 126 kelurahan. Data tersebut termasuk 651 orang berasal dari KPPS Teluk Betung Barat yang memiliki 5 kelurahan. Komisi Pemilihan Umum (KPU) menaruh empati kepada para pahlawan demokrasi khususnya kelompok penyelenggara pemungutan suara (KPPS). Pasalnya rata-rata mereka bekerja nonstop antara 24-36 jam, bahkan lebih.

Menteri Kesehatan Budi Gunadi Sadikin mengklaim angka kematian petugas pemilu tahun ini menurun dibandingkan pemilu sebelumnya. Per 24 Februari 2024 (sepuluh hari pasca-pemilu), setidaknya 161 petugas KPPS dan 113 non-KPPS meninggal. Sebagai perbandingan, angka kematian petugas KPPS sebelas hari pasca-pemilu pada 2019 sebanyak 272 orang. FR (*Frecuancy Rate*) adalah banyaknya jumlah kelelahan kerja selama pride tertent Kelelahan bekerja merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam karyawan mupun pegawai.

Burnout merupakan suatu istilah yang menggambarkan keadaan emosi seseorang yang merasa lelah dan lelah secara mental, emosi dan fisik akibat tuntutan pekerjaan yang semakin meningkat. *Burnout* merupakan sindrom terkait pekerjaan yang paling sering menyerang para profesional HR (profesional pelayanan publik). Fakta empiris menunjukkan bahwa burnout pegawai menimbulkan kerugian yang cukup besar baik bagi organisasi maupun bagi pegawai itu sendiri. Efek umum dari burnout adalah berkurangnya komitmen terhadap organisasi dan berkurangnya produktivitas.

Burnout digambarkan sebagai sebuah sindrom yang disebabkan oleh stres kronis di tempat kerja yang tidak dapat ditangani, yang mana ditandai oleh beberapa hal; penipisan energi atau kelelahan, perasaan negatif atau sinisme terhadap hal terkait pekerjaan, dan penurunan kinerja profesional. *Burnout* juga didefinisikan sebagai kondisi seseorang yang mengalami kelelahan emosional, mental dan seringkali berujung pada kelelahan fisik yang diakibatkan oleh stres yang berkepanjangan.

Tabel 2. Data Statistik Kematian Akibat Kelelahan Kerja KPPS

Dikutip dari KPU Insiden kelelahan akibat beban kerja terjadi pada anggota badan ad hoc penyelenggara pemilihan umum Indonesia 2024, terutama Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS). Per 25 Februari 2024 (sebelas hari pasca-pencoblosan), setidaknya 322 orang meninggal, 161 di antaranya merupakan petugas KPPS. Sementara itu, sedikitnya 14.000 orang dirawat karena sakit. Jumlah tersebut di luar kasus keguguran pada wanita hamil dan kecelakaan usai bertugas.

Dilihat dari fenomena yang terjadi di anggota KPPS penyelenggara pemilu, tekanan kerja yang diberikan kepada pegawai oleh atasan akan meningkatkan resiko terjadinya kelelahan pegawai, meningkatnya tekanan kerja dapat meningkatkan kelelahan. Meningkatnya stres dan kelelahan dapat menyebabkan seseorang merasa lelah yang disebut dengan burnout. Penelitian mengenai employee engagement terhadap burnout sudah pernah dikaji diantaranya yaitu penelitian dari widad Nabila lutfan (2022) “ Peran Employee Engagement Terhadap Burnout Karyawan Kerja Shift Malam “ yang memberikan hasil terdapat pengaruh signifikan employee engagement terhadap burnout.

Berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan 30 responden pegawai kpps di teluk betung barat bandar Lampung menggunakan kusioner secara online, maka dapat diketahui bahwa karyawan simpur merasa belum mampu menyeimbangkan keterikatan kerja dalam pekerjaannya. Hal ini dapat dilihat dari apa yang tidak diharapkan perusahaan ditempat kerja sebanyak 20 orang responden yang memilih setuju, pegawai kpps juga kurang mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan kemampuan terbaiknya sehingga dapat dilihat dari responden sebanyak 18 orang yang memilih setuju karena mereka kurang mendapat kesempatan menunjukkan kemampuannya. Pegawai kpps juga tidak mendapatkan dorongan mengembangkan diri responden yang memilih setuju sebanyak 25 orang. Pegawai kpps juga

malas menerima atau mendapat pengakuan dari pujian karena bekerja dengan baik. Sebanyak 12 orang juga setuju karena rekan kerja berkomitmen untuk melakukan pekerjaan yang berkualitas.

Untuk menjaga faktor kebahagiaan di tempat kerja, perusahaan dan karyawan harus mampu menyeimbangkan beberapa hal seperti beban kerja, fasilitas yang diberikan, work from home (WFH) dan work from office (WFO). Orang yang bahagia juga umumnya lebih produktif dalam bekerja. Ia tidak peduli dengan pekerjaan, sehingga perhatiannya dapat terfokus pada pekerjaan.

2. KAJIAN TEORITIS

Employee Management

Pengertian mengenai *employee engagement* saat ini masih belum jelas, istilah engagement pertama kali digunakan dalam setting pekerjaan, Umumnya arti *engagement* mengarah pada keterlibatan, komitmen, gairah, antusias, fokus, usaha, dedikasi, dan energi. Para ahli sering menggunakan istilah *employee engagement* dan work engagement secara bergantian ketika menjelaskan konsep *engagement*. Hal yang membedakan konsep work engagement dengan *employee engagement* adalah work engagement mengacu pada hubungan karyawan dengan pekerjaannya, sedangkan *employee engagement* mengacu pada hubungan karyawan dengan pekerjaan dan organisasinya (Schaufeli, 2013). *Employee engagement* dapat berupa kerelaan untuk melakukan advokasi atas nama tempat perusahaan. *Employee engagement* sebagai tingkat komitmen dan keterikatan karyawan yang dimiliki terhadap organisasi dan nilai-nilai yang diterapkan dalam organisasi.

Burnout

Menurut Rosyid (2016), burnout adalah kelelahan fisik, mental dan emosional yang disebabkan oleh stres berkepanjangan dan keterlibatan emosional yang tinggi. Burnout adalah rasa lelah, rasa bersalah, tidak berdaya, putus asa, kesedihan yang mendalam, perasaan bingung akibat kerja keras seseorang, sehingga menimbulkan perasaan lelah dan tidak nyaman, yang pada gilirannya menambah perasaan marah. Jika hal ini terjadi dalam jangka waktu yang lama, maka orang tersebut akan mengalami kelelahan. burnout merupakan suatu perilaku negatif yang disebabkan oleh stres dan kebosanan yang berkepanjangan. Karyawan yang mengalami burnout menyebabkan berkurangnya tenaga dan minat dalam bekerja. Mereka mengalami kelelahan emosional, apatis, depresi, mudah tersinggung dan bosan. Mereka menemukan

kesalahan pada beberapa aspek, yaitu lingkungan kerja, hubungan dengan rekan kerja, dan bereaksi negatif terhadap saran yang diberikan kepada mereka.

Happiness at Work

Kebahagiaan dalam bekerja lebih dari sekedar perasaan senang, pengalaman afektif yang positif, perasaan dan kesenangan yang baik, karena itu juga berarti kehidupan kerja yang bermakna (Bataineh, 2019:101). Kebahagiaan bukan sekedar perasaan bahagia. , ini adalah kondisi untuk kinerja tinggi di tempat kerja (Fisher 2010, Maham, 2019:2). Pryce-Jones (2010) juga menjelaskan bahwa happiness at work merupakan konsep besar yang juga mencakup job satisfaction dan engagement. Happiness at work dimulai oleh individu itu sendiri bukan hanya dibentuk oleh atasan (perusahaan) karena merupakan konsep individual yang lebih mudah dikembangkan dan dikelola oleh individu itu sendiri. Konsep happiness at work juga sangat terkait dengan produktivitas individu dalam perusahaan tempat ia bekerja.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di KPPS Teluk Betung barat dengan 5 kelurahan diantaranya Bakung, Kuripan, Negeri Olok Gading, Sukarame II, dan Batuputuk. Populasi pada penelitian ini berjumlah 651 orang dari 93 TPS. Sampel pada penelitian ini berjumlah 87 orang yang merupakan 7 orang KPPS. Penelitian ini menggunakan metode angket/kuesioner yaitu metode pengumpulan data sebanyak yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan beberapa permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono, angket (kuesioner) adalah metode pengumpulan data sebanyak responden mana yang ditanya pertanyaan dan menjawab pertanyaan. Uji ini digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir pernyataan kuesioner. Ukuran valid tidaknya pernyataan dalam kuesioner dapat dilihat dari output IBM SPSS Statistics.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 3 variabel yaitu variabel (X1) *Employee Engagement* dengan jumlah 5 pertanyaan, kemudian variabel (Y) *Burnout* dengan jumlah 5 pertanyaan dan variabel moderasi (M) *Happiness At Work* dengan jumlah 5 pertanyaan yang disusun dengan google form. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan rhitung dengan rtabel, dimana taraf

signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan $n=97$ sehingga rtabel dalam penelitian ini adalah: $r(0,05;97-2) = 0,199$.

a. Hasil Uji Validitas Variabel Independen (X1) *Employee Engagement*

Tabel 3. Uji Vliditas Variabel (X)

No	Item	R.hitung	R.tabel	Keterangan
1,	X1.1	0. 566	0.300	Valid
2.	X1.2	0. 637	0.300	Valid
3.	X1.3	0. 560	0.300	Valid
4.	X1.4	0.580	0.300	Valid
5.	X1.5	0. 628	0.300	Valid

b. Hasil Uji Validitas Variabel Dependent (Y) *Burnout*

Tabel 4. Uji Vliditas Variabel (Y)

No	Item	R.hitung	R.tabel	Keterangan
1,	X1.1	0. 809	0.300	Valid
2.	X1.2	0. 758	0.300	Valid
3.	X1.3	0. 595	0.300	Valid
4.	X1.4	0. 324	0.300	Valid
5.	X1.5	0. 636	0.300	Valid

c. Hasil Uji Validitas Moderator (M) *Happiness At Work*

Tabel 5. Uji Vliditas Variabel (M)

No	Item	R.hitung	R.tabel	Keterangan
1,	X1.1	0. 711	0.300	Valid
2.	X1.2	0. 592	0.300	Valid
3.	X1.3	0. 731	0.300	Valid
4.	X1.4	0. 501	0.300	Valid
5.	X1.5	0. 568	0.300	Valid

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai cornbach alpha. Apabila cornbach alpha > 0,6 dapat disimpulkan bahwa keandalan suatu data telah mencukupi, sedngkan apabila nilai Cronbach alpha < 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa data peneliti belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelituian. Pada penelitian ini uji reliabilitas diujikan kepada 3 variabel penelitian yaitu (X1) *Employee Engagement* variabel (Y) *Burnout* dan variabel moderasi (M) *Happiness At Work*.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Aitem	Keterangan
<i>Employee Engagement</i>	0.810	5	Reliabel
<i>Burnout</i>	0.819	5	Reliabel
<i>Happiness At Work</i>	0.824	5	Reliabel

Sumber: Data Primer Tahun 2024

Uji Hipotesis

Uji statistik t dapat menjelaskan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian terhadap hasil regresi dapat dilakukan dengan menggunakan uji t pada derajat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$. Koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari bid-ask spread, market value, dan dividend payout ratio terhadap holding period.

Tabel 7. Hasil Analisis Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.985	6.925		3.953	.000
	Employee Engagement	.332	.105	.718	9.619	.000
	Happiness At Work	.830	.482	.448	1.723	.000

a. Dependent Variable: Burnout

Sumber: Data Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 7 dapat diinterpretasikan bahwa hasil regresi terlihat bahwa variabel Happiness At Work memiliki nilai thitung sebesar 1.723. Hal ini berarti bahwa t.hitung (1.723) > t.tabel (1.725) dan didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 nilai statistik uji signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H₀ ditolak, artinya bahwa variabel M (*Happiness At Work*) berpengaruh signifikan terhadap X₁ (*Employee Engagement*) dan Y (*Burnout*).

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22984.843	2	11492.422	107.068	.000 ^b
	Residual	9231.067	86	107.338		
	Total	32215.910	88			
a. Dependent Variable: Burnout						
b. Predictors: (Constant), Happiness At Work, Employee Engagement						

Sumber: Data Diolah Tahun 2024

Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Kriteria pengujian simutan pada skripsi ini yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS 26 for windows.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diinterpretasikan bahwa diperoleh nilai F_{hitung} 107.068 $> F_{tabel}$ 3.093 dengan nilai Sig $0.00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen (*Employee Engagement*) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (*Burnout*).

Diskusi

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, responden pada penelitian ini berada pada rentang usia 17 – 42 Tahun yang bekerja sebagai pegawai KPPS Teluk Betung Barat. Responden penelitian ini dominan berjenis kelamin perempuan dibandingkan laki – laki. KPPS merupakan kelompok yang dibentuk oleh Panitia Pemungutan Suara (PPS) untuk melaksanakan pemungutan suara di tempat pemungutan suara (TPS). KPPS dibentuk oleh PPS atas nama KPU Kabupaten/Kota untuk melaksanakan pemungutan suara dan penghitungan suara Pemilu Anggota DPR, DPD, DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota.

Pada penelitian ini KPPS Teluk Betung Barat dibentuk sesuai dengan kelurahan yang ada di Teluk Betung Barat, terdapat pembagian kelurahan menjadi 6 yaitu Bakung, Batuputuk, Negeri Olog Gading, Sukarame II dan Kuripan. Masing – masing dari kelurahan tersebut memiliki partisipasi dalam pengisian quisoner yang penulis berikan. Pada kelurahan bakung mendapati posisi tertinggi responden penelitian yang menjadi KPPS sekitar 44% atau 39 orang KPPS. Kemudian pada kelurahan negri olog gading dengan jumlah 18 orang 20%, kuripan

dengan jumlah 12 orang 14%, sukarama II dengan jumlah 11 orang sama dengan batuputu 11 orang dengan jumlah persentase 22%.

Tingkat burnout yang terjadi pada pegawai KPPS Teluk Betung Barat berada pada kategori sedang menuju tinggi. Pegawai KPPS terbukti memiliki burnout akibat tekanan dan tuntutan yang diberikan oleh atasan. Namun dari hasil perhitungan hubungan antar variabel terbukti bahwa lingkungan kerja yang positif dapat menurunkan stress atau burnout pada pegawai KPPS, terlihat bahwa hasil perhitungan menyebutkan variabel moderasi Happiness At Work Dapat memoderasi Burnout pada pegawai KPPS.

Berdasarkan persentase yang diberikan di setiap kelurahan menyebutkan bahwa tingkat *employee engagement* yang diberikan untuk kelurahan bakung 15%, kelurahan negri olok gading 36%, kelurahan kuripan 22%, sukarama II 5% dan kelurahan batuputu 22%. *Employee engagement* adalah usaha yang dilakukan perusahaan guna memahami hubungan antara organisasi dengan karyawannya, ada banyak karyawan yang merasa bahagia bekerja pada suatu perusahaan, namun tidak *engaged* dengan visi misi perusahaan serta tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya. Oleh karena itu, kebahagiaan pegawai KPPS penting, namun membuat pegawai KPPS *engage* juga penting terhadap kenyamanan kerja pegawai KPPS bekerja di tempat kerjanya.

Lebih lanjut hasil burnout yang didapatkan pada hasil olah data pegawai KPPS berdasarkan tiap – tiap kelurahan. Pada kelurahan bakung tingkat burnout yang dialami pegawai KPPS 42%, kelurahan negri olok gading 23%, kelurahan kuripan 12%, kelurahan sukarama II 9% dan kelurahan batuputu 14%. Pada tingkat akumulatif tertinggi burnout paling besar dirasakan pada pegawai KPPS kelurahan bakung hal tersebut dikarenakan tugas yang diemban terlalu berat sehingga memicu stress pegawai KPPS bakung. Sebagaimana pengertian dari burnout burnout adalah kondisi kelelahan emosional, fisik, dan mental karena stres berlebihan dan berkepanjangan. Yang diakibatkan oleh banyaknya tuntutan yang harus dikerjakan.

Pada variabel happiness at work terdapat tingkat tertinggi lingkungan yang positif yaitu di KPPS Sukarama II Teluk Betung Barat, dengan hasil persentase 40% pegawai KPPS merasakan lingkungan kerja yang positif, sebagaimana definisi dari happiness at work atau Kebahagiaan dalam bekerja lebih dari sekedar perasaan senang, pengalaman afektif yang positif, perasaan dan kesenangan yang baik, karena itu juga berarti kehidupan kerja yang bermakna (Bataineh, 2019:101). Kebahagiaan bukan sekedar perasaan bahagia. , ini adalah kondisi untuk kinerja tinggi di tempat kerja (Fisher 2010, Maham, 2019:2). Pryce-Jones (2010)

juga menjelaskan bahwa happiness at work merupakan konsep besar yang juga mencakup job satisfaction dan engagement.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas aitem, terlihat bahwa tidak ada aitem gugur setelah uji validitas dan reliabilitas. Terlihat bahwa iatem employee engagement memiliki nilai validitas 0,566 sampai 0,637 dengan nilai reliabilitas 0,810. Kemudian aitem burnout memiliki nilai validitas 0,324 sampai 0,809 dengan reliabilitas 0,819. Terakhir variabel happiness at work dengan nilai validitas aitem 0,501 sampai 0,711 dengan koefisien reliabilitas 0,824.

Hasil uji normalitas data dapat dilihat bahwa data terdistribusi normal, dapat dilihat dari grafik yang ditampilkan seperti lonceng terbalik. Hasil uji multikolinieritas menghasilkan nilai $VIF < 10.000$ yang artinya data terbebas dari multikolinieritas. Serta hasil dari uji heteroskedastisitas menghasilkan titik – titik menyebar secara acak serta tersebar dengan baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat di ambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Didapatkan hasil analisis data menyebutkan nilai signifikansi variabel interaksi antara Employee Engagement dengan Happiness at work sebesar 0.000 (> 0.05), maka berkemsimpulan bahwa variabel happiness at work (M) mampu memoderasi pengaruh employee engagement terhadap variabel burnout, yang artinya apabila pegawai KPPS Teluk Betung Barat memiliki emosi positif ditempat kerja maka pegawai KPPS akan memiliki lingkungan kerja yang positif dan tidak akan mengalami burnout atau stress ditempat kerja.

Pada hasil analisis juga menyebutkan bahwa Koefisien regresi employee engagement sebesar 0,332 menunjukkan bahwa apabila employee engagement mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka burnout akan meningkat sebesar 0,332. Artinya apabila pegawai KPPS terus mendapatkan tekanan dan tuntutan dari atasannya maka pegawai KPPS akan merasakan stress ditempat kerja dan tak jarang yang mengundurkan diri dari pekerjaanya.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diinterprestasikan bahwa hasil regresi terlihat bahwa variabel Happiness At Work memiliki nilai thitung sebesar 1.723. Hal ini berarti bahwa $t_{hitung} (1.723) > t_{tabel} (1.725)$ dan didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 nilai statistik uji signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel M (*Happiness At Work*) berpengaruh signifikan terhadap X_1 (*Employee Engagement*) dan Y (*Burnout*).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian menyebutkan bahwa Employee engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap burnout. Employee engagement berpengaruh negatif dan signifikan terhadap burnout dengan dimoderasi oleh happiness at work.

Pada rumusan masalah yang telah peneliti ajukan terbukti bahwa variabel *employee engagement* berpengaruh terhadap variabel *burnout* apabila pegawai KPPS merasakan tekanan yang begitu tinggi maka akan mempengaruhi tingkat stress atau *burnout* pada pegawai KPPS. Kemudian variabel moderator *happiness at work* dapat memoderasi tingkat *burnout* Pegawai KPPS Teluk Betung Barat terbukti dari tingkat *burnout* yang rendah lingkungan kerjanya sangat positif dan pegawai KPPS mampu menyelesaikan tugasnya, salah satu KPPS di Sukarame II memiliki tingkat *Happiness At Work* yang tinggi dan tingkat *Burnout* yang rendah, artinya variabel *Happiness At Work* Dapat Memoderasi *Burnout* Pada Pegawai KPPS Teluk Betung Barat.

Pada perspektif etika islam *happiness at work* atau lingkungan kerja yang positif akan mempengaruhi tingkat kebahagiaan. Pada lingkungan kerja pegawai KPPS Sukarame II memiliki tingkat *Happiness At Work* yang tinggi yang disebabkan karena tiap minggunya selalu diadakan jumat berbagai dan yasinan bareng seluruh pegawai KPPS yang membuat kedekatan emosional dan spiritual antara pegawai begitu tinggi. Maka manajemen sumber daya insani dapat didefinisikan sebagai manajemen sumber daya manusia dengan menjadikan apa yang telah dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang bisa ditarik dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara *employee engagement* dengan *burnout* yang dapat dimoderasi variabel *happiness at work*.

- a) Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel *happiness at work* mampu memperlemah pengaruh *employee engagement*, dikarenakan apabila lingkungan kerja yang positif dapat membuat variabel *burnout* menurun pada pegawai KPPS.
- b) Dalam perspektif etika islam *happiness at work* dapat memoderasi variabel *employee engagement* dan *burnout*, apabila seorang pemimpin dalam tim dapat menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan ditempat kerja maka, pegawai dari tempat kerja itu tidak akan mengalami stress atau *burnout* ditempat kerja akibat dari tekanan yang diberikan oleh atasan, dan para pegawai KPPS mampu menyelesaikan tugas yang telah diemban tanpa merasakan stress.
- c) Diketahui nilai signifikansi variabel interaksi antara *Employee Engagement* dan *burnout* dimoderasi *Happiness at work* sebesar 0.000 (>0.05), maka berkemsimpulan bahwa variabel *happiness at work* (M) mampu memoderasi pengaruh *employee engagement* terhadap variabel *burnout*, yang artinya apabila pegawai KPPS Teluk

Betung Barat memiliki emosi positif ditempat kerja maka pegawai KPPS akan memiliki lingkungan kerja yang positif dan tidak akan mengalami *burnout* atau stress ditempat kerja.

- d) Koefisien regresi *employee engagement* sebesar 0,332 menunjukkan bahwa apabila *employee engagement* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka *burnout* akan meningkat sebesar 0,332. Kemudian koefisien regresi *happiness at work* sebesar 0,830 menunjukkan bahwa apabila *happiness at work* dapat memoderasi variabel *burnout* sebesar 0,830 dengan nilai signifikansi 0.000 (<0.05).

6. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka rekomendasi yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak yang terkait antara lain sebagai berikut:

1. Secara praktis

Bagi pegawai KPPS harus lebih memperhatikan lingkungan kerja yang kondusif agar tidak mendapatkan tekanan dan stress ditempat kerja.

2. Secara Akademis

Bagi akademisi, dengan adanya hasil penelitian ini dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang manajemen syariah khususnya yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia.

3. Secara Teoritis

a) Bagi peneliti

Digunakan sebagai langkah awal bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan berupa teori teori dibidang manajemen pemasaran yang didapatkan di bangku kuliah khususnya berkaitan dengan masalah yang menjadi objek penelitian dan penerapannya.

b) Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap *burnout* dan *employee engagement*.
- 2) Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dan melakukan perbaikan lagi untuk penelitian sebelumnya.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad, T., Taufik, & Dwi Putro, S. P. (2022). Peran employee engagement terhadap burnout karyawan kerja shift malam. Universitas Gadjah Mada. Retrieved from <https://www.example.com>
- Aminingsih, T. A., & Widyantoro, H. (2023). Pengaruh stres kerja dan kebahagiaan di tempat kerja. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 547. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3716>
- Anggraini, M. Z., & Idulfilastri, R. M. (2023). Peran beban kerja terhadap burnout pada karyawan PT X. *Journal on Education*, 5(2), 5212–5218. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.1081>
- Apricilia, A. P., & Astuti, R. J. (2023). Pengaruh employee engagement terhadap burnout dengan happiness at work sebagai variabel moderasi (Studi pada karyawan Perhutani Purwodadi). *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, 1(1), 1.
- Artameviah, R. (2022). Pengaruh burnout terhadap job insecurity. Bab II Kajian Pustaka, 2.1, 6–28.
- Devi, Y., Saefurrohman, G. U., Rosilawati, W., Utamie, Z. R., & Nurhayati, N. (2022). Analisis penyebab penghindaran pajak (tax avoidance) dalam laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(2), 622. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i2.3920>
- Dewi, R. S., Setiadi, I. K., & Mulyantini, S. (2022). Pengaruh work-life balance, employee engagement dan burnout terhadap kepuasan kerja karyawan milenial Kelurahan Kamal Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(1), 49–62. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>
- Kurniyawati, A., Ningsih, N. W., & Rosilawati, W. (2021). Analisis tingkat pendapatan keluarga dan pelatihan kewirausahaan gender dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1192–1198. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2329>
- Mulvi, A. N. A., & Emilisa, N. (2024). Pengaruh work-life balance dan job burnout terhadap intention to quit dengan psychological distress sebagai variabel mediasi. *Solusi*, 22(2), 112. <https://doi.org/10.26623/slsi.v22i2.8638>
- Noviyanti, Y. T., Bahrudin, M., Rosilawati, W., & Amrina, D. H. (2024). The effect of competence, work discipline, and motivation on employee performance in an Islamic perspective (Study at Bank DKI Syariah Lampung Branch). *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.24042/al-mashrof.v5i1.21992>
- Parashakti, R. D., & Ekhsan, M. (2022). Peran burnout sebagai mediasi pada pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 367. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.609>
- Saks, A. M. (2021). Caring human resources management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 30(1), 1–15.

- Salsyabila, N., Winbaktianur, W., & Ruaidah, R. (2023). Hubungan quality of work life dengan kebahagiaan di tempat kerja pada pegawai kantor wilayah kementerian agama provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(1), 47. <https://doi.org/10.47233/jebs.v3i1.513>
- Selviana, N. T. M., & Syarifah, D. (2021). Optimisme sebagai moderator pada pengaruh job insecurity terhadap happiness at work karyawan saat pandemi. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 870–882. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.27343>
- Taqiyuddin, A., Sa'adah, L., & Mukarromah, N. L. (2022). Pengaruh employee engagement dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan KPP Pratama Jombang. *Inovasi Penelitian*, 3(6), 6742.
- Utami, I. P. (2018). Pengaruh burnout terhadap kualitas kehidupan kerja pegawai pada PT. PLN (Persero) Area Makassar Utara. Universitas XYZ.
- Yoon, C. (2023). Gambaran kadar kolesterol total pada pengrajin kayu di desa Bukit, Kecamatan Karangasem, Kabupaten Karangasem. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 2, 25.



Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Daya Saing UMKM di DIY

Ida Uliyah^{1*}, Muji Mranani²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

Alamat: Jln. Tidar No. 21 Magelang 56126, Indonesia

Korespondensi penulis: ida.uliyah@unimma.ac.id

Abstract. *The growth of MSMEs cannot be separated from the competitiveness of products between MSME actors. Competitiveness is an important factor in the success of MSMEs themselves. Several factors that can affect competitiveness include Work Ability and Work Motivation. Both variables are very important in increasing competitiveness which can then accelerate the growth of MSMEs. This study uses the PLS 3.0 Data Analysis method. The results of the study showed that work ability has a positive effect on Competitiveness, while Work Motivation does not affect the Competitiveness of MSMEs in DIY.*

Keywords: MSMEs, Work ability, Work Motivation, Competitiveness

Abstrak. Pertumbuhan UMKM tidak lepas dari daya saing produk antar pelaku UMKM. Daya saing merupakan factor penting kesuksesan dari UMKM itu sendiri. Beberapa factor yang dapat mempengaruhi daya saing antara lain Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja. Kedua variabel tersebut sangat penting dalam peningkatan daya saing yang kemudian dapat mempercepat pertumbuhan UMKM. Penelitian ini menggunakan alat tolak Data PLS 3.0. Didapatkan hasil penelitian bahwa kemampuan kerja berpengaruh positif terhadap Daya Saing, Sedangkan Motivasi Kerja tidak berpengaruh terhadap Daya Saing UMK di DIY.

Kata kunci: UMKM, Kemampuan Kerja, Motivasi Kerja, Daya Saing

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan UMKM di DIY saat ini semakin meningkat, hal ini dapat dilihat dari data penerima bantuan UMKM, DIY membuktikan bahwa UMKM di beberapa Kabupaten dan Kota mengalami peningkatan pertumbuhan terlebih meningkatnya para wisatawan yang datang ke wilayah DIY baik domestik maupun Internasional. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan UMKM di wilayah DIY, maka para pelaku UMKM harus untuk membuat perencanaan strategis agar dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.

Pertumbuhan yang semakin meningkat dari UMKM menuntut para pelaku UMKM untuk terus melakukan terobosan atau inovasi untuk tetap menjaga bahkan meningkatkan daya saing produknya. Beberapa faktor yang menentukan daya saing UMKM adalah kemampuan kerja dari pelaku UMKM itu sendiri dan Motivasi kerja yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM. Oleh karenanya penulis merasa perlu melakukan penelitian terkait dengan beberapa faktor atau variabel tersebut.

Sample yang digunakan pada penelitian ini adalah 50 responden pelaku UMKM di wilayah DIY, kemudian olahdata menggunakan PLS 3.0.

2. KAJIAN TEORITIS

Para pelaku industri ini tampaknya masih memiliki masalah yang membuat UMKM kurang kompetitif. Keterbatasan kapasitas pemasaran menjadi salah satu masalah yang perlu diatasi. Oleh karena itu, proyek pengabdian masyarakat ini berfokus pada pelaku UMKM dan solusi mereka terhadap masalah tersebut (Barkah, et., al 2020)

Kemampuan seseorang untuk melakukan berbagai tugas di tempat kerja disebut sebagai "kemampuan." Dalam pengelolaan aset perusahaan, ini disebut sebagai "ukuran pengembangan," karena pada posisi ini, "pengembangan kapasitas kerja karyawan" tampak lebih berkembang. Metode yang digunakan selama kurun waktu ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas atau bobot pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.

Hal mendasar yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya adalah motivasi kerja, dengan adanya motivasi kerja yang baik maka pelaku UMKM akan menjalankan bisnisnya dengan semaksimal mungkin dan berusaha menjadi yang terbaik. Motivasi seorang pelaku UMKM merupakan faktor yang melatarbelakangi mengapa seseorang memutuskan untuk terjun membuka usaha atau menjadi seorang wirausahawan. Dalam menjalankan bisnisnya tidak ada rasa terpaksa, karena adanya motivasi.

Menurut Mc Clelland, motivasi kerja dapat dibagi menjadi tiga kategori: (a) Kebutuhan untuk berprestasi, yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk mencapai tujuan, mengurangi risiko, dan bekerja pada tingkat yang tinggi; (b) Kebutuhan untuk berafiliasi, yang mengacu pada keinginan seseorang untuk bergabung dengan kelompok untuk tujuan interaksi sosial, kehidupan keluarga, usaha, dan pendidikan; dan (c) Kebutuhan untuk berkuasa, yang mengacu pada keinginan seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat (Jaya dan Sumarni, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian meliputi desain penelitian, populasi/ sampel penelitian, teknik dan instrumen pengumpulan data, alat analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup merujuk ke referensi acuan (misalnya: rumus uji-F, uji-t, dll). Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tidak perlu dituliskan secara rinci, tetapi cukup dengan mengungkapkan hasil pengujian dan interpretasinya. Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. Convergent Validity

Convergent validity adalah tes yang digunakan untuk menentukan besarnya hubungan antara faktor-faktor yang mengganggu dan faktor-faktor yang membangunnnya. Untuk mengukur kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menggunakan nilai loading factor, maka seluruh variabel indikator dalam penelitian ini termasuk dalam indikator reflektif. Penanda tersebut seharusnya valid dengan asumsi nilai faktor penumpukan $> 0,7$ (Hair et al., 2017). Indikator yang memiliki nilai *loading factor* paling tinggi merupakan indikator paling kuat. Berikut merupakan hasil pengujian *convergent validity*.

Tabel 1. Nilai convergent validity

Konstruk	Kode Item	Loading Factor	Kesimpulan
Kemampuan Kerja	X1.1	0.873	Valid
	X1.2	0.753	Valid
	X1.3	0.850	Valid
	X1.4	0.692	Valid
Motivasi Kerja	X1.1	0.852	Valid
	X1.2	0.763	Valid
	X1.3	0.893	Valid
	X1.4	0.693	Valid
	X1.5	0.721	Valid
	X1.6	0.791	Valid
Daya Saing	Y.1	0.836	Valid
	Y.2	0.787	Valid
	Y.3	0.850	Valid
	Y.4	0.878	Valid
	Y.5	0.801	Valid
	Y.6	0.777	Valid
	Y.7	0.883	Valid
	Y.8	0.793	Valid
	Y.9	0.801	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 nilai outer loading diatas dapat dilihat bahwa semua item atau indicator nilai outer loadingnya sudah $> 0,5$ walaupun masih $< 0,7$. Batasan nilai Outer

Loading > 0,5 masih dapat diterima asalkan validitas dan reliabilitas konstruk memenuhi syarat serta model masih baru dikembangkan. Maka berdasarkan validitas outer loading dinyatakan semua item atau indikator telah valid secara validitas butir

2. Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan bernilai petunjuk dalam memperkirakan pengembangan instrumen dalam penelitian. Dalam pengujian ini, nilai penggunaan bergantung pada cross loading. Sebuah indikator dikatakan telah memenuhi discriminant validity jika nilai cross loading pada setiap variabel harus > 0,7 (Hair et al., 2017). Berikut adalah hasil dari pengujian discriminant validity pada table 2 yaitu:

Tabel 2 Nilai *Discriminant Validity* (*Cross Loading*)

Indikator	Kemampuan Kerja (X1)	Motivasi Kerja (X2)	Daya Saing (Y)
X1.1	0.873	0.700	0.780
X1.2	0.753	0.636	0.644
X1.3	0.850	0.707	0.836
X1.4	0.692	0.708	0.554
X2.1	0.640	0.852	0.610
X2.2	0.595	0.763	0.517
X2.3	0.822	0.893	0.771
X2.4	0.539	0.693	0.456
X2.5	0.719	0.721	0.701
X2.6	0.673	0.791	0.558
Y.1	0.850	0.707	0.836
Y.2	0.727	0.675	0.787
Y.3	0.795	0.659	0.850
Y.4	0.748	0.686	0.878
Y.5	0.698	0.651	0.801
Y.6	0.651	0.663	0.777
Y.7	0.762	0.645	0.883
Y.8	0.648	0.522	0.793
Y.9	0.742	0.585	0.801

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa seluruh nilai cross loading dari masing- masing variabel latennya sendiri memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel laten memiliki discriminant validity yang baik.

3. Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah pengujian yang dilakukan tetap konsisten. Uji ketergantungan menggunakan tiga standar yaitu Normal Difference Extrad (AVE), Composite Unwavering Quality, dan Cronbach's Alpha. Menurut Hair, et al., (2017), suatu kondisi suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Average Variance Extrad (AVE) lebih besar dari 0,5, nilai Composite Reliability lebih besar dari 0,7, dan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,7. Menurut Ghozali (2016), suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, standar dinamis dalam uji ketergantungan adalah sebagai berikut: Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka pertanyaan dalam jajak pendapat tersebut solid. Item pertanyaan kuesioner dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha-nya kurang dari 0,60.

Tabel 3 Cronbach Alpha dan Composite Reliability

Konstruk	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite Reability</i>	<i>AVE</i>	Kesimpulan
Kemampuan Kerja (X1)	0.941	0.950	0.679	Reliabel
Motivasi Kerja (X2)	0.806	0.872	0.632	Reliabel
Daya Saing (Y)	0.877	0.907	0.622	Reliabel

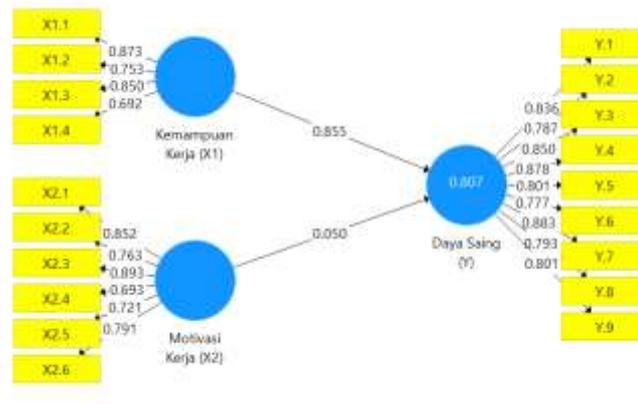
Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa pada variabel Kemampuan Kerja (X1), Motivasi Kerja (X2) dan Daya Saing (Y) mempunyai nilai cronbach's alpha dan composite reability > 0.6 dan nilai Averige Variance Extraced (AVE) > 0.5 . Sehingga nilai yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel yang diteliti menyatakan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik dan kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah andal dan konsisten.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Berdasarkan teori substantif, tujuan model evaluasi struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Model utama dinilai menggunakan R-square. Penilaian model primer diselesaikan dengan menguji penurunan model dan menguji spekulasi. Nilai R-square digunakan untuk melakukan uji kesesuaian model. Kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen sehingga menghasilkan perbaikan struktur model yang tercermin dari nilai R-square yang semakin

tinggi. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan melihat signifikansi dari hubungan antar variabel. Berikut adalah hasil proses bootstrapping pada model struktural:



Gambar 1. Model Struktural

Sumber: Output SmartPLS 3.0 2024

Berdasarkan model struktural diatas, seluruh indikator dari setiap variabel dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini karena telah memenuhi convergent validity. Proses evaluasi model struktural diawali dengan menunjukkan R-square untuk setiap variabel dependen.

1. R-Square (R2)

Nilai R-Squares ini dijadikan sebagai penjelasan pengaruh variabel laten independen kepada variabel laten dependen sebagai pembuktian kepemilikan pengaruh substansive. Menurut Hair et al., (2011) nilai R- Square dalam tiga klasifikasi, yaitu 0.75 (kuat), 0.50 (moderat), dan 0.25 (lemah). Berikut nilai R-Square pada tabel 4.15.

Tabel 4 R-Square

Variabel Penelitian	R-Square	R-Square Adjusted
Daya Saing (Y)	0.807	0.799

Hasil R-Square pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R-Square adalah 0.807. nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kemampuan Kerja, Motivasi Kerja berpengaruh terhadap variabel Daya Saing sebesar 80,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan smartPLS 3.0 melalui proses bootstrapping. Hipotesis pada penelitian ini didasarkan pada nilai p value dan t-statistik.

Tabel 5 Hasil Bootstrapping Pengaruh Langsung

Konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T-statistics	P-
				(O/STDEV)	values
Kemampuan Kerja (X1) -> Daya Saing (Y)	0.855	0.856	0.130	6.562	0.000
Motivasi Kerja (X2) -> Daya Saing (Y)	0.050	0.055	0.140	0.356	0.722

Berdasarkan tabel 5 hasil bootstrapping diatas menunjukkan pengaruh langsung pada masing- masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 5 diatas nilai t-statistik pada Kemampuan Kerja terhadap Daya Saing nilai sebesar $6.562 > 1.96$ dan mempunyai nilai p-value sebesar $0.000 < 0.05$, selain itu mempunyai nilai sampel asli sebesar 0.855, nilai tersebut menunjukkan nilai positif. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kemampuan kerja berpengaruh positif terhadap Daya Saing Pada UMKM.

Berdasarkan tabel 5 diatas nilai t-statistik pada Motivasi Kerja terhadap Daya Saing nilai sebesar $0.356 < 1.96$ dan mempunyai nilai p-value sebesar $0.722 > 0.05$. Berdasarkan hal tersebut disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya Motivasi Kerja tidak berpengaruh terhadap Daya saing pada UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel Kemampuan Kerja terhadap Variabel Y. Namun pada variabel Motivasi Kerja didapatkan hasil tidak adanya pengaruh terhadap variabel Daya Saing.

Saran

Sampel yang digunakan pada penelitian ini masih terbilang kecil, oleh karenanya perlu adanya penelitian selanjutnya dengan sampel yang lebih banyak, serta penambahan variabel dan pengembangan Hipotesis.

DAFTAR REFERENSI

- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Wahyudi, E. (2019). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(2), 123-134.
- Ulrich, D., & Lake, D. (1990). *Organizational capability: Competing from the inside out*. John Wiley & Sons.
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syauckani, M. M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42-47.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman praktis: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Sedarmayanti. (2018). *Sumber daya manusia dan produktivitas kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Schuler, R. S., & Jackson, S. E. (1987). Linking competitive strategies with human resource management practices. *The Academy of Management Executive*, 1(3), 207-219.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Organizational behavior* (17th ed.). Pearson Education.
- Jaya, I., & Sumarni. (2020). Pengaruh motivasi kerja, kemampuan dan kreativitas terhadap kinerja UKM Kerupuk Udang di Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 57-70.
- Handoko, H. (2017). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Dessler, G. (2015). Human resource management (14th ed.). Pearson Education.

Anwar, M., & Shahbaz, M. (2021). Entrepreneurial passion and innovative behavior for SME growth: The moderating effect of perceived self-efficacy. *Journal of Small Business Management*, 59(2), 312-328.

Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39-58.