



TINGKAT KEBERHASILAN E-LEARNING SEBAGAI TEKNIK PJJ DALAM MEWUJUDKAN CAPAIAN PEMBELAJARAN SUDUT PANDANG DOSEN DAN MAHASISWA Slamet Soesanto, Tatyana Tatyana, Ni Made Artini	1 - 10
PEMBERKASAN ARSIP DINAMIS AKTIF DI SUBBAGIAN PERSURATAN DAN ARSIP AKTIF PADA ARSIP NASIONAL REPUBLIK INDONESIA (ANRI) Mungky Hendriyani	11 - 17
UPAYA MENINGKATKAN HASIL BELAJAR ILMU PENGETAHUAN ALAM (IPA) MELALUI METODE INKUIRI KOMPETENSI DASAR ENERGI PADA SISWA KELAS VII-6 DI SMP NEGERI 10 DEPOK Edi Nugraha, Ari Gunawan	18 - 23
PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI UPAYA MEMPERLANCAR TRANSAKSI ELEKTRONIK NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK Evi Okli Lailani, Tannia Regina	24 - 33
ANALISIS PERBANDINGAN TRADING VOLUME ACTIVITY, ABNORMAL RETURN SAHAM DAN BID ASK SPREAD SEBELUM DAN SESUDAH STOCK SPLIT Indria Octaviani, Ati Harianti	34 - 42
MASA DEPAN PRODI VOKASI KEUANGAN DAN PERBANKAN DI ERA NEO BANK DAN MERDEKA BELAJAR Teddy Rochendi, Slamet Soesanto	43 - 52
PENTINGNYA PERANAN INTERNET DALAM DISTRIBUSI PEMASARAN PRODUK UMKM Deasy Kartikasari	53 - 58
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA APLIKASI BISATOPUP PT. AMANAH KARYA INDONESIA JAKARTA Mona Karina, Imam Fauzi	59 - 68
ANALISIS PERILAKU KARYAWAN MUSLIM DI BENGKULU UTARA YANG TERDAMPAK COVID-19 Debby Arisandi	69 - 78
ANALISIS STRATEGI BISNIS USAHA KULINER CATERING (STUDI KASUS PADA SHINTA CATERING DEPOK) Choerul Hidayatulloh, Helena Louise Panggabean, Evi Noviaty	79 - 93

Penerbit

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma (ITBS)**

ISSN 1978 – 8754

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS
KOMPLEKSITAS

Volume 10 Nomor 01, Juni 2021

PENANGGUNG JAWAB

Kepala LPPM ITB Swadharma Jakarta

MANAGING EDITOR

Slamet Soesanto, S.E., M.Si

EDITOR-IN-CHIEF

Tedi Rochendi, S.E., M.M.

Dewan Editor

Mungky Hendriyani, S.Sos., M.M.

Tatyana, S.E., M.Comm | Maulana Prawira Yoga, S.T., M.M.

Tannia Regina, S.E., M.M. | Drs. Sugeng Sudaryatno

Mitra Bebestari (Peer Reviewer)

Dr. Asnaini, M.Ag | Dr. Nurhasyim. M.Si

Dr. Ina Sukaesih, MM | Dr. Sugeng Suroso

Dr. Sutanto Wibowo

Penerbit

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta



Kampus 2 Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta
Jl. Raya Pondok Cabe No.36, Tangerang Selatan, 15418
email : jurnal.kompleksitas@swadharma.ac.id
<http://ejournal.swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas>

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Dengan terbitnya jurnal Kompleksitas volume 10 No.01 Juni 2021 ini diharapkan akan terus mendorong para dosen, baik yang berlatar belakang akademisi, maupun praktisi untuk mencurahkan pemikiran-pemikiran yang brilian dalam bidang Manajemen, Organisasi dan Bisnis.

Mudah-mudahan sebuah pemikiran yang terkait dengan pengembangan manajemen, organisasi dan bisnis, atau hasil penelitian dalam bidang tersebut dapat memberikan kontribusi yang bernilai dalam pengembangan ilmu manajemen dan bisnis di tanah air tercinta ini. Inilah yang sebenarnya yang ingin kami capai, sehingga peran Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dalam partisipasi sebagai lembaga riset dan pengabdian pada masyarakat mempunyai makna dan bernilai sesuai dengan visi yang diembannya.

Tim Editor Kompleksitas menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah yang dimuat dalam jurnal ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu, besar harapan dari berbagai pihak memberikan masukan dan kritik yang konstruktif terhadap kami, sehingga untuk edisi berikutnya, kami bisa hadir dengan mutu yang lebih baik.

Dalam kesempatan ini, bagi para akademisi, praktisi atau pakar manajemen dan organisasi yang ingin tulisannya atau hasil penulisannya dimuat, dapat menyerahkan tulisan atau hasil penelitian yang betul-betul masih original, artinya belum dimuat pada jurnal ilmiah yang lain. Demikian atas perhatian dan bantuan berbagai pihak, kami dari team editor Jurnal Kompleksitas mengucapkan banyak terimakasih..

Managing Editor

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN, ORGANISASI DAN BISNIS KOMPLEKSITAS

Volume 10 Nomor 01, Juni 2021

DAFTAR ISI

	Halaman
Susunan Redaksi.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
1. TINGKAT KEBERHASILAN E-LEARNING SEBAGAI TEKNIK PJJ DALAM MEWUJUDKAN CAPAIAN PEMBELAJARAN SUDUT PANDANG DOSEN DAN MAHASISWA Slamet Soesanto, Tatyana Tatyana, Ni Made Artini	1 – 10
2. PEMBERKASAN ARSIP DINAMIS AKTIF DI SUBBAGIAN PERSURATAN DAN ARSIP AKTIF PADA ARSIP NASIONAL REPUBLIK INDONESIA (ANRI) Mungky Hendriyani	11 – 17
3. UPAYA MENINGKATKAN HASIL BELAJAR ILMU PENGETAHUAN ALAM (IPA) MELALUI METODE INKUIRI KOMPETENSI DASAR ENERGI PADA SISWA KELAS VII-6 DI SMP NEGERI 10 DEPOK Edi Nugraha, Ari Gunawan	18 - 23
4. PENGGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI UPAYA MEMPERLANCAR TRANSAKSI ELEKTRONIK NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK Evi Okli Lailani, Tannia Regina	24 – 33
5. ANALISIS PERBANDINGAN TRADING VOLUME ACTIVITY, ABNORMAL RETURN SAHAM DAN BID ASK SPREAD SEBELUM DAN SESUDAH STOCK SPLIT Indria Octaviani, Ati Harianti	34 – 42
6. MASA DEPAN PRODI VOKASI KEUANGAN DAN PERBANKAN DI ERA NEO BANK DAN MERDEKA BELAJAR Teddy Rochendi, Slamet Soesanto	43 - 52
7. PENTINGNYA PERANAN INTERNET DALAM DISTRIBUSI PEMASARAN PRODUK UMKM Deasy Kartikasari	53 – 58
8. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA APLIKASI BISATOPUP PT. AMANAH KARYA INDONESIA JAKARTA Mona Karina, Imam Fauzi	59 – 68
9. ANALISIS PERILAKU KARYAWAN MUSLIM DI BENGKULU UTARA YANG TERDAMPAK COVID-19 Debby Arisandi	69 – 78
10. ANALISIS STRATEGI BISNIS USAHA KULINER CATERING (STUDI KASUS PADA SHINTA CATERING DEPOK) Choerul Hidayatulloh, Helena Louise Panggabean, Evi Noviaty	79 – 93

TINGKAT KEBERHASILAN E-LEARNING SEBAGAI TEKNIK PJJ DALAM MEWUJUDKAN CAPAIAN PEMBELAJARAN SUDUT PANDANG DOSEN DAN MAHASISWA

Slamet Soesanto¹⁾, Tatyana²⁾, Ni Made Artini³⁾

¹⁾Prodi D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

²⁾Prodi D3 Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

³⁾Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

Correspondence author: Slamet Soesanto, slametsoesanto@gmail.com, Depok, Indonesia

Abstract

The COVID 19 pandemic affects the socio-economic life of the community, including in the field of education, however the Teaching and Learning Process must continue. In order for the learning program to match the academic schedule and achieve learning outcomes, the use of educational technology (E-Learning) is a necessity. E-Learning, namely the use of electronic media to organize learning. This study aims to identify the effectiveness of E-Learning from the point of view of lecturers and students through three kinds of dimensions: 1. The Pedagogical Dimension identifies three aspects: a. E-Learning planning; b. Delivery of e-Learning; c. E-Learning interactivity. 2. Technology Dimensions consist of: a. Easy-to-use, economical e-Learning platform, b. internet network connectivity. 3. Dimensions of Quality Assurance: a. The effectiveness of the evaluation of the implementation of e-Learning; b. Inhibiting and supporting factors for the implementation of e-Learning, c. Quality standards for the implementation of e-Learning, d. Effectiveness in designing and making e-Learning learning materials. This research is an evaluation research with a discrepancy evaluation model. The determination of the sample was carried out using a purposive technique, considering that this research was conducted at the Faculty of Economics and Business ITBS Diploma 3 Program. The results of this study are expected to be useful as a lever for the improvement of Distance Learning programs in the future, specifically for ITBS Institutions, for lecturers, for students. The expected outputs: 1. The findings of inhibiting and supporting factors for the implementation of e-Learning, 2. The effectiveness of designing and making e-Learning learning materials. 3. The effectiveness of the e-Learning quality assurance methods and mechanisms. 4. Recommendations for the implementation of e-Learning from the aspects of the system, lecturers, students, infrastructure in the future.

Keywords: learning outcomes, pedagogy, technology, quality assurance

Abstrak

Pandemi COVID 19 berpengaruh pada kehidupan sosial ekonomi masyarakat termasuk di bidang pendidikan meskipun demikian Proses Belajar Mengajar harus tetap berlangsung. Supaya program pembelajaran sesuai dengan jadwal akademis dan capaian pembelajaran terwujud, maka pemanfaatan teknologi bidang pendidikan (E-Learning) menjadi sebuah keniscayaan. E-Learning, yaitu

penggunaan media elektronik untuk menyelenggarakan pembelajaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas E-Learning dari sudut pandang dosen dan mahasiswa melalui tiga macam dimensi : 1. Dimensi Pedagogik mengidentifikasi tiga aspek: a. perencanaan pembelajaran elearning; b. penyampaian pembelajaran e-Learning; c. interaktivitas pembelajaran e-Learning. 2. Dimensi Teknologi : a. platform e-Learning yang mudah digunakan, ekonomis, b. konektivitas jaringan internet. 3. Dimensi Penjaminan Mutu : a. keefektifan evaluasi pelaksanaan e-Learning; b. faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan e-Learning, c. standar mutu pelaksanaan e-Learning, d. efektifitas perancangan dan pembuatan materi pembelajaran e-Learning. Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dengan model evaluasi discrepancy. Penentuan sample dilakukan dengan teknik purposive, mengingat penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITBS Program Diploma 3. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat sebagai penguji program penyempurnaan Pembelajaran Jarak Jauh di masa yang akan datang, secara spesifik bagi Institusi ITBS, bagi dosen, bagi mahasiswa. Keluaran yang diharapkan: 1. Temuan faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan e-Learning, 2. Efektifitas perancangan dan pembuatan materi pembelajaran e-Learning. 3. Efektifitas metode dan mekanisme penjaminan mutu e-Learning. 4. Rekomendasi pelaksanaan e-Learning dari aspek Sistem, Dosen, Mahasiswa, Infrastruktur di masa yang akan datang.

Kata Kunci: capaian pembelajaran, pedagogik, teknologi, penjaminan mutu

A. PENDAHULUAN

Pandemi COVID 19 masih berlangsung kehidupan sosial ekonomi masyarakat sangat terpengaruh, tidak terkecuali proses pendidikan. Di tengah-tengah pandemi ini proses belajar mengajar harus tetap berlangsung, supaya peserta didik tidak tertinggal dalam memperoleh ilmu pengetahuan. Untuk menjembatani agar program pembelajaran sesuai dengan jadwal akademis namun di sisi lain kontak fisik harus dihindari, maka pemanfaatan teknologi bidang pendidikan menjadi sebuah keniscayaan.

Kemajuan teknologi berakibat pada *desruption* teknologi. Pendidikan terbaru memunculkan berbagai ragam metode pengajaran yang dapat dijadikan sebagai teknik untuk mencapai tujuan pembelajaran. Demikian juga dengan tersedianya variasi media pengajaran (platform) yang berbayar maupun yang gratis bisa dipilih dan digunakan sebagai alat pembelajaran. Secara umum dikenal dengan *E-Learning*, yaitu penggunaan

media elektronik untuk menyelenggarakan pembelajaran.

Mengajar bukan sekedar menyampaikan bahan pelajaran pada mahasiswa, melainkan bagaimana memastikan bahwa materi pelajaran diserap oleh mahasiswa melalui sajian yang efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran. Dari pernyataan ini ada dua aspek penting yaitu cara atau teknik menyampaikan materi pelajaran dan media yang digunakan untuk menyampaikan bahan pelajaran tersebut. Efektivitas penggunaan E-Learning sebagai teknik pembelajaran telah menjadi subjek dari banyak penelitian yang telah menyebabkan berbagai dimensi dan faktor yang mempengaruhinya.

Pemanfaatan *e-Learning* memerlukan keterampilan dosen memanfaatkan platform yang dipilih, teknologi untuk pembuatan bahan ajar (konten e-Learning), serta desain instruksional agar dapat melaksanakan pembelajaran dengan efektif.

Salah satu Perguruan Tinggi yang sejak lama menyediakan aplikasi e-Learning di portalnya jauh sebelum pandemi COVID 19 adalah Politeknik Swadharma yang pada tahun 2020 disatukan dengan STMIK Swadharma menjadi Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma.

Media aplikasi ini telah dimanfaatkan oleh para dosen, pimpinan dan mahasiswa secara menyeluruh semua mata kuliah dengan konten teori maupun praktek.

Kajian Teori

Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar prosentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya (Hidayat, 1986). Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang ditetapkan (Handoko, 1997).

Keefektifan pembelajaran dapat diukur menggunakan empat indikator sebagai berikut : (Slavin, 2009)

1. Kualitas pembelajaran (quality of insurance), yaitu seberapa besar kadar informasi yang disajikan sehingga siswa dengan mudah dapat mempelajarinya atau tingkat kesalahannya semakin kecil. Semakin kecil tingkat kesalahan yang dilakukan berarti semakin efektif pembelajaran.
2. Kesesuaian tingkat pembelajaran (appropriate level of instruction) yaitu sejauh mana guru memastikan tingkat kesiapan siswa dalam menerima materi baru.
3. Insentif yaitu seberapa besar usaha guru memotivasi siswa untuk menyelesaikan atau mengerjakan tugas-tugas dan mempelajari materi yang diberikan. Makin besar motivasi yang diberikan, makin besar pula
4. Waktu, yaitu waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan kegiatan pembelajaran. Pembelajaran akan efektif apabila

siswa dapat menyelesaikan pelajaran sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Efektifitas pembelajaran ditandai dengan keaktifan siswa dalam pembelajaran, khususnya dalam pengorganisasian dan penemuan informasi. Oleh karena itu, semakin aktif siswa dalam pembelajaran maka semakin efektif pula pembelajaran yang dilaksanakan (Mattoaliang, 2015).

Dari aspek mutu penyelenggaraan e-Learning. Banyak Perguruan Tinggi telah menerbitkan pedoman sebagai upaya untuk mengendalikan mutu penyelenggaraan e-Learning secara transparan berdasarkan standar mutu dan prosedur yang ditetapkan. Sebagai contoh misalnya Universitas Indonesia dan Institut Pertanian Bogor menerbitkan Pedoman Standar Mutu E-Learning yang meliputi:

1. Perencanaan e-Learning
2. Perancangan dan Pembuatan Materi (Content) e-Learning
3. Penyampaian (Delivery) dan Interaksi dalam e-Learning
4. Interaksi
5. Evaluasi Hasil Belajar dan Evaluasi Program e-Learning

Sedangkan Institut Teknologi 10 Nopember Surabaya (ITS) menetapkan kriteria mata kuliah yang akan diselenggarakan secara e-Learning, harus dilengkapi dengan:

1. Dokumen Perangkat Pembelajaran (RPS, RAE dan RT)
2. Materi – yang tersedia secara lengkap untuk 1 Mata Kuliah dengan kedalaman dan keluasan sesuai dengan RPS
3. Ketersediaan petunjuk menggunakan e-learning
4. Ketersediaan aktivitas untuk asesmen dan evaluasi

Rumusan Masalah

Efektifitas metode pembelajaran merupakan suatu ukuran yang berhubungan dengan tingkat keberhasilan dari suatu proses pembelajaran. Kriteria keefektifan

dalam penelitian ini mengacu pada: tiga macam dimensi, yaitu:

1. Dimensi Pedagogik, dimensi ini dipilih untuk menilai perencanaan yang dilakukan oleh dosen, cara penyampaian materi, interaksi dosen dengan mahasiswa.
2. Dimensi Teknologi, dimensi ini dipilih untuk menilai efektifitas program aplikasi atau platform yang sudah digunakan oleh dosen dalam menyampaikan materi pembelajaran. serta kualitas jaringan internetnya.
3. Dimensi Penjaminan Mutu mekanisme evaluasi pelaksanaan e-Learning.

Dengan diskriptor skor rata-rata setiap dimensi sebagai berikut :

5= Sangat Efektif

4= Efektif

3=Kurang efektif

2=Tidak efektif

1= Sangat tidak efektif,

Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana efektivitas teknik pembelajaran e-Learning dalam mewujudkan capaian pembelajaran dari sudut pandang dosen dan mahasiswa.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian evaluasi dengan model evaluasi discrepancy.

Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer dikumpulkan melalui kuisisioner dan observasi sehingga data diharapkan menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Kemudian data dianalisis secara deskriptif. Keberhasilan program diukur dengan kriteria absolut, yakni standar pelaksanaan pembelajaran e-Learning yang telah ditetapkan sebelumnya dari standar mutu penyelenggaraan e-Learning yang ideal. Responden dari penelitian ini adalah dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITBS Kampus Pondok Cabe

yang terlibat langsung dengan pembelajaran e-Learning.

2. Pengumpulan Data Sekunder Data Sekunder penulis dapat dari mengamati data, membaca, mempelajari dan mengutip dari buku literatur, serta sumber- sumber lain yang berhubungan erat dengan topik penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mendapatkan data. Instrumen tersebut yaitu kuisisioner, disampaikan kepada responden menggunakan format GoogleForm. Penggunaan kuisisioner dapat meningkatkan efisiensi waktu dan sumber daya. Efisiensi waktu karena tim peneliti tidak perlu berinteraksi secara langsung dengan responden untuk mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.

Penyusunan instrumen survei didasarkan pada tiga dimensi variabel penelitian yaitu :

1. Dimensi Pedagogik mengidentifikasi tiga aspek yaitu :
 - a. perencanaan pembelajaran elearning;
 - b. penyampaian pembelajaran e-Learning;
 - c. interaktivitas pembelajaran e-Learning
2. Dimensi Teknologi mengidentifikasikan tiga aspek yaitu:
 - a. platform e-Learning yang mudah digunakan,
 - b. ekonomis,
 - c. konektivitas jaringan internet
3. Dimensi Penjaminan Mutu mengidentifikasi empat aspek yaitu :
 - a. keefektifan evaluasi pelaksanaan e-Learning;
 - b. faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan e-Learning,
 - c. standar mutu pelaksanaan e-Learning,
 - d. keefektifan perancangan dan pembuatan materi pembelajaran e-Learning.

Skala Likert 5 poin digunakan, peringkat 1 sampai 5 dari terendah hingga tinggi.

Sampel Penelitian & Pengumpulan Data

Penentuan sample dilakukan dengan teknik purposive, mengingat penelitian dilakukan di ITBS Program Diploma Kampus 2 Pondok Cabe.

Dimana populasi ini tersebar di Program Studi Diploma 3: Akuntansi, Keuangan, Perbankan, Administrasi Niaga, Teknik Elektro.

Sampel diturunkan menggunakan purposive sampling teknik untuk metode kualitatif.

Dimensi pertanyaan yang diminta untuk dijawab dosen tersebar ke dalam tiga macam dimensi seperti tabel berikut ini.

Tabel 1. Sebaran Pertanyaan Untuk Dosen

Dimensi	Komponen	Item Pernyataan
A. Pedagogik	a. perencanaan pembelajaran elearning	A1, A 2, A3, A 13
	b. penyampaian pembelajaran e-learning	A4, A5, A6. A7, A8, A10, C16
	c. interaktivitas pembelajaran e-learning	A9, A11, A12, A14, A15
B. Teknologi	a. platform e-learning mudah digunakan dan ekonomis	B 1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B10, B11, B12, B13
	b. konektivitas jaringan internet	B8, B9, B14, B15
C. Penjaminan Mutu	a. keefektifan evaluasi pelaksanaan e-learning	C4, C12, C14,
	b. faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan e-learning	C1, C5, C7, C10, C13,
	c. standar mutu pelaksanaan e-learning	C6, C8, C9, C11,
	d. perancangan dan pembuatan materi pembelajaran elearning;	C2, C3, C15, A16, A17

Sedangkan pertanyaan untuk mahasiswa disebar ke dalam dimensi-dimensi sebagaimana terlihat di Tabel berikut ini.

Tabel 2 Sebaran Pertanyaan untuk Mahasiswa

Dimensi	Komponen	Item Pernyataan
A. Pedagogik	Perencanaan, Penyampaian Interaktivitas	8, 4, 9, 15
		2, 3, 5, 12, 13,
B. Teknologi	Platform, ekonomis Konektivitas.	1, 7, 10, 11, 14,
C. Penjaminan Mutu	Keefektifan evaluasi, faktor penghambat dan pendukung	17, 18, 19, 20

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian yaitu mahasiswa ITBS Kampus 2 Pondok Cabe tersebar di tiga macam program studi, dan dosen yang tersebar di empat program studi sebagai berikut:

Tabel 3: Sebaran Responden Dosen

Program Studi	Jumlah Dosen
Akuntansi	8
Keuangan dan Perbankan	6
Administrasi Niaga	4
Teknik Elektro	2
Total Dosen	20

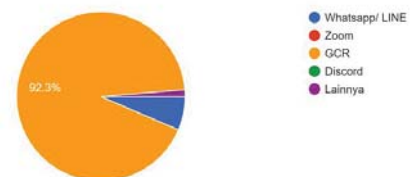
Merupakan dosen yang aktif mengajar selama pandemi Covid 19 dengan menggunakan aplikasi mengajar jarak jauh. Responden mahasiswa tersebar di tiga program studi seperti tercantum di Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4: Sebaran Responden dan Tingkat Pengembalian Kuisisioner Mahasiswa

Program Studi	Responden	Menjawab Kuisisioner	Tingkat Pengembalian Kuisisioner
Akuntansi	45	35	77%
Keuangan dan Perbankan	55	32	58%
Administrasi Niaga	17	11	65%
Total	117	78	67%

Platform aplikasi pembelajaran yang banyak digunakan (92,3%) adalah *Google Class Room*, sisanya menggunakan *Zoom*, *Whatsapps*, *Line*, *Discord* tampak di dalam info grafis berikut ini:

Platform/aplikasi yang digunakan
78 responses



Gambar 1 Platform Aplikasi yang digunakan
Jawaban dosen dirangkum di tabel berikut ini.

Tabel 5 : Jawaban Dosen Dimensi Pedagogik

A. Dimensi Pedagogik	Skor
1. Membuat dan merencanakan bahan kuliah yang mengacu pada RPS (Rencana Pembelajaran Semester)	4.4
2. Merencanakan rumusan standar kompetensi dan indikatornya	3.9
3. Merencanakan urutan/langkah-langkah penyampaian materi kuliah setiap <i>e-Learning</i>	4.5
4. Merencanakan dan menentukan sumber bahan kuliah (referensi)	4.3
5. Memberi penjelasan yang berkaitan dengan materi kuliah	4.7
6. Mengklarifikasi penjelasan apabila mahasiswa salah mengerti	4.5
7. Memberikan tugas-tugas tambahan kepada mahasiswa	3.9
8. Menutup kuliah dengan merangkum materi pembelajaran	3.7
9. Menjawab semua respon atau pertanyaan mahasiswa selama <i>e-Learning</i>	4.7
10. Mencatat (mengingat) nama mahasiswa yang terlibat aktif di dalam <i>e-Learning</i>	4.3
11. Memberi penguatan (semangat) kepada mahasiswa agar terus terlibat secara aktif	4.7
12. Memberikan kesempatan bertanya tentang materi kuliah kepada mahasiswa di luar jam <i>e-Learning</i>	4.3
13. Mengatur waktu pengajaran sesuai dengan keinginan saya	2
14. Melakukan penilaian respon mahasiswa melalui pengamatan selama proses <i>e learning</i> berlangsung	3.7
15. Lebih melonggarkan disiplin pembelajaran selama <i>e learning</i>	2.9
16. Pembuatan soal kuis/ uts/ uas model open book	2.9
17. Mengintensifkan presentasi mahasiswa	3.4
Total	3.9

Diskriptor yang digunakan untuk Dimensi Pedagogik yaitu :

- 1 = tidak pernah,
- 2 = pernah sekali,

- 3 = kadang-kadang,
- 4 = sering,
- 5 = selalu

Mayoritas dosen telah membuat dan merencanakan bahan kuliah yang mengacu pada RPS (Rencana Pembelajaran Semester) dengan skor nilai 4.4. Merencanakan urutan/langkah-langkah penyampaian materi kuliah setiap *e-Learning* skor nilai 4.5. Hampir semua dosen selalu mengatur waktu pembelajaran dengan mahasiswa, memberi penguatan dan penjelasan materi kepada mahasiswa skor 4.7, dengan tetap menjalankan disiplin pembelajaran. Total Skor Dimensi Pedagogik 3.9 artinya bahwa Dosen sangat berkecenderungan untuk sering menerapkan aspek pedagogik saat menyampaikan proses belajar mengajar *E-Learning*.

Tabel 6 : Jawaban Dosen Dimensi Teknologi

B. Dimensi Teknologi	Skor
1. Saya memanfaatkan fasilitas untuk menunjang pembelajaran <i>e-Learning</i> dengan baik	4.2
2. Fasilitas kampus sudah memadai dalam menunjang penyelenggaraan <i>e learning</i>	3.8
3. Praktek <i>e-Learning</i> di kampus sudah sesuai dengan yang saya harapkan	3.6
4. <i>E-Learning</i> di ITBS perlu diselenggarakan terus	3.8
5. Saya kesulitan mengoperasikan aplikasi (platform) <i>e-Learning</i>	2.7
6. Mengajar dengan <i>e-Learning</i> sangat menyenangkan	3.5
7. Bagi saya tidak ada hambatan dalam proses belajar mengajar menggunakan <i>e learning</i>	3.5
8. <i>E learning</i> telah membebani dosen dari aspek biaya	3.2
9. Selama <i>e-Learning</i> konektifitas jaringan internet saya lancar	4
10. Di dalam memilih aplikasi (platform) saya menentukan sendiri tanpa minta pendapat dari mahasiswa.	3.1
11. Saya perlu waktu extra mempersiapkan materi kuliah sistem <i>e-Learning</i>	4

12. Dengan aplikasi yang saya gunakan saya bisa mengendalikan respon mahasiswa mengikuti kuliah saya	3.8
13. Saya belum menemukan aplikasi pembelajaran (<i>e-Learning</i>) yang paling cocok untuk saya	2.7
14. Saya tidak mempedulikan kesulitan mahasiswa dalam mengikuti <i>e-Learning</i> saya	1.7
15. Pihak kampus perlu membantu biaya pulsa / kuota	3.6
Total Skor	3.4

Diskriptor yang digunakan untuk Dimensi Teknologi yaitu:

- 1= Sangat tidak Setuju,
- 2= Tidak setuju,
- 3= Kurang Setuju,
- 4= Setuju,
- 5= Sangat Setuju

Dimensi Teknologi, mayoritas dosen telah memanfaatkan fasilitas teknologi, koneksi jaringan lancar, tidak kesulitan mengoperasikan aplikasi (*platform*) untuk menunjang pembelajaran *e-Learning* dengan baik dan menyenangkan serta peduli terhadap kesulitan mahasiswa. Dosen condong menyetujui bahwa praktek *e-Learning* sudah sesuai dengan harapannya. Beban persiapan dosen bertambah karena perlu waktu ekstra untuk menyajikan *e-Learning*. Dosen berharap pihak kampus perlu membantu biaya pulsa/kuota internet. Total skor Dimensi Teknologi 3.4 artinya bahwa dari pandangan dosen cenderung setuju atas penggunaan teknologi *e-Learning* yang terkait dengan pemanfaatan sarana, yang mendukung persiapan, pelaksanaan proses belajar mengajarnya.

Tabel7: Jawaban Dosen Dimensi Penjaminan Mutu

C.Dimensi Penjaminan Mutu	Skor
1. Aplikasi (<i>platform</i>) <i>E-Learning</i> yang saya terapkan mudah digunakan oleh mahasiswa	4.2
2. Saya menyusun materi <i>e learning</i> sesuai dengan capaian pembelajaran mata kuliah	4.3

3. Saya mengetahui apa yang ingin dicapai dalam setiap pembelajaran dari setiap pertemuan <i>e-Learning</i>	4.2
4. Saya selalu melaporkan setiap <i>e-Learning</i> selesai dilaksanakan	4.7
5. Bagi saya tidak ada faktor penghambat dalam pelaksanaan <i>e-Learning</i> di Swadharma	3.8
6. Saya mengetahui standar mutu penyelenggaraan <i>e-Learning</i> yang baik	4
7. Kemampuan dosen menyajikan materi <i>elearning</i> berpengaruh pada respon mahasiswa	4.4
8. Sebagai dosen saya telah melaksanakan <i>e-Learning</i> dengan baik	4.3
9. Kelulusan mahasiswa diperlonggar saat <i>elearning</i> dibanding dengan saat pembelajaran reguler	3.3
10. Dosen perlu lebih kreatif di dalam menyajikan materi <i>elearning</i> terutama materi kuliah yang harusnya dilaksanakan dengan praktek.	4.8
11. Capaian pembelajaran sulit diraih jika perkuliahan lewat <i>elearning</i> .	3.2
12. Evaluasi penyelenggaraan <i>e-Learning</i> perlu diperketat guna menjamin mutu pelaksanaannya	4.4
13. Dosen berperan penting untuk menjamin mutu <i>e-Learning</i>	4.4
14. Dosen perlu dikontrol kualitas pembelajarannya saat <i>e learning</i> berlangsung melalui sebuah mekanisme penilaian	4.4
15. Beban kerja dan biaya dosen lebih banyak saat <i>e learning</i> dibanding kelas reguler	3.3
16. Pelaksanaan ujian lebih sulit pada saat <i>e learning</i>	2.8
Total Skor	4

Diskriptor Dimensi Penjaminan Mutu:

- 1= Sangat tidak Setuju,
- 2= Tidak setuju,
- 3= Kurang Setuju,
- 4= Setuju,
- 5= Sangat Setuju

Dari Dimensi Penjaminan Mutu total skornya 4 artinya bahwa Dosen Setuju dengan pelaksanaan penjaminan mutu selama proses *e-Learning* seperti

penggunaan aplikasi, susunan materi disesuaikan dengan rencana pembelajaran mata kuliah, dan dosen mengetahui tujuan dari setiap pembelajaran. Hampir semua dosen telah melaporkan setiap pelaksanaan *e-Learning*. Dosen juga setuju untuk memperketat penyelenggaraan *e-Learning* guna menjamin mutu pelaksanaannya. Dimensi pertanyaan yang diminta untuk dijawab mahasiswa tersebar seperti tabel berikut ini.

Tabel 8. Sebaran Pertanyaan Untuk Mahasiswa

Dimensi	Komponen	Item Pernyataan
A. Pedagogik	Perencanaan, Penyampaian Interaktivitas	2, 3, 5, 9, 13, 15, 21
B. Teknologi	Platform, ekonomis Konektivitas.	1, 6, 7, 10,11,12,14,16
C. Penjaminan Mutu	Keefektifan evaluasi, faktor penghambat dan pendukung	4, 8, 17, 18, 19, 20, 22,

Tabel 9 : Jawaban Mahasiswa Dimensi Pedagogik

A. Dimensi Pedagogik	Skor
2. Dengan <i>E-Learning</i> saya lebih berani bertanya ke dosen dari pada di kelas	3.7
3. Mengutarakan permasalahan yang dihadapi dalam perkuliahan kepada dosen lebih nyaman melalui <i>E-Learning</i> seperti email daripada tatap muka.	3.2
5. Semua Dosen mampu mendorong saya mengikuti elearning dengan baik	3.3
9. Semua Dosen komunikatif kepada mahasiswa	4.2
13. <i>E-Learning</i> sebaiknya dilanjutkan untuk perkuliahan di masa yang akan datang	2.3
15. Bagi saya kuliah <i>E-Learning</i> membosankan	3.5
21. Saya yakin mahasiswa lainnya tidak menangkap isi penjelasan dosen secara maksimal	3.5
Total Skor	3.4

Diskriptor yang digunakan untuk Dimensi Pedagogik yaitu :

- 1= Sangat tidak Setuju,
- 2= Tidak setuju,
- 3= Kurang Setuju,

4= Setuju,

5= Sangat Setuju

Pada Dimensi Pedagogik, mahasiswa cenderung tidak setuju jika *e-Learning* ini dilanjutkan dengan skor 2.3, karena mereka menganggap *e-Learning* membosankan skor 3.5. mahasiswa tidak menangkap isi penjelasan dosen secara maksimal skor 3.5. Mereka kurang setuju jika mengutarakan permasalahan yang dihadapi dalam perkuliahan kepada dosen lebih nyaman melalui *E-Learning* seperti email daripada tatap muka skor 3.2. Demikian juga mereka kurang setuju jika semua dosen mampu mendorong mahasiswa mengikuti elearning dengan baik skor 3.3. Meskipun mayoritas dosen telah berkomunikasi dengan mereka skor 4.2 dan mereka lebih berani bertanya ke dosen dari pada di kelas skor 3.7.

Tabel 10 : Jawaban Mahasiswa Dimensi Teknologi

B. Dimensi Teknologi	Skor
1. <i>E-Learning</i> memberi kemudahan bagi saya berkomunikasi dengan dosen.	3.4
6. Koneksi jaringan internet saya berjalan tanpa hambatan	3.5
7. Semua Dosen menyampaikan materi kuliah lewat <i>e-Learning</i> dengan baik	3.4
10. Semua Dosen menguasai materi yang disampaikan	4.5
11. Semua Dosen terlalu mudah di dalam memberikan tugas-tugas	2.8
12. Saya bisa mengoperasikan aplikasi <i>e-Learning</i> dengan baik	4.1
14. Saya tidak terlalu semangat mengikuti kuliah lewat <i>e-Learning</i>	3.4
16. Bagi saya kuliah lewat <i>e-Learning</i> lebih banyak menghabiskan biaya	2.9
Total Skor	3.5

Diskriptor yang digunakan untuk Dimensi Teknologi yaitu :

- 1= Sangat tidak Setuju,
- 2= Tidak setuju,
- 3= Kurang Setuju,
- 4= Setuju,
- 5= Sangat Setuju

Dimensi Teknologi, dari aspek teknologi mahasiswa berpendapat bahwa jaringan koneksi internet tanpa hambatan skor 3.5. bisa mengoperasikan aplikasi *e-Learning* dengan baik skor 4.1. Semua Dosen menguasai materi yang disampaikan skor 4.5. Namun mahasiswa kurang setuju *E-Learning* memberi kemudahan berkomunikasi dengan dosen skor 3.4. dan kurang setuju bahwa semua Dosen terlalu mudah di dalam memberikan tugas-tugas skor 2.8, mahasiswa tidak terlalu semangat mengikuti kuliah lewat *e-Learning* skor 3.4.

Tabel 11 : Jawaban Mahasiswa Dimensi Penjaminan Mutu

C. Dimensi Penjaminan Mutu	Skor
4. Materi yang disampaikan semua dosen lewat <i>e-Learning</i> lebih mudah saya fahami	2.7
8. Semua Dosen menjelaskan kepada mahasiswa setiap pertemuan <i>e-Learning</i> apa tujuan pembelajaran hari ini	3.8
17. Tugas-tugas yang diberikan dosen kepada mahasiswa lebih berat dibanding tugas-tugas di kelas	4.1
18. Waktu kuliah lebih fleksibel dan suasana lebih santai	3.9
19. Ujian <i>e learning</i> bersifat open book sehingga biasanya lebih sulit	4.5
20. Saya tidak sepenuhnya memperhatikan penjelasan dosen karena sudah ada materi ppt nya.	2.8
22. Yang penting saya sudah mengisi daftar hadir, perihal isi kuliah tidak saya perhatikan	1.9
Total Skor	3.4

Diskriptor yang digunakan untuk Dimensi Penjaminan Mutu yaitu :

- 1= Sangat tidak Setuju,
- 2= Tidak setuju,
- 3= Kurang Setuju,
- 4= Setuju,
- 5= Sangat Setuju

Dari Dimensi Penjaminan Mutu, mahasiswa berpendapat bahwa mereka kurang setuju jika materi yang disampaikan semua dosen lewat *e-Learning* lebih mudah difahami skor

2.7. Tugas-tugas yang diberikan dosen kepada mahasiswa lebih berat dibanding tugas-tugas di kelas skor 4.1. Ujian lewat *e-Learning* lebih sulit skor 4.5. Di sisi lain dosen telah memberikan penjelasan kepada mahasiswa setiap pertemuan *e-Learning* apa tujuan pembelajaran skor 3.8. Waktu lebih fleksibel dan santai skor 3.9. Secara total skor Dimensi Penjaminan Mutu ini 3.4. artinya bahwa mahasiswa kurang setuju jika *e-Learning* terpenuhi penjaminan mutunya.

D. PENUTUP

Dari penelitian yang telah dilakukan ada beberapa simpulan terkait proses pembelajaran *e-Learning* menurut pandangan dosen dan mahasiswa adalah sebagai berikut :

1. Dari Dimensi Pedagogik dosen telah melaksanakan proses belajar mengajar jarak jauh sangat berkecenderungan untuk sering menerapkan aspek pedagogik saat menyampaikan proses belajar mengajar mayoritas dosen telah membuat dan merencanakan bahan kuliah yang mengacu pada RPS (Rencana Pembelajaran Semester), merencanakan urutan / langkah-langkah penyampaian materi kuliah, mengatur waktu pembelajaran dengan mahasiswa, memberi penguatan dan penjelasan materi kepada mahasiswa, tetap menjalankan disiplin pembelajaran. Sedangkan menurut mahasiswa cenderung tidak setuju jika *e-Learning* ini dilanjutkan dengan, karena mereka menganggap *e-Learning* membosankan, tidak menangkap isi penjelasan dosen secara maksimal.
2. Dimensi Teknologi, dosen cenderung setuju atas penggunaan teknologi *e-Learning* yang terkait dengan pemanfaatan sarana, selama persiapan, pelaksanaan proses belajar mengajarnya. serta peduli terhadap kesulitan mahasiswa. Dosen condong menyetujui

bahwa praktek e-Learning sudah sesuai dengan harapannya. Sedangkan mayoritas mahasiswa berpendapat bahwa jaringan koneksi internet hampir tanpa hambatan dan dapat menggunakan aplikasi pembelajaran yang ada.

3. Dari Dimensi Penjaminan Mutu, Dosen sudah melaksanakan penjaminan mutu selama proses e-Learning seperti penggunaan aplikasi, susunan materi disesuaikan dengan rencana pembelajaran mata kuliah, dan dosen mengetahui tujuan dari setiap pembelajaran. Hampir semua dosen melaporkan setiap pelaksanaan e-Learning. Dosen juga setuju untuk memperketat penyelenggaraan e-Learning guna menjamin mutu pelaksanaannya. Dosen telah memberikan penjelasan kepada mahasiswa setiap pertemuan e-Learning apa tujuan pembelajaran skor 3.8.

Mahasiswa berpendapat bahwa penjaminan mutu pelaksanaan perlu ditingkatkan karena tidak semua dosen mampu mendorong mahasiswa mengikuti e-Learning dengan baik.

Mahasiswa kurang setuju jika materi yang disampaikan semua dosen lewat e-Learning lebih mudah difahami. Tugas-tugas yang diberikan dosen kepada mahasiswa lebih berat dibanding tugas-tugas di kelas. Ujian lewat e-Learning lebih sulit. Secara total skor Dimensi Penjaminan Mutu ini 3.4. artinya bahwa mahasiswa kurang setuju jika e-Learning terpenuhi penjaminan mutunya.

Sehingga secara keseluruhan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa e-Learning sebagai sarana pembelajaran jarak jauh disimpulkan belum efektif.

Dari kajian hasil penelitian maka disarankan untuk dilakukan persiapan yang lebih baik lagi dari segi infrastruktur, meningkatkan ketrampilan dosen di dalam menyajikan materi PJJ serta meningkatkan monitoring pelaksanaannya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Djamarah, Bahri Syaiful dan Zain Aswan. (2006). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Handoko, T. H. (1997). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hidayat. (1986). *Konsep Dasar dan Pengertian Produktivitas Serta Interpretasi Hasil*. Jakarta: LP3ES.
- Slavin, R. E. (2009). *Educational Psychology, 6th Edition*. Boston: Allyn and Bacon.

PEMBERKASAN ARSIP DINAMIS AKTIF DI SUBBAGIAN PERSURATAN DAN ARSIP AKTIF PADA ARSIP NASIONAL REPUBLIK INDONESIA (ANRI)

Mungky Hendriyani

Prodi D3 Teknik Elektro, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma

Correspondence author: Mungky Hendriyani, ukyrizky1708@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The development of science and information technology in the current era of globalization has a big influence in all fields, especially information. This becomes very essential for an organization, both governmental and non-governmental institutions because every organization in its activities requires information to support the administrative process and implementation of management functions. Various kinds of documents and media have been created for the convenience of storing, searching, and disseminating information. Archives as an important source of information can support the process of administrative and bureaucratic activities. Filing of active archives within the National Archives of the Republic of Indonesia called ANRI uses a combined principle, namely the principle of centralization used in terms of establishing policies for active archive management systems, organizing, human resources, infrastructure, and facilities, as well as electronic archive management. The principle of decentralization is used in terms of structuring and physical storage of active archives located in the central file administration office of Echelon, Echelon II, and certain echelon III.

Keywords: archives, filing

Abstrak

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi di era globalisasi saat ini, membawa pengaruh yang sangat besar dalam segala bidang, terutama informasi. Ini menjadi sangat esensial bagi suatu organisasi, baik lembaga pemerintah atau non pemerintah, karena setiap organisasi didalam aktivitasnya membutuhkan informasi untuk mendukung proses administrasi dan implementasi fungsi manajemen. Berbagai macam dokumen dan media telah tercipta untuk kemudahan dalam menyimpan, mencari dan menyebarkan informasi. Arsip sebagai salah satu sumber informasi yang penting dapat menunjang proses kegiatan administrasi maupun birokrasi. Pemberkasan arsip aktif di lingkungan Arsip Nasional Republik Indonesia yang disebut ANRI menggunakan asas gabungan, yaitu Asas sentralisasi digunakan dalam hal penetapan kebijakan sistem pengelolaan arsip aktif, pengorganisasian, sumber daya manusia, prasarana dan sarana, serta pengelolaan arsip secara elektronik. Asas desentralisasi digunakan dalam hal penataan dan penyimpanan fisik arsip

aktif yang berada di central file TU eselon I, central file TU eselon II dan central file eselon III tertentu.

Kata Kunci: arsip, pemberkasan

A. PENDAHULUAN

Arsip merupakan catatan kegiatan atau peristiwa dalam berbagai bentuk dan media yang dibuat oleh organisasi baik organisasi publik maupun privat yang memiliki informasi penting yang bermanfaat dimasa lalu, di masa sekarang dan di masa yang akan datang. Arsip yang tercipta dalam setiap organisasi dapat menyajikan informasi yang dibutuhkan bagi jalannya organisasi. Arsip selain berperan sebagai sumber informasi, juga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan dan juga dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila terjadi masalah serta dapat dijadikan alat pertanggungjawaban manajemen.

Masalah kearsipan belum sepenuhnya menjadi perhatian baik oleh masyarakat umum, organisasi pemerintah maupun organisasi swasta. Banyak orang yang masih belum memahami arti penting dan manfaat arsip dalam kehidupan sehari-hari, dalam pelaksanaannya masih banyak ditemui arsip-arsip yang menumpuk di dalam lemari tidak tersusun rapi sehingga sulit untuk ditemukan kembali apabila dibutuhkan untuk keperluan tertentu. Akibat dari hal ini tentunya informasi yang terkandung di dalam arsip tidak terjamin keamanannya.

Arsip dapat bermanfaat bagi suatu organisasi apabila dikelola dengan tertib dan teratur, namun sebaliknya apabila arsip dikelola dengan tidak tertib akan menimbulkan masalah bagi suatu organisasi. Apabila suatu arsip sulit untuk ditemukan maka akan menjadi hambatan dalam proses pengambilan keputusan dan akan mempersulit proses hukum dan pertanggungjawaban.

Pengelolaan arsip dilakukan terhadap arsip dinamis dan arsip statis. Dalam Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 Tentang Kearsipan memberikan pengertian

bahwa arsip dinamis adalah arsip yang digunakan secara langsung dalam kegiatan pencipta arsip dan disimpan selama jangka waktu tertentu. Sedangkan arsip statis adalah arsip yang dihasilkan oleh pencipta arsip karena memiliki nilai guna kesejarahan, telah habis retensinya, dan berketerangan dipermanenkan yang telah diverifikasi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh Arsip Nasional Republik Indonesia dan/atau lembaga kearsipan.

Pemberkasan arsip aktif menghasilkan tertatanya informasi dan fisik arsip. Begitu pentingnya arsip bagi kemaslahatan seluruh bangsa Indonesia, negara melalui Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2009 tentang Kearsipan khususnya Pasal 9 ayat (3) telah mengamanatkan kepada seluruh pencipta arsip untuk melaksanakan pengelolaan arsip dinamis, yang meliputi arsip vital, arsip terjaga, arsip aktif, dan arsip inaktif. Setiap organisasi wajib melakukan pemberkasan arsip agar dapat membantu kelancaran aktivitas suatu organisasi.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian yang berjudul Pemberkasan Arsip Dinamis Aktif Di Subbagian Persuratan Dan Arsip Aktif Pada Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) menggunakan sistem Kualitatif dan dengan sampelnya adalah Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif Pada Arsip Nasional Republik Indonesia.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Peraturan Kepala Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2015 Pemberkasan adalah penempatan naskah ke dalam suatu himpunan yang tersusun secara sistematis

dan logis sesuai dengan konteks kegiatannya sehingga menjadi satu berkas karena memiliki hubungan informasi, kesamaan jenis atau kesamaan masalah dari suatu unit kerja.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pemberkasan adalah proses, cara, perbuatan memberkas. Pemberkasan berasal dari kata dasar berkas.

Berkas adalah himpunan arsip yang dihimpun atau disusun atas dasar kesamaan urusan, kesamaan masalah, dan kesamaan jenis.

Pemberkasan adalah penyusunan file secara sistematis, logis, kronologis sesuai metode pemberkasan agar arsip cepat, tepat, akurat untuk dapat ditemukan kembali.

Pemberkasan adalah penempatan arsip suatu unit kerja ke dalam suatu himpunan sesuai dengan konteks kegiatannya sehingga menjadi satu berkas karena memiliki hubungan keterkaitan, kesamaan jenis, atau kesamaan masalah.

Dalam Modul Manajemen Jadwal Retensi Arsip ANRI, pengelolaan arsip yang baik perlu dilakukan karena arsip memiliki banyak fungsi, terutama sebagai sumber informasi. Sebagai sumber informasi, arsip dapat dimanfaatkan untuk kepentingan sebagai berikut:

1. Mendukung proses pengambilan keputusan.

Dalam proses pengambilan keputusan, pimpinan dalam tingkat manajerial mana pun pasti membutuhkan informasi. Ketersediaan informasi yang cukup, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dapat mendukung tercapainya tujuan pengambilan keputusan.

2. Menunjang proses perencanaan.

Perencanaan merupakan suatu proses kegiatan untuk memperkirakan kondisi yang akan datang, yang akan dicapai. Upaya pencapaian ini akan dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan yang telah ditentukan dalam perencanaan. Untuk menyusun rencana, dibutuhkan banyak informasi yang mendukung tercapainya

tujuan. Informasi tersebut dapat diperoleh dari arsip.

3. Mendukung pengawasan.

Dalam melakukan pengawasan, dibutuhkan informasi terekam tentang rencana yang telah disusun, hal-hal yang telah dilakukan, dan hal-hal yang belum dilaksanakan. Semuanya direkam dalam bentuk arsip.

4. Sebagai alat pembuktian.

Institusi pengadilan akan menghasilkan banyak informasi terekam yang dapat digunakan kembali oleh pengadilan tersebut. Seluruh informasi ini merupakan arsip yang dapat digunakan dalam proses pembuktian.

5. Sebagai memori organisasi.

Seluruh kegiatan organisasi, baik berupa transaksi, aktivitas internal, maupun keluaran yang dibuat organisasi dapat direkam dalam bentuk arsip. Informasi terekam ini dapat digunakan oleh organisasi dalam menjalankan kegiatannya pada masa yang akan datang.

6. Dapat digunakan untuk kepentingan publik dan ekonomi.

Kegiatan politik dan ekonomi akan menghasilkan dan membutuhkan informasi. Beragam informasi ini diperoleh dari berbagai sumber dan salah satunya berasal dari arsip.

Berdasarkan fungsi dan kegunaannya, arsip dapat dibedakan menjadi arsip dinamis dan arsip statis. Arsip dinamis adalah arsip yang digunakan secara langsung dalam kegiatan pencipta arsip dan disimpan selama jangka waktu tertentu. Arsip dinamis dapat dibedakan menjadi 3 macam, yaitu:

1. Arsip vital, yaitu arsip yang keberadaannya merupakan persyaratan dasar bagi kelangsungan operasional pencipta arsip, tidak dapat diperbarui, dan tidak tergantikan apabila rusak atau hilang.

2. Arsip aktif, yaitu arsip yang frekuensi penggunaannya tinggi dan/atau terus-menerus.

3. Arsip inaktif, yaitu arsip yang frekuensi penggunaannya telah menurun.

Adapun arsip statis adalah arsip yang dihasilkan oleh pencipta arsip karena memiliki nilai guna kesejarahan, telah habis retensinya, dan berketerangan dipermanenkan yang telah diverifikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung oleh Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) dan/atau lembaga kearsipan. Arsip statis ini tidak dipergunakan secara langsung untuk perencanaan, penyelenggaraan kehidupan kebangsaan pada umumnya, ataupun untuk penyelenggaraan sehari-hari administrasi negara.

Dalam kaitan ini, penyelenggara kearsipan wajib melakukan kegiatan pengumpulan, penyimpanan, perawatan, penyelamatan, penggunaan, dan pembinaan atas pelaksanaan serah arsip dalam satu kesatuan sistem kearsipan.

Berdasarkan nilainya, dikenal juga jenis arsip terjaga dan arsip umum. Arsip terjaga adalah arsip negara yang berkaitan dengan keberadaan dan kelangsungan hidup bangsa dan negara yang harus dijaga keutuhan, keamanan, dan keselamatannya. Adapun arsip umum adalah arsip yang tidak termasuk dalam kategori arsip terjaga.

Arsip dinamis (recod) adalah arsip yang digunakan secara langsung dalam kegiatan pencipta arsip dan disimpan selama jangka waktu tertentu karena masih memiliki nilai guna primer (UU No. 43 tahun 2009).

Arsip dinamis merupakan arsip yang dipergunakan secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan serta penyelenggaraan aktivitas di lingkungan kantor yang pada umumnya dipergunakan secara langsung dalam penyelenggaraan administrasi perkantoran. Dengan kata lain, arsip dinamis merupakan arsip yang masih sering digunakan dalam kegiatan perkantoran sehari-hari (Sovia Rosalin, 2017).

Menurut Peraturan Kepala Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2015 Arsip dinamis adalah arsip

yang digunakan secara langsung dalam kegiatan pencipta arsip dan disimpan selama jangka waktu tertentu.

Dari beberapa definisi diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa arsip dinamis adalah arsip yang masih dipergunakan secara langsung dalam melaksanakan kegiatan organisasi dan implementasi fungsi organisasi tersebut.

Menurut International Council On Archives / ICA (1988) Arsip Aktif adalah informasi yang terekam (records) yang secara tetap digunakan untuk mendukung pelaksanaan kegiatan badan, lembaga, organisasi.

Menurut Association Of Records Managers and Administrator / ARM (1984) Arsip Aktif adalah Arsip yang secara tetap (regularly) masih dirujuk dan diperlukan untuk kegunaan organisasi "saat ini".

Pemberkasan Arsip Aktif di Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif pada Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI)

Pemberkasan arsip aktif adalah rangkaian kegiatan menyusun arsip arsip untuk mendukung kelancaran pekerjaan dan proses pengambilan keputusan secara sistematis dan logis agar menjadi satu berkas yang memiliki kesamaan masalah dari suatu unit kerja. Pemberkasan arsip aktif di lingkungan Arsip Nasional Republik Indonesia yang disebut ANRI menggunakan asas gabungan, yaitu Asas sentralisasi digunakan dalam hal penetapan kebijakan sistem pengelolaan arsip aktif, pengorganisasian, sumber daya manusia, prasarana dan sarana, serta pengelolaan arsip secara elektronik. Asas desentralisasi digunakan dalam hal penataan dan penyimpanan fisik arsip aktif yang berada di central file TU eselon I, central file TU eselon II dan central file eselon III tertentu.

Pemberkasan atau penyimpanan arsip aktif dilaksanakan disetiap unit kerja atau unit pengolah. Pada Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif untuk sistem pemberkasan arsipnya menggunakan sistem kronologis.

Pemberkasan arsip aktif dilakukan berdasarkan pola klasifikasi arsip (subjek). Pola ini disusun berdasarkan tugas pokok dan fungsi organisasi dan dibuat secara logis dan sistematis. Tugas pokok dan fungsi Bagian Arsip dapat dibedakan menjadi dua yaitu: kegiatan yang bersifat pokok/substantif dan kegiatan yang bersifat penunjang/fasilitatif. Biasanya substantif lebih banyak daripada fasilitatif, yang termasuk kategori substantif yaitu kearsipan. Sedangkan yang termasuk kategori fasilitatif seperti kunjungan, undangan, dan sosialisasi.

Tugas pokok dan fungsi Bagian Arsip yaitu Sistem Informasi Kearsipan Dinamis (SIKD), Lomba Tertib Arsip, serta Arsiparis Teladan. Pemberkasan Arsip Aktif menghasilkan tertatanya fisik dan informasi Arsip serta tersusunnya daftar Arsip Aktif.

Langkah-langkah Pemberkasan Arsip Aktif di Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif pada Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI) dilakukan sebagai berikut:

1. Pemeriksaan

Dilakukan untuk mengetahui kelengkapan, kondisi fisik arsip, dan keterkaitan dengan arsip lain. Berkas yang tidak lengkap, rusak, atau tidak dalam satu kesatuan perlu dilengkapi, diperbaiki, atau digabungkan dengan berkas lain yang sudah tersimpan.

2. Penyortiran

Dilakukan untuk memilah antara kelompok arsip yang satu dengan kelompok arsip yang lain. Dimana setiap berkas dikelompokkan berdasarkan kegiatan yang sama.

3. Menyusun Berkas sesuai Tanggal (Penyimpanan Sistem Kronologis)

Menyusun berkas sesuai dengan tanggal yang tertera pada berkas-berkas tersebut. Urutan penyimpanan menggunakan sistem kronologis adalah tanggal yang tertua berada pada bagian paling atas yang kemudian disusul dengan tanggal termuda yang berada di bagian bawah.

4. Pemberian Nomor Item

Dilakukan setelah berkas disusun berdasarkan sistem kronologis. Nomor item ini terletak di pojok kanan atas.

5. Penentuan Indeks

Menganalisa arsip untuk menentukan indeks atau kata tangkap. Indeks harus singkat, jelas, mudah diingat, mencerminkan isi arsip dan berorientasi pada kebutuhan pengguna.

6. Penentuan Kode Klasifikasi

Menentukan klasifikasi sesuai skema klasifikasi ANRI [primer (pokok masalah) / sekunder (sub masalah) / tersier (sub-sub masalah)]

7. Tunjuk silang, digunakan apabila:

- Arsip memiliki informasi lebih dari satu pelaksanaan fungsi.
- Arsip memiliki keterkaitan informasi dengan berkas lainnya yang berbeda media seperti : peta, CD, Foto, Film, dan media lain, dan
- Terjadi perubahan nama orang atau pegawai atau lembaga.

8. Membuat Daftar Arsip Aktif

Daftar arsip aktif meliputi daftar berkas dan daftar isi berkas. Daftar berkas memuat metadata: nomor berkas, kode klasifikasi, uraian informasi berkas, kurun waktu, jumlah, tingkat perkembangan, lokasi yang mencakup nomor filling cabinet, nomor laci, dan nomor folder, retensi, dan keterangan (biasa, terbatas, rahasia, sangat rahasia). Adapun daftar isi berkas memuat metadata: nomor berkas, nomor item berkas, kode klasifikasi, uraian informasi berkas, tanggal, jumlah, tingkat perkembangan, lokasi yang mencakup nomor filling cabinet, nomor laci, nomor folder, dan keterangan (biasa, terbatas, rahasia, sangat rahasia). Setelah membuat daftar arsip aktif kita bisa meregistrasi arsip kedalam format yang sesuai dengan daftar arsip aktif.

9. Menyiapkan sarana penyimpanan arsip aktif [folder, sekotak/guide, dan kertas label].

10. Menuliskan indeks (kata tangkap) pada kertas label dan lekatkan pada tab folder.
11. Menuliskan kode klasifikasi primer (pokok masalah) pada sekat I, sekunder (sub masalah) pada sekat II dan tersier (sub-sub masalah) pada sekat III.

Contoh penulisan indeks dan kode klasifikasi adalah sebagai berikut:

Kodenya : KA.00
Primer : KA. Kearsipan
Sekunder : KA.00 Persuratan
Tersier :KA.00.00

Pengurusan Surat Masuk

Indeksnya : Pencetakan Stempel
Dinas di Lingkungan ANRI

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, Pemberkasan arsip aktif di lingkungan Arsip Nasional Republik Indonesia yang disebut ANRI menggunakan asas gabungan, yaitu Asas sentralisasi digunakan dalam hal penetapan kebijakan sistem pengelolaan arsip aktif, pengorganisasian, sumber daya manusia, prasarana dan sarana, serta pengelolaan arsip secara elektronik. Asas desentralisasi digunakan dalam hal penataan dan penyimpanan fisik arsip aktif yang berada di central file TU eselon I, central file TU eselon II dan central file eselon III tertentu.

Mengenai langkah- langkah pemberkasan arsip aktif yang dilaksanakan di Lingkungan Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI), khususnya Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif sebagian besar telah mengikuti Alur Proses Pemberkasan dan Penyimpanan Arsip Aktif Di Unit Pengolah yang terdapat dalam Peraturan Kepala Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pemeliharaan Arsip Dinamis.

Mulai dari tahap pemeriksaan, penyortiran, menyusun berkas berdasarkan

sistem kronologis, pemberian nomor item, menentukan indeks dan kode klasifikasi, membuat dan mengisi formulir tunjuk silang apabila diperlukan, membuat daftar arsip aktif kemudian meregistrasi arsip kedalam format yang sesuai dengan daftar arsip aktif, menyiapkan sarana penyimpanan arsip aktif, lalu menuliskan indeks (kata tangkap) pada kertas label dan lekatkan pada tab folder, menuliskan kode klasifikasi pada sekat (primer, sekunder, dan tersier), selanjutnya penempatan arsip kedalam filing cabinet. Alur Proses Pemberkasan dan Penyimpanan Arsip Aktif Di Unit Pengolah.

Sarana dan Prasarana yang digunakan oleh Subbagian Persuratan dan Arsip Aktif kondisinya baik dan layak digunakan. Sarana dan Prasarana yang digunakan yaitu folder, guide/sekat, filing cabinet, label, out indicator, buku peminjaman arsip, daftar arsip dinamis, pola klasifikasi arsip, kode klasifikasi, indeks, dan tunjuk silang. Selanjutnya, penggunaan atau layanan arsip aktif telah sesuai prosedur. Kendala yang ada kurangnya sumber daya manusia dalam hal melaksanakan pengelolaan arsip aktif di unit kerja.

Dari hasil penelitian, penulis ingin memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam hal pemberkasan arsip aktif di Bagian Arsip pada Arsip Nasional Republik Indonesia (ANRI), sebagai berikut:

1. Menambah tenaga arsiparis di Bagian Arsip untuk mengelola arsip aktif unit kerja tersebut.
2. Menerbitkan SOP AP proses pemberkasan dan penyimpanan arsip aktif di unit pengolah, sehingga kegiatan pemberkasan dan penyimpanan arsip aktif dapat berjalan sesuai dengan SOP AP.

E. DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, P., & Prasetya, D. (n.d.). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Surabaya: Arkola.

Arsip Nasional Republik Indonesia . Sejarah Lembaga

<https://anri.go.id/profil/sejarah> diakses pada 30 Mei 2020.

Arsip Nasional Republik Indonesia. 2009. *Modul Manajemen Jadwal Retensi Arsip*. Jakarta.

Arsip Nasional Republik Indonesia. 2014. Peraturan Kepala Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2014 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Arsip Nasional Republik Indonesia. Jakarta.

Arsip Nasional Republik Indonesia. 2015. Peraturan Kepala Arsip Nasional Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2015 Tentang Petunjuk Teknis Pemberkasan Arsip Aktif di Central File di Lingkungan Arsip Nasional Republik Indonesia. Jakarta.

Barthos, B. 2013. *Manajemen Kearsipan Untuk Lembaga Negara, Swasta dan Perguruan Tinggi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhidin, Sambas Ali dan Hendri Winata. 2016. *Manajemen Kearsipan Untuk Organisasi Publik, Bisnis, Sosial, Politik, dan Kemasyarakatan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Priansa, D.J. 2014. *Kesekretarisan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Rosalin, Sovia. 2017. *Manajemen Arsip Dinamis*. Malang: UB Press.

Sukoco, B. M. 2007. *Administrasi Perkantoran Modern*. Jakarta: Erlangga.

Sedarmayanti. 2003. *Tata Kearsipan dengan Memanfaatkan Teknologi Modern*. Bandung: Mandar Maju.

Sedarmayanti 2001. *Dasar-Dasar Pengetahuan tentang Manajemen Perkantoran*. Bandung: Mandar Maju.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2009. Kearsipan. Jakarta.

UPAYA MENINGKATKAN HASIL BELAJAR ILMU PENGETAHUAN ALAM (IPA) MELALUI METODE INKUIRI KOMPETENSI DASAR ENERGI PADA SISWA KELAS VII-6 DI SMP NEGERI 10 DEPOK

Edi Nugraha¹⁾, Ari Gunawan²⁾
^{1,2}SMP Negeri 10 Depok

Correspondence author: Ari Gunawan, arigunawan14041@gmail.com, Depok, Indonesia

Abstract

This study aims to increase the independence of students' lateral reasoning which has an impact on improving student learning outcomes in the science class. The learning method applied is the inquiry method which is expected to be able to solve the existing problems. This research has been carried out on 35 students of class VII-6. The action research was carried out for 4 months, from September to December 2016, and was carried out in 3 cycles, each cycle consisting of 3 meetings. Each cycle consists of 4 important activities, namely: Planning, Action, Observation, and Reflection. The implementation in the first cycle is in the form of energy learning and its changes through the inquiry method. The results of the first cycle, observations can be reflected to plan actions in the second cycle. The implementation in cycle II is in the form of learning energy and its changes as well as application in everyday life related to energy through the inquiry method. The implementation of actions in each cycle through the inquiry method by observing student actions, observing teacher performance, and motivating students to participate more with discoveries and experiments. the alternative energy that utilizes everyday materials which are considered partly as unutilized waste. The results of the study indicate that the independence of lateral reasoning through the application of good, directed, and guided inquiry methods can improve learning outcomes in Natural Science (IPA) basic energy competencies and motivate students to be responsible independently and in groups, able to think critically-applicatively which has an impact on student learning outcomes that improve in mastering science concepts as well as practice in learning and being active in making students more daring to study without relying on students who are considered capable and able to solve problems in everyday life that are faced about the context of science and can produce simple works of high creative value, namely the creation of works of energy utilization in everyday life that are converted into other energies.

Keywords: learning outcome, natural science, energy

Abstrak

Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) Melalui Metode Inkuiri Kompetensi Dasar Energi Pada Siswa SMP Negeri 10 Depok. Rendahnya kemandirian bernalar lateral Ilmu Pengetahuan Alam dalam

mengaplikasikan konsep-konsep sains/IPA pada siswa SMP Negeri 10 Depok mendorong penulis untuk mengadakan penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian bernalar lateral siswa yang berimbas bagi peningkatan hasil belajar siswa di kelas IPA. Metode pembelajaran yang diterapkan adalah metode inkuiri diharapkan akan dapat menyelesaikan masalah yang ada. Penelitian ini telah dilaksanakan pada siswa kelas VII-6 sebanyak 35 siswa. Penelitian tindakan dilaksanakan 4 bulan, mulai bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2016 dan dilaksanakan dalam 3 siklus, yang setiap siklus terdiri dari 3 pertemuan. Setiap siklus terdiri dari 4 kegiatan yang penting yaitu : Perencanaan, Tindakan, Pengamatan dan Refleksi. Pelaksanaan pada siklus I berupa pembelajaran energi dan perubahannya melalui metode inkuiri. Dari hasil observasi siklus I dapat direfleksi untuk merencanakan tindakan pada siklus II. Pelaksanaan pada siklus II berupa pembelajaran energi dan perubahannya serta penerapan dalam kehidupan sehari-hari yang berhubungan dengan energi melalui metode inkuiri. Pelaksanaan tindakan pada setiap siklus melalui metode inkuiri dengan pengamatan tindakan siswa, pengamatan kinerja guru dan memotivasi siswa agar lebih berpartisipasi dengan penemuan dan eksperimen ciri dari metode inkuiri yang terarah dan terbimbing oleh guru ditandai dengan adanya produk kerja yang berciri kreativitas tinggi yakni dapat menghasilkan karya penemuan energi alternatif yang memanfaatkan material keseharian yang dianggap sebagian sebagai limbah tak dimanfaatkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemandirian bernalar lateral melalui penerapan metode inkuiri yang baik, terarah dan terbimbing dapat meningkatkan hasil belajar Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) kompetensi dasar energi dan memotivasi siswa untuk bertanggung jawab secara mandiri dan berkelompok, mampu berpikir kritis-aplikatif yang berimbas pada hasil belajar siswa yang membaik dalam penguasaan konsep-konsep IPA dan juga praktik dalam pembelajaran dan bergiat menjadikan siswa lebih berani menelaah tanpa bergantung dengan siswa yang dianggap bisa dan mampu memecahkan masalah pada kehidupan sehari-hari yang dihadapi berkenaan dengan konteks sains/IPA serta mampu menghasilkan karya sederhana yang bernilai kreatif tinggi yakni pengkreasian karya pemanfaatan energi dalam kehidupan sehari-hari yang diubah menjadi energi lainnya..

Kata Kunci: metode inkuiri, ilmu pengetahuan alam, pemanfaatan energi

A. PENDAHULUAN

Pendidikan diperoleh seseorang sepanjang hidupnya untuk mengembangkan kematangan bersosialisasi dan berkepribadian menuju kedewasaan dalam memaknai hidup. Berkesinambungan dengan bunyi dari yang dimau pendidikan nasional yakni memiliki fungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka

mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pendidikan diperoleh seseorang sepanjang hidupnya untuk mengembangkan kematangan bersosialisasi dan berkepribadian menuju kedewasaan dalam

memaknai hidup. Berkesinambungan dengan bunyi dari yang dimau pendidikan nasional yakni memiliki fungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Jadi peserta didik memiliki kewajiban melalui suatu pendidikan dalam hidupnya.

Hal diatas berkesinambungan dengan guru sebagai pendidik mesti meningkatkan kompetensi dirinya dalam berhadapan dengan siswa di kelas agar terjadi pencapaian pendidikan bagi siswa yang optimal dan mencapai maksud dari tujuan pendidikan. Keadaan ini selaras seperti bunyi dari Permen Diknas16/2010 tentang kompetensi guru paedagogik, kompetensi 5 indikator 3 serta BNSP versi 6.0, 11/2008 tentang kompetensi guru. kemampuan utama yang harus dimiliki oleh para pendidik adalah dalam strategi pembelajaran. Artinya, seorang guru tidak hanya dituntut untuk menguasai bidang studi yang akan diajarkannya, tetapi juga harus menguasai dan mampu mengajarkan pengetahuan tersebut pada peserta didik, (Wena, Made. 2009).

Profesi Guru atau Dosen (pendidik) yang professional merupakan panggilan hati yang perlu di pertanggungjawabkan secara akademik (Iska, Z. N. 2011). Guru memiliki kompetensi yang baik agar mampu memacu belajar siswa untuk terbit dan berproses baik dan inheren. Belajar adalah suatu proses aktif di mana siswa mengkonstruk pengetahuan baru berdasarkan pada pengalaman/pengetahuan yang sudah dimilikinya. Pengalaman ini diperoleh melalui interaksi antara individu dengan lingkungan sebagai sumber belajarnya. Lingkungan yang menyediakan banyak

sekali material pembelajaran bagi siswa teramati dalam gejala-gejala alam. Dan berlangsung sejak lahir dan bahkan ada yang mengatakan sejak masih dalam kandungan, erat kaitannya antara belajar dengan perkembangan seorang anak. Hal ini tidak terlepas dari peran orang dewasa terlatih dan cakap pada bidangnya (berpendidikan yang diakui/sah) untuk melakukan pembimbingan serta pengarahan bagi anak agar mencapai tujuan yang selaras dengan yang dimau pendidikan nasional. Oleh karenanya kehidupan siswa sebagai bagian sekolah turut dibimbing dan diarahkan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya. Dalam proses pembelajarannya siswa merupakan pribadi yang unik. Dalam perkembangannya siswa sering sekali memiliki kecenderungan untuk memiliki kelompok sendiri baik dalam bergaul atau pun dalam mengerjakan soal-soal latihan atau ulangan.

Kemampuan bersosialisasi diperlukan untuk pengembangan kepribadian siswa menuju self esteem (penerimaan diri) yang baik dan mantap, jika dilakukan dalam pengerjaan soal yang menuntut kemandirian atau pemunculan kecerdasan intrapersonal tentu rancu dan tak dapat diharapkan mencapai hasil belajar yang baik dan signifikan. Karena hasil yang didapat tak terukur dengan baik secara mandiri atau personal. Sehingga diperoleh jawaban yang bersifat massal.

Dengan melihat fenomena yang terjadi pada pertumbuhan dan perkembangan siswa yang memang bersifat unik ini sangat diperlukan penstimulusan kelas yang terpadu menuju kemandirian berpikir atau bernalar melalui penemuan terbimbing terhadap siswa. Kemandirian berpikir siswa yang tak mengganggu keinginan untuk mengembangkan kesosialan dalam bersikap dan berkarakter di kalangan lingkungan tempat bergaul. Kemandirian bernalar lateral merupakan penggalian kecerdasan yang dimiliki siswa sendiri dan mampu mengaplikasikannya keluar diri untuk logis

atau katakan saja berkemampuan logis terhadap aplikasi konsep pengetahuan yang sudah dipahami sendiri secara intrapersonal. Dengan demikian, akan lebih mudah bagi siswa dalam mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, mampu bertumbuh-kembang dengan baik sesuai dengan kemampuannya. Baik secara sosial maupun secara individu.

Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) adalah bidang keilmuan yang menyorot kemampuan berlogika secara alamiah untuk bidang ilmu lainnya. Bidang ilmu IPA merupakan kemampuan berpikir dasar yang mesti dikuasai anak dalam memetakan komunikasi yang menunjang perkembangan intelektual, sosial, psikologis dan emosional siswa untuk menunjang bidang lainnya. IPA merupakan persyaratan penting bagi siswa agar mampu menjawab tantangan arus global menuju berpikir kritis-analitis. Proses pembelajarannya IPA sering menghadapi kendala dan menjadi momok menyeramkan bagi siswa. IPA masih masuk jajaran mata pelajaran yang menakutkan karena dianggap sukar. Siswa beranggapan IPA adalah mata pelajaran yang harus dihindari sebisa mungkin karena menguras otak. Konsep IPA yang diterima lebih pada penghapalan tanpa mampu dikembangkan siswa. Dan kecenderungan tergantung pada siswa yang bisa saja, mematikan potensi diri yang dimiliki siswa sendiri. Jadi kemampuan berpikir logik bagi siswa belum tergal dengan signifikan dan komprehensif hanya pada siswa tertentu saja. Oleh karenanya perlu adanya penstimulusan penemuan dari aplikasi konsep yang diterima, seperti dalam pembelajaran inkuiri.

Sund, seperti yang tertulis dalam buku karya Al-Tabany, T. I. B. (2017), menyatakan bahwa *discovery* merupakan bagian dari inquiry, atau *inquiry* merupakan perluasan proses *discovery* yang di gunakan lebih mendalam. Khususnya pengejawantahan dari pereduksian konsep-konsep IPA dalam kehidupan sehari-hari. Siswa mampu mengaplikasinya dari bahan-

bahan sederhana yang cenderung dianggap limbah misalnya mengubah energi kimia menjadi energi listrik pada tanaman yang memiliki sifat-sifat asam. Sifat-sifat asam seterusnya mampu menjalankan elektrolit sebagai bahan dasar penguasaan pemelajaran listrik bagi siswa di kelas. Guru berharap melalui pembelajaran inkuiri yang terbimbing dengan baik diharapkan dapat mengantarkan pada kemandirian bernalar lateral bagi semua siswa, agar mudah menyerap dan menerima secara bahagia pelajaran yang dihadapinya tanpa beban yang memberati pikiran siswa. Selanjutnya siswa mampu menumbuh kembangkan daya berpikir analitis-aplikatifnya secara mandiri di tengah lingkungan sosial tempat berinteraksi tidak tergantung saja pada orang lain yang mumpuni. Jadi hasil reduksi belajar IPA merata secara koheren dan inheren dalam diri siswa, selanjutnya mampu mengimbas secara komprehensif dan holistik bagi pemetaan pelajaran lain. Karena melalui IPA siswa diajak untuk mampu memetakan pikirannya melalui pengamatan gejala-gejala alam terdeteksi dalam lingkungan tempat eksistensinya berada.

Dari informasi permasalahan di atas, penulis bermaksud memperbaiki pembelajaran siswa di kelas VII-6 menjadi lebih nyaman dan menyenangkan, bermakna dan mencapai maksud secara tepat sasaran agar hasil belajar siswa meningkat dan membaik secara menyeluruh dan terpadu. Penulis berencana melakukan inovatif dengan penggunaan metode inkuiri sebagai langkah berpijak terhadap kemandirian bernalar lateral siswa yang berimbas pada peningkatan hasil belajar IPA kelas VII-6 di SMP Negeri 10 Depok.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Tindakan Kelas (PTK) Melalui Metode Inkuiri. Penelitian Tindakan Kelas

adalah penelitian tindakan untuk memperbaiki situasi dan kualitas pembelajaran di kelas yang merupakan inti dari pendidikan. Penelitian Tindakan Kelas adalah tindakan cerdas yang dilakukan guru atau berprinsip smart, maksudnya dari kata smart mengandung pengertian *specific* (khusus), *managable* (dapat dilaksanakan), *acceptable* (dapat dicapai), *realistic* (kegiatan nyata) dan *time-bound* (dalam batas tertentu) (Arikunto, 2011:11). Penelitian Tindakan Kelas dilaksanakan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 10 Depok yang beralamat di Jl. Raya Bedahan Sawangan Kota Depok. Subjek penelitian tindakan kelas adalah siswa kelas VII-6 tahun pelajaran 2015/2016 semester genap berjumlah 35 siswa dengan rincian jumlah siswa laki-laki 17 orang dan siswi perempuan 18 orang. Dengan waktu penelitian dilakukan pada semester Ganjil tahun pelajaran 2015/2016 selama 4 bulan mulai bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2016 dengan jadwal sebagai berikut :

Tabel 1
Jadwal Kegiatan Penelitian

NO	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Bersiapan	X															
2	Penelitian Awal	X															
3	Studi Bustaka 1		X														
4	Studi Bustaka 2		X														
5	Benyusunan Proposal			X													
6	Delaksanaan Penelitian Siklus I dan Refleksi		X	X	X												
7	Delaksanaan Penelitian Siklus II dan Refleksi				X	X	X										
8	Delaksanaan penelitian Siklus III dan refleksi					X	X	X									
9	Berbuatan Laporan Hasil Penelitian						X	X	X								
10	Berbaikan Laporan							X	X	X							
11	Berbuatan Laporan Hasil Penelitian Secara Final											X	X	X			

Hasil belajar Ilmu Pengetahuan Kelas dikatakan tuntas jika angkanya lebih besar atau sama dengan 75, dikatakan tidak tuntas jika angkanya kurang dari 75. Hasil belajar siswa juga dikatakan berhasil bila guru dalam melakukan kinerjanya mengalami peningkatan kinerja yang baik juga di atas KKM. Perolehan skor kinerja guru ini dapat

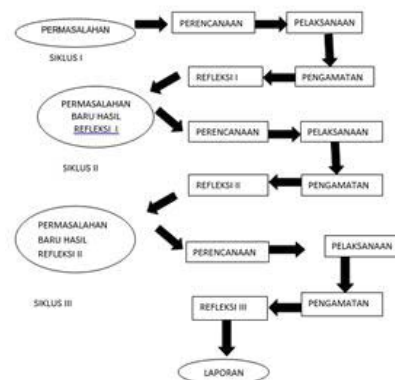
diamati pada saat melakukan aplikasi metode di kelas dengan penghitungan skor sebagai berikut :

$$NA = \frac{\text{(Skor perolehan)}}{\text{(Skor maksimum)}} \times 100\%$$

Penerapan model pembelajaran dengan metode inkuiri dikatakan berhasil jika persentase keaktifan siswa lebih besar atau sama dengan 75%, dikatakan tidak berhasil jika persentase keaktifan kurang dari 75%, demikian juga dengan guru dikatakan berhasil bila skor perolehan mencapai lebih besar atau sama dengan 75%.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbandingan aktivitas belajar siswa pada Siklus I dan Siklus II adalah sebagai berikut : Rata-rata aktivitas siswa pada siklus I 59,43% dan rata-rata aktivitas siswa pada siklus II 85,14% serta pada siklus III sebesar 85,71% sehingga tampak peningkatan aktivitas siswa pada Siklus I dan Siklus II sebesar 25,71% , sedangkan dari siklus II ke siklus III sebesar 0,57%, secara keseluruhan terjadi kenaikan dari siklus I ke siklus terakhir yakni siklus III sebesar 26,28%. Ini menandakan bahwa penerapan metode inkuiri untuk mengembangkan kemandirian bernalar lateral yang berimbang pada hasil belajar dapat meningkatkan aktivitas siswa pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam khususnya energi dan perubahannya.



Gambar 1. Siklus Metode Tindakan Kelas

Sedangkan hasil penelitian melalui test terlihat dari tabel dan grafik di atas ada peningkatan pada perolehan nilai. Pada siklus I perolehan nilai terendah sebesar 85 meningkat menjadi 100 di siklus II dan III, begitu juga pada persentase ketuntasan belajar siswa dari 73,33% di siklus I menjadi 80% di siklus II dan di siklus III sebesar 81,90% artinya ada peningkatan sebesar 6,67% dari siklus I ke siklus II, dan dari siklus II ke siklus III terjadi kenaikan sebesar 1,9%. Secara keseluruhan terjadi kenaikan berarti pada ketuntasan dari awal siklus yakni siklus I menuju siklus III sebesar 8,57%. Dan daya serap sudah meningkat dengan baik memiliki rata-rata nilai cukup memadai yakni menyerap sebesar 72,33% pada siklus I dan 77,22% pada siklus II, serta di siklus III 78,38% hal ini menampakkan peningkatan sebesar 4,89% dari siklus I ke siklus II, sebesar 1,16 dari siklus II ke siklus III, meskipun yang belum tuntas masih ada yakni di siklus I sebanyak 10 siswa, siklus II sebanyak 7 siswa dan siklus III sebanyak 6 siswa. Namun secara umum hal ini dapat dikatakan mengalami peningkatan hasil belajar dengan menurunnya yang belum tuntas dalam belajar di kelas, ditandai juga dari awal penelitian terjadi peningkatan daya serap dari siklus I menuju siklus III sebagai akhir siklus penelitian tindakan kelas sebesar 6,05%.

Perbandingan belajar siswa pada Siklus I dan Siklus II adalah sebagai berikut : Rata-rata nilai pada Siklus I diperoleh 72,33 menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan Siklus II diperoleh 77,22 dan siklus III sebesar 78,38. Ini artinya bahwa melalui penerapan metode inkuiri dapat memacu peningkatan kemampuan bernalar lateral yang berimbang pada peningkatan hasil belajar Ilmu Pengetahuan Alam khususnya kompetensi dasar pada siswa energi dan perubahannya kelas VII-6 di SMP Negeri 10 Depok yakni sebesar 6,05.

D. PENUTUP

Kemandirian bernalar lateral berimbang pada peningkatan hasil belajar Ilmu Pengetahuan Alam yang kondusif dan progresif yakni sebesar 6,05 poin dari 72,33 di siklus I menjadi 78,38 di siklus III pada hasil tes secara individu, sedangkan aktivitas siswa juga menunjukkan siswa mampu mengadopsi pembelajaran dengan baik dan cukup menggembirakan yakni terdapat kenaikan sebesar 26,28% dari 59,43% di siklus I menjadi 85,71% di siklus III, setelah dilakukan penelitian tindakan kelas dengan metode inkuiri. Pemilihan metode dengan teknik yang tepat dalam menangani kesukaran siswa dalam menjawab keberhasilan pembelajarannya sangat diharapkan dari guru salah satunya dengan metode inkuiri dapat meningkatkan hasil belajar Ilmu Pengetahuan Alam kompetensi dasar energi karena siswa menstimulir kemandirian bernalar lateralnya pada siswa kelas VII-6 di SMP Negeri 10 Depok.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Iska, Z. N. (2011). Perkembangan peserta didik
- Al-Tabany, T. I. B. (2017). Mendesain Model Pembelajaran Inovatif, Progresif, Dan Konteksual. Prenada Media.
- Wena, Made. 2009. Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer, Jakarta : Bumi Aksara.
- www.inforppsilabus.com/2012/02/15/penelitian_tindakan_kelas

PENGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI UPAYA MEMPERLANCAR TRANSAKSI ELEKTRONIK NASABAH PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK

Evi Okli Lailani¹⁾, Tannia Regina²⁾

¹⁾Prodi Administrasi Niaga, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

²⁾Prodi Teknik Elektro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

Correspondence author: Tannia Regina, tannia.regina300689@gmail.com, Depok, Indonesia

Abstract

Service quality in banking is very important considering it can affect customer satisfaction and loyalty. Many strategies are used by the bank for service quality, including the dimensions of security service quality related to guaranteeing the confidentiality of customer data, the absence of data manipulation, security using Mobile Banking services, the dimensions of speed of Mobile Banking services related to the provider operator network and quality of network maintenance, dimensions of accuracy related to the suitability of information received by customers, clarity of information received, dimensions of trust related to customer trust in using services, banks gain loyalty from customers for Mobile Banking products, and dimensions of education related to the educational process between the two sides of employees and customers regarding the explanation of information about Mobile Banking service products. The quality of BRI Mobile Banking services through the dimensions of security, speed, accuracy, and trust and education has an important role in customer loyalty in using service products from BRI. In fact in the field of security and education to customers is an important priority in the development of Mobile Banking services. Customers need a sense of security when using Mobile Banking transactions and customers need education from BRI as they experience difficulties when operating. BRI makes efforts to protect customers when conducting online transactions. Strategy is centered on security and education. Security and education are considered quite important because the gate makes customers feel safe and gets rewards from the education system. This element can encourage other elements in meeting the needs of BRI customers.

Keywords: mobile banking, electronic transaction

Abstrak

Kualitas layanan di perbankan sangat penting mengingat dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Banyak strategi yang digunakan pihak bank untuk kualitas layanan diantaranya dilihat dari dimensi kualitas layanan keamanan yang berhubungan dengan jaminan kerahasiaan data nasabah, ketiadaan manipulasi data, keamanan menggunakan layanan Mobile Banking, dimensi kecepatan layanan Mobile Banking yang berkaitan dengan jaringan

operator provider dan kualitas maintenance jaringan, dimensi keakuratan yang berhubungan dengan kesesuaian informasi yang di terima nasabah, kejelasan informasi yang diterima, dimensi kepercayaan yang berhubungan dengan kepercayaan nasabah menggunakan layanan, bank mendapatkan loyalitas dari nasabah atas produk Mobile Banking, serta dimensi edukasi terkait proses edukasi antar dua belah pihak karyawan serta nasabah terkait penjelasan informasi mengenai produk layanan Mobile Banking. Kualitas layanan Mobile Banking BRI melalui dimensi keamanan, kecepatan, keakuratan, dan kepercayaan dan edukasi mempunyai peranan penting kepada loyalitas nasabah dalam menggunakan produk layanan dari BRI. faktanya di lapangan keamanan dan edukasi kepada nasabah merupakan prioritas penting dalam pengembangan layanan Mobile Banking. nasabah memerlukan rasa aman saat menggunakan transaksi Mobile Banking serta nasabah memerlukan edukasi dari BRI seperti mereka mengalami kesulitan saat pengoprasian. BRI melakukan upaya untuk melindungi nasabah saat melakukan transaksi online. Strategi di pusatkan pada keamanan dan edukasi. Keamanan dan edukasi dirasa cukup penting karena gerbang membuat nasabah merasa aman dan mendapatkan reward dari sistem edukasi. Element ini dapat mendorong elemen-elemen lain dalam mencapai kebutuhan nasabah BRI.

Kata Kunci: mobile banking, transaksi elektronik

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menyetor dan mengembangkan perekonomian dan pembangunan nasional. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat. Hal ini terutama karena fungsi bank sebagai perantara (*intermediary*) antara pihak-pihak kelebihan dan (*surplus of funds*) dan pihak yang memerlukan dana (*lack of funds*). Sebagai *agent of development*, bank merupakan alat pemerintah dalam membangun perekonomian bangsa melalui pembiayaan semua jenis usaha pembangunan, yaitu sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara.

Dalam Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah. Bank syariah lahir sebagai salah satu alternatif terhadap persoalan bunga

bank, karena Bank syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang beroperasi dan produknya dengan prinsip dasar tanpa menggunakan sistem bunga dengan menawarkan sistem lain yang sesuai dengan syariah Islam.

Hal mendasar yang membedakan antara lembaga keuangan konvensional dengan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Kegiatan operasional bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membedakan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Pola bagi hasil ini memungkinkan nasabah untuk mengawasi langsung kinerja bank syariah melalui monitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jumlah keuntungan bank semakin besar maka semakin besar pula bagi hasil

yang diterima nasabah, demikian juga sebaliknya. Jumlah bagi hasil yang kecil atau mengecil dalam waktu cukup lama menjadi indikator bahwa pengelolaan bank merosot. Keadaan itu merupakan peringatan dini yang transparan dan mudah bagi nasabah. Berbeda dari perbankan konvensional, nasabah tidak dapat menilai kinerja hanya dari indikator bunga yang diperoleh. Terlebih lagi bank syariah harus bersaing dengan bank konvensional yang dominan dan telah berkembang pesat di Indonesia. Persaingan yang semakin tajam ini harus didukung oleh manajemen yang baik untuk bisa terus bertahan di industri perbankan.

Prinsip inilah yang membedakan secara prinsipil antara sistem operasional bank syariah dengan bank konvensional. Bagi bank konvensional bunga merupakan hal penting untuk menarik para investor menginvestasikan modalnya pada suatu bank. Semakin tinggi tingkat bunganya semakin tertarik para investor menabung. Tingkat suku bunga merupakan unsur utama dalam sistem perbankan konvensional. Bank syariah yang bekerja menggunakan sistem non bunga melalui transaksi dengan menggunakan sistem *profit and loss sharing* yaitu bagi hasil keuntungan dan kerugian yang terjadi ditanggung oleh kedua belah pihak yaitu *mudharib* dan *shahihul maal*.

Pengelolaan manajemen yang baik dalam suatu bank harus berada dalam pengawasan Bank Indonesia. Dalam hal ini peran Bank Indonesia adalah melakukan analisis kinerja yang bertujuan untuk mengetahui atau memantau apakah bank dalam posisi sehat atau tidak, juga mengawasi apakah bank tersebut dalam posisi tidak membahayakan kelangsungan usahanya.

Kondisi kesehatan maupun kinerja bank dapat kita analisis melalui laporan keuangan. Salah satu tujuan dari pelaporan keuangan adalah untuk memberikan informasi bagi para pengguna laporan keuangan untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No:3/22/PBI/2001 tentang Transparansi Kondisi Keuangan Bank, bank wajib menyusun dan menyajikan laporan keuangan dengan bentuk dan cakupan sebagaimana ditetapkan dalam peraturan Bank Indonesia ini, yang terdiri dari:

1. Laporan Tahunan.
2. Laporan Keuangan Publikasi Triwulan.
3. Laporan Keuangan Publikasi Bulanan.
4. Laporan Keuangan Konsolidasi.

Laporan keuangan yang diterbitkan diharapkan mencerminkan kinerja bank tersebut yang sebenarnya.

Dari informasi yang bersifat fundamental tersebut dapat dilihat apakah bank tersebut telah mencapai tingkat efisiensi yang baik, dalam arti telah memanfaatkan, mengelola dan mencapai kinerja secara optimal dengan menggunakan sumber-sumber dana yang ada. Bank yang memiliki tingkat kesehatan yang baik dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik pula. Dengan memiliki kinerja yang baik masyarakat pemodal akan menanamkan dananya pada saham bank tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat bahwa bank tersebut dapat memenuhi harapannya. Bank yang memperoleh dana dari masyarakat akan secara sadar bahwa memiliki tanggung jawab untuk mengelola aktiva serta sumber-sumber dana yang dimiliki secara profesional.

Kondisi teknologi informasi di Indonesia relatif tertinggal dibandingkan dengan negara lain. Ketertinggalan teknologi itu sendiri bisa dilihat dari ketersediaan infrastruktur teknologi informasi, jumlah komputer yang dimiliki perusahaan, atau akses internet. Sedangkan disisi lain aplikasi teknologi internet mengalami pertumbuhan, khususnya di dunia bisnis.

Karena dalam tiga pilarnya salah satunya adalah mengatur dan mengawasi perbankan di Indonesia. Secara tidak langsung Bank Indonesia membangun

kepercayaan masyarakat terhadap perbankan Indonesia dan memberikan jaminan atas kepercayaan masyarakat tersebut. Sehingga membuat masyarakat merasa tenang dan nyaman untuk menjadi nasabah dalam suatu bank.

Meningkatnya persaingan global di sektor perbankan telah memacu perbankan untuk mencari cara inovatif untuk bisa memenangkan persaingan. Dengan demikian, bank telah menggunakan teknologi baru untuk mendefinisikan kembali pandangan tentang perbankan, salah satunya adalah penggunaan internet. Internet berevolusi dari batasan fixed-line menjadi ponsel, perangkat komunikasi seluler seperti telepon seluler, yang dulunya digunakan untuk membuat panggilan, sekarang digunakan untuk melakukan transaksi perbankan yang kemudian dikenal sebagai mobile banking atau m-banking yang telah mengantarkan era baru di sektor perbankan di seluruh dunia. Dengan demikian bank di seluruh dunia telah menggunakan mobile banking sebagai strategi bertahan hidup dalam beberapa dekade terakhir.

Di industri perbankan online, internet banking merupakan salah satu alat yang sedang diadopsi. Pentingnya perbankan online merupakan bagian dari rencana e-commerce. Seperti di Indonesia, perbankan online mulai diterapkan di bank-bank, karena perkembangan teknologi dan informasi memungkinkan banyak bank untuk beralih menggunakan perbankan online sebagai media transaksional dan informasi. Akibatnya, banyak para nasabah bank yang menggunakan transaksi pembayaran dengan menggunakan internet banking. Hal ini dikarenakan banyak keuntungan yang didapat dari perbankan online baik bagi pihak bank maupun konsumen atau nasabah.

Perkembangan teknologi internet ini diadopsi oleh industri perbankan untuk mengembangkan pelayanan. Peluang ini digunakan oleh bank-bank yang ada di

Indonesia baik bank pemerintah maupun swasta, karena media internet adalah suatu inovasi yang cukup memberi peluang dan menantang dalam pengembangannya. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk internet banking, mobile banking yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bank-bank di Indonesia untuk merebut pangsa pasar. Saat ini *internet banking* menjadi perhatian utama dan senjata yang revolusioner strategis operasional bank, untuk delivery maupun untuk persaingan antar bank. Layanan *internet banking* adalah elemen penting untuk kelangsungan hidup bank-bank di dunia. Diperkirakan penggunaan internet banking akan mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun ke depan. Berbagai upaya akan dilakukan agar internet banking mampu bertahan di dunia perbankan. Oleh karena itu, hal ini tidak bisa lepas dari peran para konsumen atau pengguna untuk bersedia menggunakan perbankan online. Meskipun perbankan online masih cukup asing bagi orang di Indonesia, tetapi karena adanya perkembangan teknologi dan jumlah pengguna internet yang cukup tinggi, hal ini tidak begitu menjadi kendala. Online banking diperkenalkan sebagai channel dimana nasabah bank dapat melakukan aktivitas finansial perbankan secara elektronik melalui website bank. Nasabah dapat melakukan transaksi non cash setiap saat dengan mudah dan nyaman dengan mengakses melalui komputer (jaringan internet). Inovasi pelayanan perbankan melalui teknologi internet banking diharapkan dapat menekan transactional cost dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank.

Mobile banking (*m-banking*) berarti pengguna mengadopsi terminal bergerak seperti telepon seluler untuk mengakses layanan pembayaran termasuk penyelidikan

akun, transferensi dan pembayaran tagihan yang lebih maju jika dibandingkan dengan perbankan tradisional. Keuntungan utama dari mobile banking adalah kesia-siaan dan kesegeraan yang artinya, *mobile banking* dapat membebaskan pengguna dari keterbatasan waktu dan ruang, dan memungkinkan mereka untuk melakukan pembayaran kapan saja dan dimana saja.

Mobile banking memungkinkan nasabah untuk menerima pesan teks yang menunjukkan saldo akun mereka. Telah diklaim bahwa *mobile banking* telah menyebar ke seluruh dunia dan telah membawa perubahan positif dari persepsi nasabah. Dengan begitu, penggunaan mobile banking mengalami peningkatan dan salah satu bank terkena dampaknya adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Menurut undang undang No.10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan atau bentuk bentuk lainnya dalam rangka menghidupkan taraf hidup rakyat banyak. Bidang usaha bank BRI meliputi:

1. Britama Britama merupakan salah satu jenis tabungan masyarakat di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat serta frekuensi pengambilannya tidak dibatasi sepanjang saldonya mencukupi dan memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Setoran awal pada saat pembukaan Britama minimal sebesar Rp 100.000.
2. Simpedes Simpedes merupakan simpanan yang masuk dalam kelompok tabungan. Simpedes merupakan simpanan masyarakat pedesaan di BRI unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi penarikannya tidak dibatasi sepanjang saldo mencukupi. Simpedes dikenalkan kepada masyarakat sejak November 1984, yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat guna menunjang sumber

dana kupedes. Setoran awal pada saat pembukaan tabungan Simpedes minimal sebesar Rp,100.000. Produk Simpedes hanya dilayani di kantor BRI unit.

3. Deposito BRI (Depobri)

Deposito BRI (Depobri) merupakan simpanan berjangka yang dikeluarkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang telah diperjanjikan antara nasabah penyimpan dengan pihak bank yang bersangkutan.

Fungsi Bank

Fungsi pokok bank umum yaitu:

1. Menyediakan mekanisme dan alat pembayaran yang lebih efisien dalam kegiatan ekonomi.
2. Menciptakan uang.
3. Menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat.
4. Menawarkan jasa-jasa keuangan lainnya.

E-Banking

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005) *E-Banking* dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses *E-Banking* melalui piranti pintar elektronik seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM atau telepon. Sesuai dengan peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tanggal 19 Mei 2003 tentang penerapan manajemen resiko bank bagi bank umum (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 2003 Nomor 56, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4292) serta keputusan direksi Bank Indonesia Nomor 27/164/KEP/DIR tanggal 31 maret tentang

penggunaan teknologi system informasi oleh bank, maka pelaksanaan internet banking diatur oleh Bank Indonesia melalui Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/18/DPNP tanggal 20 April 2004. Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor : 6/18/DPNP tentang penerapan manajemen resiko pada aktifitas layanan jasa bank melalui internet, sehingga pendirian dan kegiatan internet-only bank tidak diperkenankan.

B. METODE PENELITIAN

Dalam pengumpulan data dan bahan untuk melakukan penelitian ini, digunakan metode-metode pengumpulan data sebagai berikut:

Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka (*Library Research*)
Penelitian yang dilakukan ke perpustakaan beberapa buku-buku ilmiah dan tulisan-tulisan yang berhubungan dengan pembahasan yang dilakukan.
2. Studi Lapangan (*Field Research*)
Penelitian yang langsung objek penelitian di pilih untuk meneliti hasil data primer. Penelitian langsung ke lapangan ini akan dapat membantu penulis untuk melengkapi data yang diperlukan. Adapun cara riset lapangan ini adalah dengan mewawancarai pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini adalah perusahaan atau instansi terkait.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan analisis data Kualitatif sebagai metode penelitian yang menjelaskan secara Deskriptif mengenai Penerapan *mobile banking* sebagai upaya emperlancar transaksi elektronik nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Metode analisis ditinjau dari dua praktek yang perlu diterapkan, sehingga dapat diketahui sejauh mana pelaksanaannya. Apakah perbedaan yang timbul menyangkut prinsip dasar

konsep itu sendiri, pertanyaan itu akan terjawab selanjutnya dari hasil analisa itu digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan dan saran.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. memberikan kebijakan baru yaitu menaikkan limit transaksi harian dan program menarik buat penggunaannya. Ini dilakukan untuk mendukung beragam aktivitas dari rumah terutama transaksi finansial. Saat ini BRI sudah menerapkan perubahan limit tersebut. Langkah ini dilakukan agar masyarakat lebih nyaman melakukan transaksi lewat *e-banking* dari rumah sekaligus mendukung kebijakan pemerintah mengenai *physical distancing*.

Kenaikan limit tersebut bergantung dari varian jenis kartu yang dimiliki nasabah (*classic, gold, dan platinum*). Pada akhir Maret 2020, transaksi *internet banking* BRI diproyeksikan meningkat hingga 38% dibandingkan bulan Februari 2020.

Agar masyarakat semakin betah bertransaksi online dari rumah dan mendapatkan keuntungan, Bank BRI juga memberikan kebijakan dengan mengadakan program program menarik, transaksi ini antara lain, diskon dan potongan hingga 50% di berbagai *e-commerce*. Tak hanya itu, untuk meningkatkan kepedulian dalam mengurangi transaksi tunai, Bank BRI bekerja sama dengan Gojek untuk menggratiskan biaya top up Gopay yang dilakukan melalui semua layanan BRI, baik lewat *mobile banking, internet banking/BRI*mo ataupun di ATM BRI yang saat ini jumlahnya lebih dari 23.000 mesin.

Dengan adanya kebijakan tersebut, Bank BRI juga terus mengimbau masyarakat untuk bertransaksi nontunai melalui *channel* layanan yang di sediakan.

Memperlancar Transaksi Nasabah

Mobile Banking (M-banking) adalah sebuah sistem yang diciptakan oleh bank

untuk nasabah agar dapat melakukan sejumlah aktivitas perbankan melalui ponsel/ *Smartphone*. Penggunaan fasilitas *Mobile Banking* membutuhkan nasabah untuk terkoneksi dengan internet di *Smartphon*enya. Nasabah juga perlu mengunduh (*download*) terlebih dahulu aplikasi *Mobile Banking* dari bank di *app-store Smartphone*. Serupa dengan *Internet Banking*, *mobile banking* juga akan terkait dengan rekening nasabah untuk melakukan transaksi perbankan.

Walaupun *sepintas mobile banking* kelihatan serupa dengan *phone banking/ SMS banking*. Namun sebenarnya *mobile banking* memiliki fitur yang lebih luas dari pada *SMS banking*. Fitur layanan dari *mobile banking* tidak jauh berbeda dengan *Internet Banking*, karena *mobile banking* sebenarnya bagian dari *Internet Banking* yang melalui *Smartphone*.

Mobile banking dapat memperlancar transaksi nasabah karena dengan *Mobile Banking*, nasabah dapat menikmati kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan secara bebas tanpa batas ruang dan waktu. Layanan yang luas dan cakupan yang *global* juga membuat *Mobile Banking* lebih ekonomis dibandingkan transaksi secara konvensional (kunjungi bank langsung).

Meningkatkan Jumlah Nasabah

Dalam meningkatkan jumlah nasabah, Bank BRI memiliki beberapa cara diantaranya:

1. Strategi Produk
Strategi produk yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. ini disesuaikan dengan target market yang ditentukan.
2. Strategi Harga
Dukungan *mobile banking* harga yang lebih murah namun menghasilkan kepuasan yang tinggi bagi nasabahnya yaitu hanya dengan Rp 500/transaksinya.
3. Strategi Lokasi

Mengadakan *talkshow* dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *Mobile Banking* di setiap outlet dan kantor BRI, Iklan dikoran dan radio, *Mobile Banking* ikut serta dalam outlet- outlet atau *open table*, Sosialisasi kepada nasabah pada pembukaan tabungan baru.

4. Strategi Promosi

Strategi promosi yang dilakukan BRI yaitu menggunakan sistem jemput bola yakni terjun langsung kepada masyarakat.

Dalam rangka mengembangkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. menyediakan beberapa macam produk jasa. Salah satu diantaranya adalah penyediaan layanan e-banking kepada setiap masyarakat yang membutuhkan dan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh bank.

Karena banyaknya variasi browser internet yang ada, sulit untuk menyediakan internet banking yang mengikuti keamanan masing-masing browser. Saat ini BRI hanya menyediakan sarana internet banking yang lebih cocok diakses dengan menggunakan Microsoft Internet Explorer versi 7 ke atas, Mozilla Firefox versi 2.0.0 ke atas atau Safari versi 4.0.3 ke atas. Kebijakan yang dilakukan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang dalam melakukan aktivitas registrasi Internet banking adalah sebagai berikut:

A. Syarat Pendaftaran Internet Banking

1. Untuk menggunakan layanan Internet banking BRI pastinya nasabah terlebih dahulu harus menjadi nasabah BRI dengan cara membuka rekening disana.
2. Telah memiliki ATM BRI.
3. Memiliki ponsel dengan nomor operator partner BRI (telkomsel, indosat, xl, mobile-8 dll).
4. Nasabah memiliki email untuk menerima pemberitahuan setiap transaksi yang dilakukan.(selain verifikasi mtoken ke ponsel).

B. Langkah Pendaftaran

1. Daftar melalui *Customer Service* Pendaftaran dan aktivasi internet banking BRI bisa dilakukan melalui ATM atau langsung pergi ke kantor BRI terdekat dan mendaftar ke *Customer Service*. Nasabah harus membawa ponsel serta nomor yang akan didaftarkan untuk mToken. Nantinya nasabah akan menerima sms verifikasi untuk aktivasi sms banking.
2. Daftar melalui mesin ATM
 - a. Pergi ke ATM dan masukan ATM kemudian masukan password/PIN
 - b. Pilih menu Lainnya.
 - c. Kemudian pilih menu registrasi.
 - d. Selanjutnya pilih menu *Internet Banking*.
 - e. Kemudian nasabah akan diperintahkan memasukan password baru untuk layanan internet banking berjumlah 6 digit. (password boleh berbeda dengan password ATM).
 - f. Kemudian nasabah akan diminta mengulang password yang anda masukan tadi sekali lagi.
 - g. Apabila pendaftaran internet banking berhasil maka mesin ATM akan memunculkan *USER ID* internet banking nasabah kemudian di cetak di struk yang berisi *USER ID* dan *Password*. Umumnya *USER ID* berupa gabungan nama dan angka tanggal lahir nasabah.
 - h. Selanjutnya jangan lupa untuk mengingat/menyimpan informasi yang di cetak tadi bisa di note hp atau catatan lainya sekiranya tidak lupa.

C. Cara menggunakan Internet Banking BRI

Untuk mengakses layanan internet banking BRI anda bisa membuka situnya yaitu di <https://ib.bri.co.id>.

1. Masukan *USER ID* dan password yang di dapat dari ATM tadi kemudian klik tombol masuk.
2. Setelah masuk nasabah akan dihadapkan dengan halaman syarat dan ketentuan layanan Internet Banking BRI, baca dan pelajari. Jika anda setuju silahkan klik tombol setuju.
3. Kemudian nasabah diarahkan untuk merubah password dari mesin ATM tadi dan diminta memasukan email.
4. Sampai disini nasabah telah berhasil melakukan pendaftaran internet banking BRI. Perlu diketahui sampai pada tahap tersebut nasabah hanya bisa menggunakan layanan internet banking untuk melakukan cek saldo dan pemindah bukuan saja. Nasabah belum bisa melakukan transfer, pembayaran, dan sejenisnya sampai nasabah mengaktifkan mToken.

D. Aktivasi m-Token BRI

Untuk melakukan aktivasi dan Mendapatkan mToken BRI nasabah harus pergi ke kantor BRI untuk menemui *Customer Service* dengan membawa foto copy KTP, buku tabungan, ATM, dan hp dengan nomor ponsel utama nasabah yang akan di jadikan mToken.

BRI menggunakan 3 (tiga) lapis sistem pengamanan untuk melindungi akses dan transaksi Anda di internet banking BRI yaitu:

a. *Secure Socket Layer* (SSL)

SSL adalah teknologi pengamanan yang mengacak jalur antar komputer sehingga tidak dapat dibaca oleh pihak lain.

b. User ID dan Password

c. m-Token BRI mToken adalah teknologi pengamanan tambahan yang selalu menghasilkan password yang berbeda setiap kali digunakan.

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam Prosedur penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., layanan penggunaan yang diperoleh nasabah bank mengizinkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka melalui aplikasi *Mobile Banking* BRI pada *smartphone*. Secara khusus *mobile banking* berdampak positif bagi bank itu sendiri, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah memberikan keuntungan dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan diri nasabah. Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena adanya *Mobile Banking* akan semakin mempermudah para nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.
2. Strategi memperlancar transaksi elektronik nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah pengguna kelengkapan produk layanan yang siap ditawarkan (*one stop service*) lokasi yang strategis, keramahan dan efektivitas pelayanan dan fasilitas yang mendukung kenyamanan konsumen akan membuat konsumen maupun nasabahnya merasa aman dan nyaman serta nasabah akan lebih berpartisipasi ikut untuk mencoba produk yang ditawarkannya kegiatan ini bank berusaha untuk mempromosikan layanan dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank beserta produk-produk yang dimiliki. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh dan menarik dalam mempertahankan nasabahnya, banyak produk dan layanan jasa yang diawarkan oleh bank dalam memberikan pelayanan yang terbaik, seperti tabungan,

giro, deposito, transfer, payment point, m-Banking, sms Banking dan masih banyak lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam Prosedur penggunaan *Mobile Banking* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Hendaknya memberikan cara yang lebih mudah lagi dalam mendapatkan layanan tersebut tanpa melalui beberapa aktivasi melainkan langsung ada dalam layanan *smartphone* saat nasabah melakukan pembukaan rekening yang mencantumkan nomor telepon, nasabah yang awam cara tersebut sangat efektif. Hendaknya memberikan pelayanan yang lebih praktis lagi dengan cara telepon *Mobile Banking* dengan menyebutkan nomor telepon.
2. Strategi memperlancar transaksi nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. hendaknya melakukan promosi secara bertahap untuk mengetahui perkembangan yang telah berlangsung dalam pelaksanaan layanan *Mobile Banking*. Misalnya: Melakukan promosi setiap akhir bulan atau akhir periode disetiap outlet tertentu.
3. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. mengadakan talkshow dan mengadakan kegiatan sehubungan dengan pengadaan *Mobile Banking* di setiap outlet dan kantor BRI, Iklan dikoran dan radio mengenai *Mobile Banking* BRI, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. ikut serta dalam outlet-outlet atau open table tentang *Mobile Banking*, Sosialisasi kepada nasabah pada pembukaan tabungan baru.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Santi Dwi. 2012. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan

Layanan Internet Banking Di Bank Bukopin. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom.

Griffin. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Terjemahan). Jakarta. Erlangga.

Kasmir. 2010. Dasar-Dasar Perbankan. Jakarta. Grafindo.

Kotler, Philip and Keller, Kevin. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Erlangga.

Lukitasari, Fakhri. 2011. Analisis EBanking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di Bank Tabungan Negara KCP Sukoharjo. Tugas Akhir Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Lupiyoadi. 2004. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.

Putri Novita Dwi. 2010. Faktor-Faktor Customer Relationship Management Yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BRI Unit Duren Jaya Bekasi.

Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek. Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.

Tjiptono, Fandi. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi 1. Malang. Bayumedia

Tjiptono, Fandi. 2006. Manajemen Jasa. Yogyakarta. Andi.

Zakaria, Aziz. 2012. Analisis Pengaruh Penerapan Internet Banking Terhadap Kinerja Perbankan Di Indonesia. Skripsi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

ANALISIS PERBANDINGAN TRADING VOLUME ACTIVITY, ABNORMAL RETURN SAHAM DAN BID ASK SPREAD SEBELUM DAN SESUDAH STOCK SPLIT

Indria Octaviani¹⁾, Ati Harianti²⁾

^{1,2}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trilogi

Correspondence author: Ati Harianti, a_harianti@trilogi.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

A stock split is when a company divides the existing shares of its stock into multiple new shares. The split is done by dividing each existing shares into more than one shares. A lower share price can make the stock more attractive to a broad range of investors so that the sale of shares can be further increased. This study aims to determine the differences in trading volume activity, abnormal returns and bid-ask spreads before and after the stock split. The event window used in this study is 20 days consisting of 10 days before the stock split and 10 days after the stock split. This study was conducted on 28 companies that announce Stock Splits during the 2015-2019 period. The method used in this study was to use the Wilcoxon signed rank test which was processed with the help of SPSS version 25. The results of this study indicate that there are significant differences in Trading Volume Activity and Abnormal Return before and after the announcement of Stock Split.

Keywords: Stock Split, Trading Volume Activity, Abnormal Return, Bid Ask Spread

Abstrak

Stock Split atau Pemecahan Saham adalah sebuah aksi korporasi yang dilakukan perusahaan untuk memecahkan nilai nominal saham kedalam nilai nominal yang lebih kecil. Pemecahan dilakukan dengan membagi sahamnya menjadi lebih banyak, sehingga harga saham dapat lebih terjangkau oleh investor dan mendorong penjualan saham dapat lebih meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan trading volume activity, abnormal return dan bid-ask spread sebelum dan sesudah stock split. Periode jendela (event window) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 hari yang terdiri dari 10 hari sebelum stock split dan 10 hari setelah stock split. Penelitian ini dilakukan pada 28 perusahaan yang melakukan Stock Split selama periode 2015-2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji wilcoxon signed rank test yang di olah dengan bantuan spss versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam Trading Volume Activity dan Abnormal Return sebelum dan sesudah perusahaan melakukan Stock Split.

Kata Kunci: Stock Split, Trading Volume Activity, Abnormal Return, Bid Ask Spread

A. PENDAHULUAN

Pasar modal di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berkembang. Dengan fungsinya yang semakin berpengaruh, pasar modal menjadi instrumen penting dalam sistem perekonomian sebagai lembaga investasi dan penghimpun dana. Sebagai lembaga investasi dan penghimpun dana tentu pasar modal akan mempunyai hubungan yang erat dengan investor selaku pihak yang akan berinvestasi. Oleh sebab itu calon investor memerlukan informasi terkait dengan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Dalam pasar modal, ada banyak informasi yang bisa diperoleh investor. Salah satu informasi antara lain adalah pengumuman pemecahan saham atau *stock split*.

Pengumuman pemecahan saham dianggap sebagai salah satu informasi yang berarti oleh investor, hal tersebut digunakan sebagai salah satu pertimbangan untuk melakukan keputusan dalam berinvestasi di pasar modal. Pengujian kandungan informasi dimaksudkan untuk melihat reaksi dari suatu pengumuman. Reaksi ini dapat diukur dengan menggunakan return sebagai nilai perubahan harga dengan menggunakan abnormal return. Namun investor juga menilai dari kandungan informasi atas reaksi pasar yang menunjukkan pada tingkat likuiditas saham. Likuiditas saham dapat dilihat dari volume perdagangan saham tersebut dengan diukur dengan *trading volume activity* dan *bid ask spread*.

Investor tertarik berinvestasi pada saham yang benar-benar diketahui dengan pasti segala sesuatunya dimana hal ini ditunjukkan dengan adanya abnormal return yang positif disekitar pengumuman split. Volume perdagangan yang besar mencerminkan bahwa investor menggemari saham tersebut sehingga saham cepat diperdagangkan dan pada akhirnya akan meningkatkan likuiditas saham. Sampai saat ini fenomena *stock split* merupakan hal yang

menarik untuk di teliti lebih lanjut. Secara teoritis, *stock split* hanya meningkatkan jumlah lembar saham suatu perusahaan yang beredar, tidak secara langsung mempengaruhi arus kas perusahaan, tidak menambah kesejahteraan investor dan tidak memberikan tambahan nilai ekonomi bagi perusahaan. Tetapi bukti empiris mengenai *stock split* menunjukkan bahwa pasar memberikan reaksi terhadap pengumuman *stock split* yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian mengenai studi peristiwa tentang *stock split* telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Hasil penelitian yang dilakukan Widiatmoko dan Paramita (2017) menunjukkan tidak terdapat perbedaan *Trading volume Activity*, *Abnormal Return* dan *Bid Ask Spread* sebelum dan sesudah *stock split*. Hasil penelitian Hadiwijaya dan Widjaja (2018) menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada *abnormal return* saham sebelum dan sesudah pemecahan saham dan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada likuiditas saham sebelum dan sesudah *stock split* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2015. Hasil penelitian Pramana (2012) terdapat perbedaan pada *trading volume activity* sebelum dan setelah perusahaan melakukan *stock split*, tetapi tidak ada perbedaan yang signifikan pada *abnormal return* sebelum dan setelah *stock split*. Penelitian Zakiyah dan Nurweny (2018) menyatakan terdapat perbedaan pada *bid ask spread* dan abnormal return tetapi tidak ada perbedaan pada *trading volume activity*. Dari contoh penelitian terdahulu masih banyak perbedaan hasil mengenai *trading volume activity*, *bid ask spread* dan *abnormal return* sebelum dan sesudah adanya *stock split*.

Berdasarkan penelitian diatas masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk membuktikan bagaimana perbedaan *Trading Volume Activity*, *Abnormal Return*

dan *Bid Ask Spread* sebelum dan sesudah pemecahan saham tersebut.

Pemecahan Saham (stock split)

Menurut Jogiyanto (2010) pemecahan saham atau *stock splits* adalah kegiatan memecah selebar saham menjadi beberapa lembar saham (n lembar saham) sehingga harga per lembar saham baru setelah stock splits adalah sebesar $1/n$ dari harga sebelumnya. Pemecahan saham juga diartikan sebagai tindakan perusahaan untuk menaikkan jumlah saham yang beredar, seperti melipatgandakan jumlah saham yang beredar dengan menukar satu saham lama dengan dua saham baru, yang nilainya setengah dari nilai saham lama (Weston and Brigham, 1996).

Tujuan perusahaan melakukan *Stock Split* adalah meningkatkan likuiditas saham di bursa dan memberikan investor kecil untuk bisa membeli saham karena harganya akan turun saat *stock split*. Secara teoritis pemecahan saham dilatar belakangi oleh perusahaan melakukan pemecahan saham serta pengaruh yang ditimbulkan tertuang dalam beberapa teori. Latar belakang perusahaan melakukan stock split dapat dijelaskan oleh dua teori (Mason dan Roger, 1998 dalam Rohana, Jeannet, Mukhlisin, 2003) yaitu *Trading Range Theory* dan *Signalling Range Theory*.

1. *SIGNALING THEORY*

Signaling theory menyatakan bahwa stock split dianggap perusahaan memberikan sinyal yang baik kepada publik berkaitan dengan prospek perusahaan yang bagus dimasa depan, karena perusahaan yang melakukan pemecahan saham adalah perusahaan yang memiliki saham dengan harga yang tinggi, harga saham yang tinggi tersebutlah sebagai sinyal bahwa perusahaan memiliki prospek masa depan yang baik, dimana harga saham yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik (Jogiyanto, 2014).

Menurut *Signaling theory*, *stock split* hanya dilakukan oleh perusahaan yang memiliki prospek kinerja yang baik dimana perusahaan yakin bahwa harga saham setelah di pecah akan naik sesuai dengan kenaikan kinerja perusahaan di masa depan (Copeland, 1979).

Jika bereaksi pada waktu pemecahan saham bukan berarti pasar bereaksi atas informasi pemecahan saham yang tidak memiliki nilai ekonomis, melainkan mengetahui prospek perusahaan di masa depan yang disinyalkan melalui pemecahan saham. Jadi faktor yang memotivasi perusahaan melakukan pemecahan saham adalah kinerja perusahaan.

2. *TRADING RANGE THEORY*

Perusahaan yang melakukan pemecahan saham karena harga sahamnya terlalu tinggi sehingga tidak mampu di jangkau oleh calon investor kecil. Menurut *Trading Range Theory* harga saham yang terlalu tinggi menyebabkan saham tidak likuid, hal tersebut berkaitan dengan kemampuan tiap – tiap investor yang berbeda– beda, oleh karena itu perusahaan melakukan pemecahan saham dalam upaya mengarahkan harga saham pada interval tertentu yang tidak terlalu mahal. Fahmi (2010) menyatakan bahwa dengan melakukan pemecahan saham harga saham menjadi tidak terlalu tinggi sehingga mampu dijangkau oleh calon investor dan pada akhirnya meningkatkan likuiditas saham. Sehingga menurut *trading range theory*, perusahaan melakukan stock split karena memandang harga sahamnya terlalu tinggi, dengan kata lain harga saham yang terlalu tinggi itulah yang mendorong perusahaan melakukan pemecahan saham.

3. *TRADING VOLUME ACTIVITY*

Volume perdagangan saham (*Trading Volume Activity*) merupakan rasio antara jumlah lembar saham yang

diperdagangkan pada waktu tertentu terhadap jumlah saham yang beredar pada waktu tertentu (Anwar dan Nadia, 2014). Jumlah saham yang diterbitkan merupakan jumlah lembar saham saat perusahaan tersebut melakukan emisi saham. Volume perdagangan saham merupakan salah satu indikator dari reaksi pasar terhadap suatu pengumuman.

Naiknya volume perdagangan merupakan kenaikan aktivitas jual beli para investor di bursa., dan semakin meningkatnya volume perdagangan saham menunjukkan semakin diminatinya saham tersebut oleh masyarakat sehingga akan membawa pengaruh terhadap naiknya harga atau return saham. Menurut Robert Ang (1997), pendekatan volume perdagangan saham dapat digunakan sebagai proksi reaksi pasar. Dimana volume perdagangan saham lebih merefleksikan aktivitas investor karena adanya suatu informasi baru melalui penjumlahan saham yang diperdagangkan.

$$TVA = \frac{\text{jumlah saham yang beredar}}{\text{jumlah saham beredar}}$$

4. ABNORMAL RETURN

Jogiyanto (2010) menyatakan *abnormal return* adalah kelebihan dari imbal hasil yang sesungguhnya terjadi (*actual return*) terhadap imbal hasil normal. Imbal hasil normal merupakan imbal hasil ekspektasi (*expected return*) atau imbal hasil yang diharapkan oleh investor.

Dengan munculnya fenomena informasi *stock split*, *abnormal return* yang positif setelah *stock split* dapat memberikan keuntungan di atas normal pada investor, dan sebaliknya bila *abnormal return* setelah *stock split* negatif menunjukkan bahwa tingkat keuntungan yang di dapat investor di bawah normal (Pramana, 2012).

Return sendiri dapat berupa return aktual maupun return ekspektasi. Return aktual (*Actual return*) merupakan return yang telah

terjadi yang dihitung berdasarkan data historis. Return aktual penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan serta sebagai dasar penentuan return ekspektasi (*expected return*) untuk mengukur risiko di masa yang akan datang. Sedangkan return ekspektasi merupakan return yang harus diestimasi. Return ekspektasi dapat dihitung menggunakan 3 model estimasi yakni mean adjusted model, market model dan market adjusted model (Jogiyanto, 2000).

Return saham sesungguhnya ($R_{i,t}$) diperoleh dari harga saham harian sekuritas i pada waktu ke-t ($P_{i,t}$) dikurangi harga saham harian sekuritas i pada waktu ke t-1 ($P_{i,t-1}$), dibagi harga saham harian sekuritas i pada waktu t-1 ($P_{i,t-1}$) atau dengan rumus:

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}}$$

Keterangan:

$R_{i,t}$ = return tahunan perusahaan i periode t

$P_{i,t}$ = harga penutupan saham perusahaan i pada periode t

$P_{i,t-1}$ = harga penutupan saham perusahaan i pada periode t-1

Sedangkan return ekspektasi adalah return yang diharapkan akan diperoleh oleh investor di masa yang akan datang, jadi sifatnya belum terjadi. Return ekspektasi dapat dihitung menggunakan 3 model estimasi yakni *Mean Adjusted Model*, *Market Model* dan *Market Adjusted Model*.

$$ARI_t = R_{i,t} - E(R_{i,t}) \dots\dots\dots$$

Keterangan:

ARI_t : *Abnormal return* untuk saham i pada hari ke t

$R_{i,t}$: *Actual return* untuk saham i pada hari ke t

$E(R_{i,t})$: *Expected return* untuk saham i pada hari ke t

5. BID ASK SPREAD

Bid-ask spread merupakan selisih antara *bid price* dengan *ask price*. Bid price merupakan harga tertinggi yang dibayarkan oleh seorang pembeli sekuritas tertentu. Ask price adalah harga

terendah yang bersedia ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Hartono, 2000). Spread adalah perbedaan harga jual dan harga beli. Terdapat dua model spread yakni dealer spread dan market spread. Dealer spread merupakan selisih antara harga bid dan harga ask yang disebabkan karena individu dealer ingin memperdagangkan sekuritas dengan aktivitya sendiri.

Bid-ask spread adalah perbedaan antara nilai permintaan tertinggi investor untuk membeli dan nilai penawaran terendah investor untuk menjual. Bid-ask spread seringkali digunakan sebagai ukuran likuiditas dari suatu saham. Bid-ask spread berbanding terbalik dengan likuiditas saham.

Jika likuiditasnya tinggi, bid-ask spread rendah. Saham yang aktif diperdagangkan cenderung memiliki bid-ask spread yang lebih rendah dibandingkan dengan saham yang tidak aktif diperdagangkan. Dengan demikian, jika semakin kecil bid-ask spread, maka akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk mencapai harga transaksi, sehingga saham semakin mudah diperdagangkan.

Hipotesis

H₁ : Terdapat perbedaan signifikan *Trading Volume Activity* (TVA) sebelum dan sesudah pengumuman *stock split*.

H₂ : Terdapat perbedaan signifikan *Abnormal Return* (AR) sebelum dan sesudah pengumuman *stock split*.

H₃ : Terdapat perbedaan signifikan *Bid-Ask spread* sebelum dan sesudah pengumuman *stock split*.

B. METODE PENELITIAN

Dalam pengumpulan data dan bahan untuk melakukan penelitian ini, digunakan metode-metode pengumpulan data sebagai berikut:

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian (Arikunto 1998: 108). Dalam penelitian ini popuasinya adalah perusahaan go public yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Sasaran dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan stock split periode 2015-2019.

Penelitian ini juga bersifat event study dengan menggunakan peristiwa stock split sebagai event penelitian yang menjadi fokus penelitian berkenaan dengan hipotesis penelitian. Penetapan tanggal pengumuman pemecahan saham digunakan $t=0$ yaitu tanggal diumumkannya pemecahan saham. Periode pengamatan (event window) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 20 hari bursa yang dibagi menjadi 2 yaitu $t = -10$ (10 hari sebelum stock split) dan $t = 10$ (10 hari sesudah stock split).

Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria:

1. Perusahaan tersebut listing go public di BEI selama tahun 2015- 2019.
2. Mengumumkan kebijakan stock split periode 2015-2019.
3. Perusahaan tersebut tidak melakukan corporate action lain, seperti right issue, pembagian deviden dan pembagian saham bonus
4. Sampel saham yang dipilih aktif diperdagangkan 10 hari seputar pemecahan saham.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan program SPSS Versi 25. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t pada sampel berpasangan atau paired-sample t test. Uji t mensyaratkan data terdistribusi normal. Jika data tidak terdistribusi normal, maka uji t tidak dapat digunakan. Alternatifnya adalah menggunakan statistik nonparametrik yang

ekuivalen dengan paired-sample t test, yaitu Wilcoxon Signed Rank test (Kadir, 2016)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi dasar yaitu uji normalitas. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini adalah uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan program SPSS 22.00. Taraf signifikansi (α) sebesar 5 persen (0,05). Data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi dari uji One Sample Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari α , dalam penelitian ini 0,05 (Priyatno, 2014)

Tabel 1 Hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabels	Test Statistik	Asymp. Sig. (2-tailed)
Trading Volume Activity - sebelum	0,287	0,000
Trading Volume activity- sesudah	0,261	0,000
Abnormal Return- sebelum	0,526	0,000
Abnormal Return- sesudah	0,532	0,000
Bid ask spread-sebelum	0,369	0,000
Bid ask spread-sebelum	0,420	0,000

Sumber : hasil SPSS 22.0 diolah

Tabel diatas menunjukkan rata-rata Trading volume activity, Abnormal return dan Bid ask spread 10 hari sebelum dan 10 hari sesudah stock split berdistribusi tidak normal dengan probabilitas signifikansi dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000 dan 0,000. Sehingga selanjutnya dilakukan uji hipotesa dengan menggunakan uji nonparametik Wilcoxon Signed Rank Test

Uji Hipotesis

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa data berdistribusi tidak normal, sehingga dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan

menggunakan uji Wilcoxon Signed Rank Test (Kadir, 2016). Selanjutnya dilakukan pengujian dengan uji non parametik menggunakan wilcoxon signed rank test untuk data yang tidak berdistribusi normal.

Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Tabel 2 Uji Wilcoxon Signed Rank Test Trading volume activity (TVA)

Test Statistics ^a	
	TVA Sesudah 10 hari – TVA Sebelum 10 hari
Z	-2,186 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,029

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber: hasil SPSS 22.0 diolah

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,029 ini berarti dibawah tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat perbedaan yang signifikan trading volume activity, sebelum dan sesudah *stock split*.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa terdapat penurunan trading volume activity sesudah pengumuman pemecahan saham. Artinya pasar merespon negatif terhadap pengumuman pemecahan saham yang dilakukan perusahaan. Hal ini bisa terjadi karena investor tidak tertarik untuk membeli saham tersebut walaupun harga sahamnya rendah. Ketidaktertarikan tersebut bisa jadi karena investor menilai perusahaan yang melakukan pemecahan saham tersebut tidak dapat memberi keuntungan.

Hasil ini mendukung penelitian Permana yang menyatakan terdapat perbedaan yang signifikan pada trading volume activity sebelum dan setelah stock split, tetapi tidak mendukung penelitian Widiatmoko dan Paramita (2017) dan penelitian Hadiwijaya dan Widjaja (2018) yang menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan pada trading volume activity sebelum dan sesudah stock split.

Tabel 3 Uji Wilcoxon Signed Rank Test
 Abnormal return

Test Statistics ^a	
Abnormal Sesudah 10 hari – Abnormal Sebelum 10 hari	
Z	-4,486 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber: hasil SPSS 22.0 diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa pengujian hipotesis menggunakan uji wilcoxon signed rank test memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ini berarti menunjukkan di bawah batas probabilitas yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada abnormal return saham sebelum dan sesudah stock split

Bid Ask Spread

Tabel dibawah ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,909 ini berarti di atas batas probabilitas yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,05. Oleh sebab itu maka Ho diterima dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada bid ask spread sebelum dan sesudah stock split.

Tabel 4 Uji Wilcoxon Signed Rank Test
 Bid ask spread

Test Statistics ^a	
Bid Ask Sesudah 10 hari – Bid Ask Sebelum 10 hari	
Z	-,114 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,909

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber: hasil SPSS 22.0 diolah

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini diketahui bahwa terdapat penurunan trading volume activity sesudah

pengumuman pemecahan saham. Artinya pasar merespon negatif terhadap pengumuman pemecahan saham yang dilakukan perusahaan, ini menunjukkan pasar belum cukup yakin terhadap pengumuman pemecahan saham yang dilakukan perusahaan, hal tersebut biasanya berkaitan dengan kinerja saham yang belum cukup membuat calon investor yakin serta resiko pasar yang tidak menentu atau terlalu besar. Liquidity theory menyatakan bahwa dengan perusahaan melakukan stock split maka harga saham yang tinggi akan lebih mudah dijangkau oleh para investor, sehingga akan lebih banyak investor yang akan melakukan transaksi saham, dan saham perusahaan akan menjadi lebih aktif untuk diperdagangkan. Namun pada penelitian ini, pasar merespon dengan negatif sehingga TVA menurun.

Hasil ini mendukung penelitian Permana (2012) yang menyatakan terdapat perbedaan yang signifikan pada trading volume activity sebelum dan setelah stock split dimana terjadi penurunan trading volume activity, tetapi tidak mendukung peneltian Widiatmoko dan Paramita (2017) dan penelitian Hadiwijaya dan Widjaja (2018) yang menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan pada trading volume activity sebelum dan sesudah stock split.

Hasil rata-rata abnormal return menunjukkan ada perbedaan yang signifikan pada saat sebelum dan sesudah perusahaan melakukan stock split. Dilihat dari penurunan rata-rata abnormal return yang signifikan pada saat sesudah perusahaan melakukan stock split. Hal ini menunjukkan bahwa investor bereaksi negatif terhadap pengumuman stock split dan kurang tertarik untuk membeli saham dengan nominal baru di perusahaan tersebut. Namun hasil ini juga menunjukan indikasi pasar bereaksi secara lambat atas peristiwa stock split. Disebabkan abnormal return signifikan menurun 10 hari setelah perusahaan melakukan stock split.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hadiwijaya dan Widjaja (2018) yang menyatakan terdapat perbedaan yang signifikan pada abnormal return sebelum dan sesudah perusahaan melakukan stock split dan

berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adliah (2017) yang menyatakan terdapat abnormal return yang bernilai positif di sekitar pengumuman stock split,

Pada penelitian ini rata-rata bid ask spread sesudah perusahaan melakukan stock split lebih rendah dibandingkan dengan sebelum stock split, tetapi tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara bid ask spread sebelum dengan sesudah stock split. Hal ini kemungkinan pada periode tersebut informasi yang tersebar di pasar modal sudah bersifat simetris atau informasi tentang stock split sudah tersebar merata di pasar modal sehingga para dealer sudah mulai bergairah dalam bertransaksi. Dengan mulai bergairahnya transaksi saham yang dilakukan dealer di pasar modal, mengakibatkan spread yang diperoleh menyempit atau menurun. Dampak dari menurunnya spread saham tersebut maka biaya kepemilikan saham yang ditanggung lebih kecil dan saham-saham yang diperdagangkan semakin likuid.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Widiatmoko dan Paramita (2017) dan bertentangan dengan penelitian Zakiyah dan Nurweny (2018).

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan hasil uji wilcoxon terhadap rata rata trading volume activity (TVA), pada periode sebelum dan sesudah pengumuman pemecahan saham, secara statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara TVA sebelum dan sesudah pemecahan saham. Terjadi menurunnya nilai rata-rata TVA sesudah stock split. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa peristiwa stock split bukanlah good news. Sehingga menyebabkan reaksi negatif dari para investor.

Hasil uji wilcoxon terhadap rata rata abnormal return dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada

abnormal return sebelum dan sesudah stock split. Terjadi penurunan rata-rata abnormal return saat sesudah perusahaan melakukan stock split. Penurunan abnormal return ini bisa disebabkan oleh pasar yang merespon negatif atas adanya peristiwa stock split, investor cenderung menganggap bahwa informasi yang terkandung didalamnya sebagai bad news.

Hasil uji wilcoxon pada Bid Ask Spread antara sebelum dan sesudah stock split, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada bid ask spread sebelum dan sesudah stock split. Penurunan bid ask spread setelah perusahaan melakukan stock split disebabkan oleh berkurangnya komponen biaya transaksi karena harga pasar saham yang menjadi lebih murah sehingga meningkatkan daya tarik investor yang menyebabkan perdagangan menjadi lebih aktif.

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

Bagi Investor dalam mengambil keputusan investasi sebaiknya tidak hanya berdasarkan informasi stock split yang dilakukan perusahaan saja. Investor harus dapat memilah dan menganalisis informasi lain untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan,

Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan sampel yang lebih banyak dan memilih variabel-variabel lain yang mempengaruhi stock split agar mendapatkan tambahan informasi yang lebih baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Adliah, Shabrina Nur. 2017. Analisis Abnormal Return dan Trading Volume Activity Sebelum dan sesudah Stock Split : Studi pada Perusahaan Go Public Periode 2014-2016. Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis. (Volume 49 No. 1).
- Alexander dan Kadafi, M. Amin. 2018. Analisis abnormal return dan trading

- volume activity sebelum dan sesudah stock split pada perusahaan yang terdaftar di BEI.
- Anwar, Fahrizal dan Nadia Asandimitra. 2014. Analisis Perbandingan Abnormal Return, Trading Volume Activity, dan Bid-Ask Spread Sebelum dan Sesudah Stock Split. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 7(1)
- Asriningsih, Wening. 2015. Analisis Abnormal Return dan Likuiditas Saham Sebelum dan Sesudah Stock Split Periode 2018-2012. *Jurnal Economia Universitas Negeri Yogyakarta* (Volume 11 No. 1).
- Copeland, Thomas E. 1979. Liquidity Change Following Stock Splits. *Journal of Finance*, Vol. XXXIV, No.1 (march), p.115-141.
- Fama, E. F., Fisher, L., Jensen M. C., & Roll, R., 1969, "The Adjustment of Stock Prices to New Information", *International Economic Review*, Vol. 10, pp. 1- 21.
- Griffin, Carroll Howard. 2010. Abnormal Returns and Stock Splits: The Decimalized vs Fractional System of Stock Price Quotes. *International Journal of Business and Management*, 5(12), pp:3-13.
- Hadiwijaya, Cindy, & Widjaja, Indra. 2018. Analisis perbandingan abnormal return dan likuiditas saham sebelum dan sesudah stock split pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2010-2015.
- Hartono, Jogiyanto. 2000. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketiga. Yogyakarta:BPFE. Hartono, Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. Yogyakarta: BPFE. Hartono, Jogiyanto. 2013. *Teori dan Analisis Investasi*. Edisi Kedelapan. Yogyakarta : BPFE. Hartono, Jogiyanto. 2014 *Teori dan Analisis Investasi*. Edisi Kesembilan. Yogyakarta: BPFE.
- Pramana, Andi. 2012. "Analisis Perbandingan Trading Volume Activity dan Abnormal Return Saham Sebelum dan Sesudah Pemecahan Saham (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Inonesia Periode 2007-2011)". *Diponegoro Journal Management*.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Weston, J. Fred & Eugence F. Brigham, *Modern Portfolio*, 11 edition, 1996, The Dryden Pass, New York.
- Widiatmoko, Paramita (2017). Analisis perbedaan return saham, Trading Volume Activity dan Bid Ask Spread sebelum dan sesudah Stock Split (studi kasus pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014). *Jurnal Manajemen* [vol 14 no.1, Mei 2017 :17-32].

MASA DEPAN PRODI VOKASI KEUANGAN DAN PERBANKAN DI ERA NEO BANK DAN MERDEKA BELAJAR

Teddy Rochendi¹⁾, Slamet Soesanto²⁾

¹⁾Prodi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

²⁾Prodi D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma

Correspondence author: Slamet Soesanto, slamet.soesanto@swadharma.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

Vocational education is education that emphasizes the importance of the profile of its graduates having certain skills that are specifically designed to meet the needs of industry as workers or as entrepreneurs. The massive use of information technology in the financial and banking industries has made it easier for people to transact business. The process of financial transactions involving a lot of human intervention can now be replaced by machines (technology). So it becomes a necessity that cannot be avoided by the banking finance study program so that it immediately adapts, where the graduate profile is prepared to be compatible with the needs of the industry. In the context of "free learning" students are given the option to explore their inner talents and abilities through learning opportunities outside the study program or outside the campus without being hampered by the completion of the main study program taken. Learning outcomes become the guide for the ongoing teaching and learning process. The driving elements for the realization of learning outcomes are: curriculum, lecturers, students, infrastructure/technology. By reconstructing the curriculum of the banking finance study program, it is hoped that this study program will be of higher quality and demand, which will then be able to have a direct positive impact on the progress of the finance and banking industry and the sustainability of the study program itself.

Keywords: vocational study program, neo bank, independent learning

Abstrak

Pendidikan vokasi merupakan pendidikan yang menekankan pentingnya profil lulusannya memiliki ketrampilan tertentu yang secara khusus dirancang guna memenuhi kebutuhan industri sebagai tenaga kerja ataupun sebagai wirausahawan. Merasuknya penggunaan teknologi informasi yang masif di industri keuangan dan perbankan menyebabkan semakin mudah masyarakat bertransaksi bisnis. Proses transaksi keuangan banyak melibatkan campur tangan manusia saat ini sudah bisa digantikan oleh mesin (teknologi). Maka menjadi sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindari oleh program studi keuangan perbankan agar segera menyesuaikan diri, dimana profil lulusannya disusun compatible dengan kebutuhan industri. Dalam konteks "merdeka belajar" mahasiswa diberikan pilihan untuk mengeksplorasi bakat dan kemampuan dalam dirinya melalui kesempatan belajar di luar program studi atau

di luar kampus tanpa terhambat masa penyelesaian program studi utama yang ditempuh. Capaian pembelajaran menjadi pegangan berlangsungnya proses belajar mengajar. Elemen pendorong terwujudnya capaian pembelajaran yaitu : kurikulum, dosen, mahasiswa, infra struktur / teknologi. Dengan merekonstruksi kurikulum prodi keuangan perbankan , diharapkan prodi ini semakin berkualitas dan diminati, selanjutnya akan mampu memberikan dampak positif secara langsung terhadap kemajuan industri keuangan dan perbankan dan keberlangsungan program studi itu sendiri..

Kata Kunci: prodi vokasi, neo bank, merdeka belajar

A. PENDAHULUAN

Setiap Perguruan Tinggi penyelenggara program studi Keuangan dan Perbankan memiliki capaian pembelajaran yang dirumuskan dalam bentuk aneka ragam rangkaian kalimat meskipun demikian ada poin-poin penting serupa yang bisa diidentifikasi. Poin-poin tersebut yaitu pentingnya lulusan prodi ini terserap di industri, terbentuknya semangat wiraswasta, terwujudnya kepakaran pengetahuan, dan bisnis, berintegritas, beretika serta adaptif dalam menghadapi perkembangan teknologi di bidang keuangan dan perbankan dan diakui secara nasional dan internasional.

Hal yang paling krusial bagi prodi yaitu menjawab tantangan apakah capaian pembelajaran prodi yang telah dirumuskan tersebut sudah tercapai secara maksimal. Untuk menjawab tantangan tersebut perlu dilakukan kajian atas proses dan tahapan penyusunan program dan pelaksanaan pendidikannya.

Kualitas pelaksanaan setiap tahapan proses belajar mengajar melibatkan banyak sumber daya. Dua pilar utama menjadi penopang keberhasilan prodi yaitu kemauan dan kemampuan perguruan tinggi dalam menyelenggarakan prodi, dimana setiap proses dan tahapannya dijamin terlaksana sesuai rencana. Pilar Kemauan tercermin di visi dan misi dijabarkan menjadi rencana strategi dan rencana operasi serta tahapan pencapaiannya. Sedangkan Pilar Kemampuan yaitu kemampuan perguruan tinggi menjalin kerjasama dengan dunia industri, kemampuan merumuskan capaian pembelajaran prodi,

penyusunan kurikulum yang terkini, pengadaan dan pengembangan dosen, tenaga administrasi kependidikan, kesiapan sarana dan prasarana seperti Sistem Informasi Proses Belajar Mengajar, ruang belajar, perpustakaan serta sarana fisik lainnya yang mendukung terciptanya atmosfer belajar mengajar yang baik.

Karena ciri utama inti pengajaran program pendidikan vokasi adalah lebih mengedepankan keterampilan dan keahlian dibandingkan dengan kuliah teori maka isi kurikulum prodi ini harus sedekat mungkin dengan kebutuhan industri. Sehingga tingkat keberhasilan terserapnya lulusan program studi di industri keuangan dan perbankan tinggi.

Sektor industri Keuangan dan Perbankan, sebagai lahan tujuan lulusan prodi ini berkarya. Perkembangan terkini industri keuangan dan perbankan telah memasuki era digital yang sangat luar biasa, hal ini perlu diperhatikan dan dijadikan pertimbangan utama oleh perguruan tinggi.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan cara mengkaji fenomena yang terjadi di Industri Keuangan dan Perbankan, Kebijakan dan Peraturan Lembaga Otoritas / Kementerian terkait. Metode ini bertujuan untuk menghasilkan kajian komprehensif atas beberapa fenomena. Fenomena tersebut yaitu

1. Digitalisasi transaksi keuangan yang semakin masif menyebabkan proses transaksi dapat dilakukan secara online

sehingga perbankan tidak perlu lagi melakukan ekspansi pembukaan kantor baru, sehingga berdampak pada berkurangnya penerimaan pegawai baru.

2. Kampus Merdeka dan Belajar Merdeka mengharuskan perguruan tinggi menyediakan program alternatif yang bisa dipilih oleh mahasiswa secara mandiri selama menempuh masa studi.
3. Tinjauan kurikulum vokasi Program Studi Keuangan dan Perbankan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi Keuangan dan Perbankan Terkini

Otoritas Jasa Keuangan merubah pengelompokan bank dari Bank Umum berdasarkan Kegiatan Usaha (BUKU) menjadi Kelompok Bank berdasarkan Modal Inti (KBMI).

KBMI terdiri dari 4 level. KBMI 1 berisi bank-bank dengan modal inti sampai dengan Rp6 triliun, KBMI 2 berisi bank-bank dengan modal inti Rp6 triliun - Rp14 triliun. KBMI 3 berisi bank-bank dengan modal inti Rp14 triliun-Rp70 triliun. KBMI 4 adalah bank-bank dengan modal inti lebih dari Rp70 triliun. Aturan terkait modal inti bank umum tertuang dalam peraturan OJK (POJK) Nomor 12/POJK.03/2020 tanggal 6 Maret 2020 tentang Konsolidasi Bank Umum. Peraturan tersebut semakin mendorong perbankan melakukan penggabungan diri. Demi pertimbangan efisiensi operasional bank, bank kecil dan menengah “terpaksa” merger atau akuisisi. Dengan demikian, bank akan lebih efisien. Kompetisi antarbank makin kuat persaingan tentu memberikan dampak bagi kemajuan industri perbankan di Indonesia.

Ada beberapa alasan mengapa bank digital ini menjadi sangat penting bagi masa depan ekonomi nasional.

1. Kebiasaan dan tuntutan masyarakat berubah. Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tren publik atas layanan perbankan digital semakin tinggi, terutama setelah pandemi terjadi. OJK menyebutkan,

sebanyak 35% nasabah ingin bisa mengajukan kredit secara online. Sebanyak 41% nasabah ingin bisa mengakses mutasi rekening jauh lebih panjang ke belakang. Sebanyak 42% nasabah ingin bisa membuka rekening secara online. Jadi, mulai pembukaan rekening bank hingga transaksi keuangan diharapkan bisa dilakukan secara online.

2. Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia termasuk tertinggi di Asia. Nilai ekonomi dari pertumbuhan internet ini meningkat tajam. Dari data McKinsey Global Banking, nilai ekonomi dari perkembangan internet di Indonesia pada 2015 hanya 8 miliar dolar AS, naik menjadi 40 miliar dolar pada 2019, dan diprediksi naik menjadi 133 miliar dolar pada 2025.
3. Pemilikan ponsel yang terus naik. Tercatat, ada 355 juta ponsel yang dimiliki warga Indonesia, dengan 60% nya berbentuk ponsel cerdas. Dari jumlah itu, ada 160 juta warga Indonesia yang tercatat sebagai pengguna aktif internet. Total 61 persen dari pengguna internet tersebut, memanfaatkan layanan perbankan mobile (mobile banking).

Dari aspek jumlah nasabah maka generasi milenial dan gen z akan menjadi market terbesar dalam lima tahun mendatang dimana 60% mendominasi sebagai nasabah bank. Sementara itu Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo memperkirakan transaksi digital banking sepanjang 2021 akan mencapai Rp. 32.206 triliun, lebih tinggi dibandingkan pada 2020 yang sebesar Rp. 27.036 triliun. Besarnya transaksi ini jauh lebih tinggi dari nominal Produk Domestik Bruto Indonesia. Menurut Ekonom Institute for Development of Economics and Finance (Indef) Aviliani di Indonesia terdapat 40 perbankan dari total 110 bank yang berpotensi menjadi Neo Bank pada masa depan. Hal ini sejalan dengan upaya perbankan dan fintech menggaet para nasabah. Dengan demikian sangat mudah diprediksi layanan bank digital di Indonesia bakal

melesat apalagi pemilikan ponsel dan pengguna internet yang terus naik.

Industri Bank Digital

Era digital telah menggeser layanan jasa perbankan. Layanan transaksi keuangan yang semula menjadi domain perbankan saja saat ini sudah bisa dilayani oleh perusahaan non bank. Sehingga hal ini praktis menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi bank tradisional untuk melakukan pengembangan bidang teknologi dan digital.

Bank digital menembus akses masyarakat yang selama ini belum tersentuh layanan bank. Bank Digital merupakan salah satu bentuk dari Neo Bank, disebut juga dengan Internet Only bank, Virtual Bank. Peraturan OJK nomor 12 /POJK.03/2018 memberikan batasan pengertian Bank Digital yaitu suatu layanan perbankan elektronik yang dibuat untuk bisa memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam upaya melayani nasabah secara lebih mudah, cepat, sesuai kebutuhan nasabah, dan juga bisa dilakukan secara sendiri oleh nasabah namun tetap memperhatikan aspek keamanan. Neo Bank hadir sebagai sebuah institusi alternatif yang menawarkan jasa perbankan berbasis digital dan sejatinya memang bukan bank. Neo Bank bisa didirikan oleh perusahaan non bank, yang saat ini perkembangannya sangat pesat.

Jasa layanan keuangan bank tradisional telah bertransformasi menjadi Neo Bank dan ini adalah sebuah keniscayaan yang tidak bisa dihindari. Sejumlah bank cukup agresif menawarkan aplikasi-aplikasi penghimpunan dana masyarakat secara digital, layanan aplikasi penyaluran dana perkreditan secara online. Gubernur Bank Indonesia Perry Murjiyo menjelaskan saat ini ada 10 hingga 15 bank yang siap bertransformasi dalam digitalisasi semua layanan dan produknya keuangannya.

Operasi Neo Bank memanfaatkan jaringan internet, dimana layanan transaksi keuangan berlangsung secara cashless. Sehingga masyarakat mempunyai pilihan bertransaksi keuangan tanpa melalui bank. Tidak ada

transaksi tunai, keberadaan kantor cabang tidak diperlukan lagi. Sedikit demi sedikit model transaksi semacam ini sedang merangsek dan telah memberikan pengaruh yang besar pada perusahaan jasa layanan keuangan non bank seiring dengan bertumbuhnya sektor perdagangan online di Indonesia. Fenomena ini memunculkan kemudahan dan keunggulan layanan keuangan yang dirasakan oleh pengguna jasa sekaligus merupakan jawaban dari kebutuhan transaksi keuangan generasi milenial. Meskipun ada pendapat yang meragukan bahwa Neo Bank akan bisa menggantikan operasional layanan bank tradisional. Namun beberapa fakta berikut ini kiranya perlu menjadi perhatian yang sangat serius bagi bank-bank tradisional.

1. Di dalam negeri bermunculan bank digital seperti Jenius (Bank BTPN), Wokee (Bank Bukopin), Digital (Bank DBS), TWRW (Bank UOB), Bank Jago. Di luar negeri beberapa Neo Bank sudah memiliki jutaan nasabah. Seperti Nubank di Brazil, Monzo di Inggris, N26 di Jerman atau Chime di Amerika Serikat.
2. Para pemain bisnis keuangan global ternama seperti Jack Ma, Jess Bezos sangat memperhitungkan masa depan bank digital sebagai sentral layanan industri keuangan masa depan. Demikian juga dengan India yang memiliki sumber daya manusia unggul bidang aplikasi teknologi informasi. Karena itulah Bank Digital dijuluki sebagai challenger bank.
3. Dukungan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengakselerasi transformasi digital perbankan dalam menghadapi perkembangan digital. Otoritas moneter mendorong integrasi seluruh lembaga jasa keuangan khususnya bank dan teknologi finansial untuk lebih kolaboratif dalam memperlancar sistem pembayaran berbiaya murah. Bank Indonesia akan sangat agresif melakukan digitalisasi sistem pembayaran. Akibatnya semakin sedikit tenaga kerja yang dibutuhkan.

Kehadiran Neo Bank di Indonesia pun seperti mendesak karena kini marak

penggunaan alat pembayaran di luar negeri, seperti berbelanja menggunakan Amazone dan e-commerce di dalam negeri, dengan produk jualan barang impor. Lalulintas transaksi keuangannya tidak lagi seluruhnya melibatkan bank. Karena itulah Neo Bank bagi industri perbankan tradisional tetap menjadi ancaman nyata yang mendorong sangat kuat agar industri perbankan juga menawarkan layanan digital dengan mekanisme dan sistem yang sama yaitu penggunaan teknologi informasi sesuai dengan zamannya.

Keunggulan Neo Bank

Perkembangan Neo Bank demikian pesat dan cepat karena bank tradisional dinilai gagal membuat perbankan jadi bagian dari kehidupan pelanggan. Neo Bank memudahkan perencanaan dan penyelesaian segala kebutuhan sehari-hari. Ini bisa dilihat dari fitur-fitur layanan bank digital mulai dari tabungan, deposito, perencanaan keuangan, investasi, donasi sosial, hingga pembayaran digital yang dirancang mengutamakan customer sehingga produk-produk layanannya berpihak pada pelanggan. Mudah diakses di mana saja dan kapan saja, transaksi keuangan kirim-terima uang, bisa dilakukan di mana saja dan 24 jam dalam sepekan. Tak ada antrian atau harus tatap muka untuk menyelesaikan berbagai transaksi keuangan.

Dari sini Neo Bank memiliki keunikan cara terbaik berjualan produknya. Fitur dan kemudahan yang ditawarkan sulit ditandingi oleh bank tradisional seperti tidak ada biaya pemeliharaan akun bulanan, penarikan di ATM dimanapun tanpa biaya. Tanpa persyaratan saldo minimum. Tidak mengenakan biaya overdraft. Neo Bank berhasil membuat layanan perbankan jadi bagian dari kehidupan pelanggan dimana ada fitur budgeting, auto savings atau alert yang memudahkan customers mengontrol supaya tidak berlebihan dalam pengeluaran. Neo Bank sangat cepat dalam merespon tren dan preferensi customer serta mengeksplorasi kehebatan smartpone.

Daya tarik lain dari Neo Bank yaitu nasabah dapat membuat akun dalam 15 menit. Semua proses input data nasabah dilakukan via aplikasi online tanpa harus pergi ke kantor bank atau dikunjungi oleh pegawai bank. Sehingga siapa saja bisa dengan mudah membuka rekening bank dan bertransaksi. Dampak yang terlihat jelas dari digitalisasi layanan keuangan perbankan ialah berkurangnya peran manusia karena diganti oleh mesin. Pertumbuhan jumlah kantor cabang bank akan semakin melambat dan kemungkinan akan berkurang yang digantikan dengan digital outlet.

Selain perbankan startup non-bank berlomba mengeluarkan produk bank seperti 'deposito' dengan bunga tinggi, tabungan serta kartu debit. Hasil kemitraan antara Gojek dan PT Bank Jago misalnya menghasilkan sebuah bank digital, yang mana dapat memudahkan masyarakat dalam menjangkau layanan finansial secara universal. Dari data McKinsey Global Banking, nilai ekonomi dari perkembangan internet di Indonesia pada 2015 hanya 8 miliar dolar AS, naik menjadi 40 miliar dolar pada 2019, dan diprediksi naik menjadi 133 miliar dolar pada 2025.

Pertumbuhan E-Commerce

Seiring pertumbuhan transaksi e-commerce yang pesat, pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia termasuk tertinggi di Asia. Nilai ekonomi dari pertumbuhan internet ini meningkat tajam. McKinsey dalam laporan hasil penelitiannya mengeksplorasi dampak digital pada perdagangan online menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pasar perdagangan online terbesar di Asia Tenggara. Indonesia menghasilkan pendapatan sekitar \$ 2,5 miliar dan kemungkinan \$ 20 miliar pada tahun 2022. Dari nilai tersebut 30 persen perdagangan online adalah konsumsi baru, atau pembelian yang tidak akan terjadi tanpa adanya perdagangan online, dan cenderung meningkat.

Sektor perdagangan online Indonesia telah memberikan pengaruh yang besar terhadap

pekerjaan. Diperkirakan pada tahun 2022, perdagangan online akan mendukung secara langsung atau tidak langsung 26 juta pekerjaan, dibandingkan dengan empat juta hari ini. Dukungan langsung mencakup pekerjaan baru yang akan tidak ada sebelumnya (misalnya, pemrogram di perusahaan perdagangan online dan posisi di perusahaan logistik).

Sebagai salah satu pilar terbesar dan dengan pertumbuhan tercepat perdagangan online akan menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Fenomena Neo Bank tidak terlepas dari aktifitas e-commerce. Total transaksi digital banking didukung oleh transaksi e-commerce tahun lalu mencapai Rp. 253 triliun dan diperkirakan akan melonjak hingga 33,2% menjadi Rp. 337 triliun pada tahun ini.

Nilai transaksi keuangan sebesar itu berlangsung secara cashless sedikit melibatkan bank. Dengan demikian tidak menunggu lama bahwa layanan jasa perbankan konvensional terutama yang consumer banking dan retail banking seluruhnya akan bergeser ke Neo Bank. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan keuangan digital menjadi sangat penting bagi masa depan ekonomi nasional.

Momentum Merdeka Belajar

Menurut Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Kebijakan Merdeka Belajar bertujuan untuk membentuk pelajar Pancasila yang ditandai dengan enam ciri yaitu:

1. beriman, bertaqwa, dan berakhlak.
2. kreatif yang memiliki kemampuan berkarya, kemampuan untuk menemukan jalan-jalan yang tidak konvensional, mampu beradaptasi terhadap perubahan dan juga berinovasi.
3. memiliki kemauan bergotong-royong, kemampuan kompetensi berkolaborasi dan bekerja sama sebagai suatu tim.
4. mempunyai rasa hormat terhadap perbedaan, mencintai keberagaman nasional, mempunyai spirit nasionalisme yang tinggi, dan saling mencintai sesama,

5. memiliki kemampuan bernalar kritis, memecahkan permasalahan, berpikir secara kritis, memproses informasi secara kritis, dan juga kemampuan berpikir secara terstruktur dan kuantitatif.
6. Pelajar yang kemandirian kemampuan, independen dan secara mandiri mencari ilmunya sendiri.

Pembelajaran dalam Kampus Merdeka memberikan tantangan dan kesempatan untuk pengembangan kreativitas, kapasitas, kepribadian, dan kebutuhan mahasiswa, serta mengembangkan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan, permasalahan riil, interaksi sosial, kolaborasi, manajemen diri, tuntutan kinerja, target dan pencapaiannya.

Konsep dan peraturan Merdeka Belajar wajib disiapkan oleh perguruan tinggi, sebagai sarana bagi mahasiswa untuk memilih cara tempuh menyelesaikan masa studinya. Mahasiswa diberi kesempatan untuk menggunakan haknya belajar di luar prodinya atau di luar kampusnya. Bentuk pembelajarannya fleksibel bisa berlangsung secara klasikal atau di lingkungan kerja industri.

Merdeka Belajar menawarkan kemerdekaan dan keleluasaan kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi potensinya secara maksimal dengan menyesuaikan minat, bakat. Dengan kemerdekaan dan kebebasan ini, diharapkan para lulusan menjadi semakin berkualitas, menghadapi dunia kerja atau pengembangan diri lainnya.

Untuk itu Prodi Keuangan dan Perbankan ini sangat memiliki kesempatan yang luas menjalin kerjasama dengan dunia industri sebagai tempat mahasiswa melaksanakan kerja magang, atau praktek kerja lapangan lainnya. Hasil dari kegiatan magang dapat dikonversikan menjadi satuan kuliah semester, sehingga selain memperoleh pengalaman di industri mahasiswa juga dapat mengurangi beban belajarnya. Keuntungan lain yang diperoleh mahasiswa bilamana selama magang menunjukkan potensi dan perilaku

yang baik akan sangat mungkin perusahaan mendahulukannya dalam proses rekrutmen pegawai baru.

Kurikulum Program Studi

Perguruan Tinggi sebagai penyelenggara prodi secara mandiri diberi hak yuridis untuk melakukan perubahan kurikulum sebagaimana tertuang di dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012. Di Pasal 35 ayat 2 undang-undang ini menyebutkan bahwa Kurikulum Pendidikan Tinggi dikembangkan oleh setiap Perguruan Tinggi dengan mengacu pada Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti) untuk setiap program studi. Outcome Based Education menjadi bagian penting dari penyusunan kurikulum. Dengan demikian bahwa pengembangan kurikulum merupakan hak dan kewajiban masing-masing perguruan tinggi yang dilakukan secara rutin sebagai tanggapan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, kebutuhan masyarakat, serta kebutuhan pengguna lulusan.

Alasan kurikulum prodi menjadi pertama kali dipilih karena kurikulum merupakan acuan penyelenggaraan belajar mengajar sekaligus sebagai blueprint gambaran tertulis tentang apa yang ingin dihasilkan. Kurikulum prodi vokasi terlihat seperti jalan lintasan proses belajar mengajar menuju kebutuhan industri.

Secara skematik para pihak yang berkepentingan atas keberadaan kurikulum digambarkan seperti ini



Gambar 1 Para Pihak yang Berkepentingan atas Kurikulum

Penyusunan Kurikulum, pelaksanaan kurikulum, dan evaluasi kurikulum selalu dilakukan secara regular supaya kurikulum prodi vokasi ini tetap dapat digunakan maka harus sejalan dengan perkembangan tuntutan industri.

Perlunya rekonstruksi kurikulum yang didahului dengan tahap analisis situasi. Analisis situasi dilakukan secara serius, terencana dan sistematis menguraikan faktor-faktor yang diklasifikasikan sebagai faktor eksternal dan faktor internal. Aktifitas ini diperlukan untuk membuat diskripsi profil lulusan kemudian dirumuskan capaian pembelajarannya. Evaluasi atas pelaksanaan kurikulum sebelumnya juga sebagai bahan informasi penyusunan kurikulum baru. Skema berikut ini menggambarkan faktor-faktor tersebut yang selalu dipertimbangkan dalam mengembangkan kurikulum.



- Faktor Eksternal
- Faktor Internal

Gambar 2 Faktor Eksternal dan Internal Pengembangan Kurikulum

Faktor eksternal yaitu a. Tuntutan Dunia Usaha dan Dunia Industri - perkembangan teknologi informasi di industri Keuangan dan Perbankan. b. Persyaratan dan Peraturan Sistem Pendidikan Tinggi Vokasi dan Tantangannya. c. Perubahan sosial budaya dan harapan masyarakat - Termasuk harapan

orang tua, perubahan pola pikir. d. Arus sumber daya nara sumber : Asosiasi Profesi, Subject Expert

Faktor internal : a. Kampus : Etos Visi Misi Program Studi, Manajemen dan Administrasinya b. Dosen : Rekrutment dan sistem pengembangannya. Ketersediaan pengajar yang kompeten sesuai dengan bidang yang diajarkan, c. Mahasiswa : Kemampuan Individu (intelektual, sosial). d. Perlengkapan dan Peralatan PBM : sarana dan prasarana proses belajar mengajar yang memadai.

Mengembangkan kurikulum, silabus, ataupun bahan ajar haruslah sesuai dengan kebutuhan dunia kerja berdasarkan Standar Kerangka Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) dan Standar Kompetensi Lulusan (SKL) bidang Administrasi Keuangan dan Perbankan. Perguruan tinggi atau program studi menyerap masukan dari berbagai sumber yang berkepentingan bidang keuangan dan perbankan yang terus berkembang. Lazimnya dilakukan melalui penyelenggaraan seminar atau kunjungan ke industri terkait misalnya asosiasi profesi, alumni maupun lembaga regulator bidang Keuangan dan Perbankan dan bidang Ketenagakerjaan serta lembaga sertifikasi untuk melakukan sharing session dengan mereka. Dengan demikian diperoleh informasi yang komprehensif dari berbagai pemangku kepentingan.

Kurikulum Vokasi Keuangan Perbankan ke Depan

Minimnya data penelusuran lulusan (*Tracer Study*) Program Studi Keuangan dan Perbankan seperti informasi tentang kinerja lulusan, jenis-jenis pekerjaan yang diperoleh lulusan beserta penyebarannya. Demikian juga dengan informasi tentang kesesuaian kompetensi lulusan Perbankan dengan kebutuhan lapangan. Menyebabkan sulitnya mengetahui secara pasti sebaran kemana lulusan prodi ini bekerja. Meskipun demikian ditengarai bahwa bekerja di sektor Keuangan dan Perbankan menjadi tujuan utama para lulusan prodi vokasi ini. Hal ini yang melatarbelakangi urgensi rekonstruksi

kurikulum harus dilakukan dengan cara mengenali kompetensi apa saja yang wajib dimiliki oleh para tenaga kerja di industri keuangan dan perbankan digital.

Pasar tenaga kerja sektor keuangan dan perbankan dipengaruhi oleh tata kerja dan metode kerja industri yang seringkali mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi seperti saat ini. Oleh karenanya patut diyakini bahwa kurikulum prodi ini ke depannya haruslah menyesuaikan perkembangan industri.

Dengan mencermati perkembangan yang pesat atas transaksi keuangan perbankan secara digital seperti di atas, maka penting untuk mempercepat rekonstruksi kurikulum prodi terkait. Pengembangan tersebut menyangkut kecerdasan intelektual, akhlak mulia dan keterampilan. Paling tidak ada tiga alasan urgensi menyusun ulang kurikulum vokasi ini. Pertama arah industri perbankan akan menjadi Neo Bank. Kedua layanan jasa perbankan saat ini ditransformasikan ke servis digital, berdampak pada ketrampilan baru bagi para pekerjanya yang merupakan hasil dari pendidikan di perguruan tinggi. Ketiga Program studi vokasi, merupakan program pendidikan yang secara khusus disediakan guna mengantarkan peserta didik lebih siap memasuki dunia kerja. Keempat Kurikulum harus mampu memfasilitasi mahasiswa belajar sesuai dengan jamannya; mampu mempersiapkan mahasiswa agar dapat hidup lebih baik di era perubahan abad 21, memiliki peran aktif di era industri 4.0, serta mampu membaca tanda-tanda revolusi industri 5.0.

Secara praktis kurikulum baru hendaknya mampu menghantarkan mahasiswa menguasai ilmu pengetahuan dan ketrampilan tertentu dan secara normatif kurikulum diharapkan membentuk budi pekerti luhur. Profil lulusan prodi vokasi keuangan dan perbankan akan terbaca pada kriteria peran yang dapat dilakukan oleh lulusan di bidang kerja keuangan dan perbankan setelah menyelesaikan masa studinya. Perumusan profil lulusan mempertimbangkan market signal dan hasil kajian yang melibatkan

banyak pemangku kepentingan terutama industri pengguna jasa lulusan. Profil lulusan tercermin di Capaian Pembelajaran (CPL).

Pemerintah menyiapkan perangkat hukum yang digunakan sebagai dasar perumusan CPL yaitu SN-Dikti Permenristekdikti No 44 Tahun 2015. Secara teknis CPL program studi merupakan hasil kolaborasi antara prodi dengan dunia usaha dan dunia industri, asosiasi profesi, konsorsium keilmuan, kecenderungan perkembangan keilmuan/keahlian ke depan, dan dari hasil evaluasi kurikulum. Berdasarkan rumusan CPL tersebut selanjutnya penyusunan kurikulum suatu program studi dapat dikembangkan. Dengan demikian isi kurikulum baru akan menguatkan kemampuan literasi lulusan di era revolusi industri 4.0 dan kehadiran Neo Bank. Pembelajaran abad 21 berorientasi pada gaya hidup digital, alat berpikir, penelitian pembelajaran dan cara kerja pengetahuan.

Tiga jenis kemampuan literasi penting seperti: a. literasi data diarahkan pada peningkatan kemampuan menggunakan dan menyesuaikan membaca, menganalisis data dengan menggunakan statistik serta menggunakan informasi di dunia digital. b. Literasi Teknologi adalah kemampuan memanfaatkan teknologi digital, memahami cara kerja mesin, dan aplikasi teknologi guna mengolah data dan informasi teknologi (coding, artificial intelligence, dan engineering principle). c. Literasi manusia yaitu pemahaman tentang aspek kemanusiaan, kemanusiaan berakhlak mulia berdasarkan pemahaman keyakinan agama. Literasi manusia wajib dikuasai karena menunjukkan elemen softskill atau pengembangan karakter individu untuk bisa berkomunikasi, berkolaborasi dalam tim dengan lokasi kerja berbeda dan alat yang berbeda, adaptif dan menjadi arif di era informasi yang melimpah.

Pada tahun 2020 struktur kerja berubah menjadi; 1) pemecahan masalah yang kompleks; 2) berpikir kritis; 3) kreativitas; 4) manajemen orang; 5) kerjasama dengan orang lain 6) kecerdasan emosional; 7) penilaian dan

pengambilan keputusan; 8) orientasi layanan; 9) negosiasi; dan 10) fleksibilitas kognitif (Irianto, 2017).

Perubahan struktur kerja hendaknya disikapi oleh perancang kurikulum prodi ini ke dalam model pembelajaran dan penyusunan materi yang sepenuhnya student center dimana dosen ataupun instruktur sebagai fasilitator dan motivator. Sehingga nantinya mahasiswa tidak lagi kesulitan dalam menunjukkan kompetensinya, karena belum memiliki kompetensi yang diakui oleh industri.

D. PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pendidikan vokasi Program Studi Keuangan dan Perbankan difokuskan pada penyediaan tenaga kerja terampil di sektor keuangan dan perbankan. Kurikulum Pendidikan Tinggi vokasi di era digital ini sudah seharusnya menyajikan pembelajaran secara profesional, cepat beradaptasi dengan lingkungan industri dan teknologi keuangan yang terus berkembang.
2. Cara kerja pengetahuan, penguatan alat berpikir, dan gaya hidup digital merupakan bagian dari orientasi pembelajaran abad 21. Adaptasi gerakan literasi digital dapat diintegrasikan dengan melakukan penyesuaian kurikulum dan sistem pembelajaran sebagai respon terhadap era industri 4.0 dan Neo Bank.
3. Perumusan profil lulusan yang tepat menjadi awal dari bagian penting keberhasilan program studi. Ketika proses dan tahapan penyelenggaraan proses belajar mengajar telah dilakukan dengan benar. Tahap berikutnya ialah penyelenggara pendidikan vokasi memperhatikan tingkat keterserapan lulusan program studi di industri keuangan dan perbankan.
4. Secara teoritis pendidikan tinggi vokasi ini berpeluang untuk menjawab tantangan era

industri manapun termasuk Neo Bank bila pendekatan proses penyusunan capaian pembelajaran lulusan hingga proses belajar mengajar program studi melibatkan dunia usaha dan dunia industri serta pemangku kepentingan lainnya. Dan juga secara praktis jika semua komponen sivitas akademika memahami dan menjalankan dengan baik.

Respon pembelajaran abad 21 perlu segera dikembangkan yaitu merancang ulang kurikulum program studi termasuk:

1. Melakukan revitalisasi sistem pembelajaran, bahan pembelajaran berbasis pada capaian pembelajaran dan diperkaya dengan teknologi dan sistem informasi.
2. Menambahkan mata kuliah baru yang mendukung ke arah teknologi keuangan dan sistem informasi perbankan.
3. Meningkatkan peran serta dosen untuk semakin memahami proses belajar mengajar yang berorientasi hasil learning based outcome yang sejalan dengan zamannya, melalui penugasan untuk mengikuti pelatihan/kursus-kursus tertentu.
4. Meningkatkan kerjasama yang seluasnya dengan perguruan tinggi lain dan industri yang terkait langsung dengan program studi. Guna memberikan kesempatan bagi berkembangnya merdeka belajar.
5. Memfasilitasi terwujudnya sertifikasi keahlian tertentu terutama untuk bidang-bidang khusus yang sedang dicari oleh dunia industri.

E. DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi.
Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.

Peraturan Presiden nomor 8 tahun 2012, tentang KKNI.

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020, tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi

Panduan-Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi di Era Industri 4.0 -Direktorat Pembelajaran-Dirjen Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kemenristekdikti 2019.

Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Vokasi Kementerian Riset, Teknologi Dan Pendidikan Tinggi Direktorat Jenderal Pembelajaran Dan Kemahasiswaan Direktorat Pembelajaran 2016.

Aoun, J.E. (2017). *Robot-proof: higher education in the age of artificial intelligence*. US: MIT Press.

Trilling, B &Fadel, C. (2009). *21st-century skills: learning for life in our times*. US: Jossey-Bass A Wiley Imprint.

Irianto, D. (2017). *Industry 4.0; The Challenges of Tomorrow*. Disampaikan pada Seminar Nasional Teknik Industri, Batu Malang

McKinsey & Company, *The digital archipelago: How online commerce is driving Indonesia's economic development*, August 2018 di BEI. Jurnal Ekonomi, 23(2), 175-189..

PENTINGNYA PERANAN INTERNET DALAM DISTRIBUSI PEMASARAN PRODUK UMKM

Deasy Kartikasari

Prodi D3 Teknik Elektronika, Fakultas Teknologi, ITB Swadharma

Correspondence author: Deasy Kartikasari, makdeasyku@gmail.com, Depok, Indonesia

Abstract

Internet technology has created a new gateway in today's business landscape, Thomas L. Friedman revealed that the world today seems to be like a "flat" field, where everyone in the world can communicate and do business without being hindered by distance or time. (The World is Flat, 2005). Businesses can easily Go International at a very low cost, by simply creating a website or just using social media. The research was carried out using qualitative methods, by means of observation and in-depth interviews. The object of research is several local Indonesian brands that have successfully adapted sales via online. Around 60% most of their active consumers are middle class living in urban areas such as Bandung, Jakarta, Surabaya, Makassar, Medan, Bali. Around 70% of creative entrepreneurs say that online channels will become the main communication platform in marketing, and off line stores will be complementary, due to their convenience, and ability to compare with other products in a short time.

Keywords: Online Business, SME, Local Brand

Abstrak

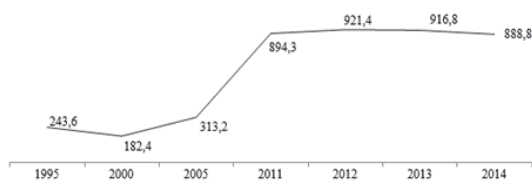
Teknologi internet telah membuat sebuah gerbang baru dalam lanskap bisnis di zaman ini, Thomas L. Friedman mengungkapkan bahwa dunia pada saat ini seakan-akan adalah seperti bidang "datar", dimana semua orang di dunia dapat berkomunikasi dan berbisnis tanpa terhalang oleh jarak ataupun waktu (The World is Flat, 2005). Bisnis dapat dengan gampang Go International dengan biaya yang sangat murah, dengan hanya membuat sebuah situs web ataupun hanya menggunakan media sosial. Penelitian dilaksanakan menggunakan metode kualitatif, dengan cara observasi dan wawancara mendalam. Objek penelitian adalah beberapa brand lokal Indonesia yang telah sukses mengadaptasi penjualan via online. Sekitar 60% sebagian besar konsumen aktif mereka adalah kelas menengah yang tinggal di daerah perkotaan seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Makasar, Medan, Bali. Sekitar 70% Pengusaha kreatif mengatakan bahwa online channel akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan off line store akan menjadi pelengkap, dikarenakan kemudahan, dan kemampuan untuk perbandingan dengan produk-produk lain dalam waktu yang singkat.

Kata Kunci: bisnis online, UMKM, merk lokal

A. PENDAHULUAN

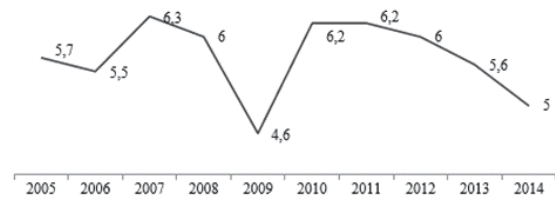
Lanskap Bisnis tengah beralih ke dalam era digital, dimana seseorang cukup menggunakan smartphone ataupun laptop mereka untuk melihat, mempertimbangkan atau membeli sebuah produk, dengan perkembangan internet pada saat ini UMKM dapat memasarkan produk-produk mereka tanpa terbatas jarak dan waktu. Namun tidak semua atau bahkan sedikit brand yang berhasil dalam pelaksanaannya, di samping ada pula beberapa brand yang berhasil dengan sangat baik mengaplikasikannya. Penulis tertarik untuk dapat meneliti apa yang sebenarnya diterapkan oleh beberapa brand yang sukses menerapkan penjualan secara online, dari segi manajemen hingga konten komunikasi pemasaran online yang mereka lakukan

Pertumbuhan ekonomi Indonesia dalam kurun waktu 15 tahun terakhir merupakan pertanda dari kekuatan ekonomi baru dunia, sejak tahun 2000 hingga 2014 Indonesia telah mengalami pertumbuhan ekonomi sekitar 386%, dan pada saat resesi tengah melanda dunia, Indonesia terus melaju dengan pertumbuhan sebesar 5-7%.



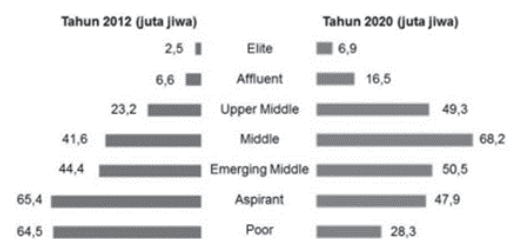
Gambar 1. PDB Indonesia 1995 – 2014 (OECD, 2015)

Riset yang dilakukan oleh Mckinsey (2012) menempatkan Indonesia di posisi ke-13 sebagai perekonomian terbesar di dunia dan memiliki potensi menjadi ke-7 terbesar pada tahun 2030. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang tumbuh stabil antara 5-6% selama beberapa tahun belakangan ini, dan secara meyakinkan pada akhir 2012 lalu tercatat sebagai negara dengan pertumbuhan ekonomi terbesar kedua setelah China (8.6%).



Gambar 2 Pertumbuhan PDB Indonesia (World Bank, 2015)

Peningkatan ekonomi yang terjadi juga berefek kepada peningkatan taraf hidup masyarakat, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kelas ekonomi menengah yang semakin meningkat. Pada tahun 2012 lalu berdasarkan data yang didapat dari Boston Consulting Group (2012) memaparkan bahwa terdapat sekitar 64,8 juta masyarakat dengan kelas ekonomi menengah (middle dan upper) dan 44,4 juta jiwa yang tengah bergerak menuju kelas ekonomi menengah. Pada tahun 2020 diperkirakan terjadi peningkatan sebesar 81% untuk kelas menengah dan yang bergerak menuju kelas menengah akan berada di kisaran 50,5 juta jiwa. Berdasarkan data di atas tentu saja Indonesia akan mempunyai domestic demand yang sangat tinggi dalam beberapa dekade ke depan.



Gambar 3. Proyeksi kelas ekonomi Indonesia 2012 – 2020 (BCG, 2012)

Pada saat kelas ekonomi menengah semakin besar, salah satu industri yang berkembang signifikan adalah industri ekonomi kreatif. Pada tahun 2008 lalu ekonomi kreatif menyumbang sebesar 7,28% dari PDB berkisar 1717 triliun rupiah, dengan penyerapan tenaga kerja

sebesar 7,7 juta, dan berkontribusi terhadap ekspor sebesar 7,52% dari PDB atau berkisar 114,9 triliun rupiah (Kemendag, 2010). Penelitian ini mencoba meneliti bagaimana perkembangan teknologi internet berkembang menjadi media komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien khususnya UMKM di Bandung, dengan demikian topik yang dipilih untuk diteliti adalah “Peran Internet dalam Saluran Distribusi Pemasaran Produk UMKM”

Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia

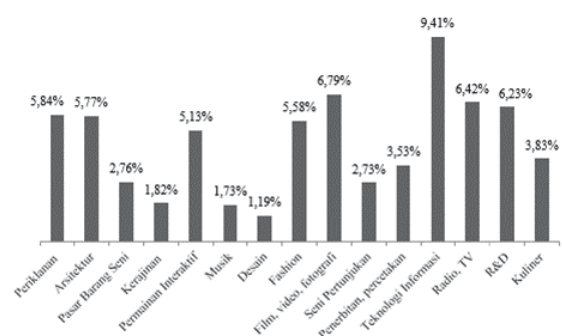
Ekonomi kreatif pertama kali didengungkan oleh John Howkins (2001). Menurut definisi Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan, dan dengan hal tersebut seseorang tersebut dapat memperoleh penghasilan yang layak. Gagasan tersebut kemudian dikembangkan oleh ekonom Richard Florida (2001), dia berpendapat bahwa semua manusia pada dasarnya adalah kreatif, namun perbedaannya ada pada statusnya, karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut di bidang kreatif dan mendapatkan kemanfaatan ekonomi secara langsung dari aktivitas yang digeluti. Robert Lucas, berpendapat bahwa produktifitas klaster orang kreatif akan menjadi kekuatan pertumbuhan ekonomi si suatu daerah. Kementerian perdagangan membagi ekonomi kreatif menjadi 15 sub-sektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film/fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan/percetakan, layanan komputer/ piranti lunak, televisi/ radio, riset/pengembangan dan kuliner. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi kreatif yang diinginkan, pemerintah Indonesia menjabarkan enam bagian utama yang perlu dikendalikan, yaitu *People, Industry, Technology, Resources, Institution, dan Financial Intermediary*. Secara khusus *People* ditempatkan sebagai pondasi dari pengembangan, karena sesuai dengan

pernyataan Florida ataupun Robert Lucas bahwa pusat pengembangan adalah sekumpulan manusia kreatif dalam industri tersebut.



Gambar 4. Pondasi dan Pilar Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia (Kemendag, 2010)

Pada tahun 2012 ekonomi kreatif berkontribusi cukup signifikan, dengan 6,9% kontribusi terhadap PDB atau setara dengan Rp. 573 Triliun, memberikan lapangan pekerjaan bagi 11,8 juta tenaga kerja nasional. Pada tahun 2012 lalu pertumbuhan industri kreatif semua pada posisi positif, bahkan khusus untuk sektor teknologi informasi mencapai pertumbuhan hampir 10%, hal tersebut adalah efek dari gaya hidup konsumen yang semakin ingin ringkas, dan mudah sehingga perusahaan banyak beralih kepada digitalisasi koneksi dengan konsumen mereka secara langsung.



Gambar 5. Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2012 (Kemenparekraf, 2013).

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, menggunakan *in-depth interview*, observasi (analisa dan triangulasi) dan *focus group discussion* terhadap pengusaha UMKM yang telah melakukan pemasaran secara online yang sukses. Obyek penelitian yang diobservasi dan diwawancara antara lain: Pengusaha UMKM yang telah melakukan pemasaran Online dengan sukses dan Pakar di bidang Pemasaran Online

Adapun narasumber tersebut adalah

1. Hedi Rusdian, Founder Fourspeed
2. Putra, Founder Brodo
3. Dyo Fathurahman, Founder Daily Snack

Profil dan Karakteristik Usaha

Berdasarkan wawancara dan pengamatan, maka didapatkan data profil masing-masing narasumber, yaitu:

1. Putera Dwi Karunia
Beliau memiliki pengalaman di bidang fashion, founder dari salah satu brand sepatu laki-laki dengan penjualan di atas satu milyar perbulan, dengan mengandalkan media online dalam proses pemasarannya. Brand yang dimiliki oleh beliau adalah Brodo, yang berfokus kepada jenis-jenis sepatu laki-laki dengan rentang harga Rp. 500.000 hingga Rp. 1.000.000 an.
2. Hedi Rusdian
Praktisi pemasaran online, konsultan branding, dan founder Fourspeed. Sebuah brand aksesoris laki-laki yang telah mencapai penjualan 90% untuk ekspor, dengan mengandalkan media online dalam proses pemasarannya.
3. Dyo Fathurahman
Pelaku bisnis di bidang snack yang dipasarkan secara online menggunakan media e-commerce di Indonesia, yaitu Blibli.com, bisnisnya Daily Snack, awalnya berdiri melalui pemasaran media sosial biasa hingga berkembang menggunakan media e-commerce yang mapan, dan berhasil mencapai peningkatan penjualan lebih dari 1000%.

UMKM sebagai entitas yang berperan besar dalam perkembangan perekonomian di Indonesia karena jumlahnya yang sangat banyak dan penyerapan tenaga kerja yang signifikan mempunyai tantangan berat kedepannya, terutama dalam bersaing di pasar beban ASEAN kedepan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber, dapat diambil kesamaan dari antara mereka, tantangan utama UMKM ke depan adalah:

1. Biaya marketing yang terbatas
Sebagian besar UMKM di Indonesia mempunyai keterbatasan terkait biaya pemasaran, karena masih berfokus kepada operasional bisnis yang membutuhkan cashflow yang baik.
2. Komunikasi dengan konsumen yang sulit
Kemampuan manajemen komunikasi pemasaran oleh UMKM masih kurang, dalam artian, pemilihan konten, disain, dan channel yang efektif.
3. Kemampuan branding yang kurang,
Branding merupakan sebuah hal yang penting dilakukan oleh sebuah brand, karena strategi branding yang baik menciptakan keunggulan bersaing dibenak konsumen, secara persepsi positif yang akan sulit untuk ditiru oleh pesaing bila hanya sebatas spesifikasi produk ataupun lainnya.

Ketiga hal di atas menjadi perhatian khusus terkait kemampuan UKM dalam meningkatkan daya saing mereka, disamping juga ditemukan bahwa:

1. Sekitar 60% sebagian besar konsumen aktif mereka adalah kelas menengah yang tinggal di daerah perkotaan seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Makasar, Medan, Bali
2. Sekitar 70% Pengusaha kreatif mengatakan bahwa online channel akan menjadi platform komunikasi utama dalam pemasaran, dan off line store akan

menjadi pelengkap, dikarenakan kemudahan, dan kemampuan untuk comparing dengan produk- produk lain dalam waktu yang singkat.

3. 95% Keberhasilan strategi digital adalah karena pemilihan channel media yang tepat, sisanya adalah karena pemilihan konten.
4. 98% UMKM Menggunakan media digital karena *coverage* yang luas dan biaya yang cenderung lebih murah dan perkembangan yang Menjanjikan

Dalam perkembangan daya saing UMKM kedepan, para narasumber berpendapat bahwa:

1. Perbaikan Kualitas Produk Sejalan dengan Persepsi dan Perkembangan Produk Kreatif Lokal
UMKM menyadari bahwa kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan, dan disaat yang bersamaan bahwa konsumen di Indonesia memiunyai persepsi atas produk lokal yang semakin baik, dalam artian kepercayaan mereka terhadap kualitas produk-produk tersebut
2. Masyarakat Kelas Menengah Cenderung Merupakan Smart Buyer
Masyarakat kelas menengah merupakan populasi terbesar di Indonesia pada saat ini, lebih dari sekitar 50% dari total populasi, hal tersebut merupakan kesempatan yang luar biasa, karena daya beli yang semakin kuat. Namun yang perlu diperhatikan adalah konsumen menengah Indonesia adalah tipe konsumen yang pintar, mereka melakukan komparasi dari satu brand dengan brand yang lainnya melalui gadget mereka sehingga mereka dalam waktu yang singkat mendapatkan informasi tersebut
3. Produk Fashion Mempunyai Perputaran Bisnis Terbesar.
Fashion adalah jenis produk yang mempunyai perputaran atau tingkat

pembelian tertinggi, sehingga pasar yang terbuka lebar. Pada saat ini konsumen sudah mulai percaya dalam melakukan pembelian produk fashion melalui online, secara khusus beberapa daerah di indonesia, seperti Jakarta, Bali, Surabaya dan Makassar

4. *Online Buying* Akan Menjadi Masa Depan Pemasaran
Media pemasaran online akan memegang peranan penting dalam perkembangan UMKM, dikarenakan konsumen Indonesia yang semakin percaya terhadap pembelajaran via online, kehadiran web e-commerce yang mapan terkait keamanan transaksi hingga jaminan kepada konsumen atas dana yang telah mereka keluarkan
5. Unsur Desain Produk Merupakan Faktor Terpenting
Konsumen yang melihat unsur disain sebagai hal yang sangat penting, melalui visual yang baik menghasilkan persepsi dan awareness yang disesuaikan dengan image yang ingin diciptakan oleh brand di benak konsumen
6. Pangsa Pasar middle class Besar dan Daya Beli Tinggi Menjadi Kesempatan
Pasar menengah merupakan populasi terbesar yang dimiliki oleh Indonesia saat ini, daya beli yang tinggi dan pertumbuhan bisnis yang baik dan positif beberapa tahun belakangan membuat permintaan domestik sangat kuat, secara utama didorong oleh segmen konsumen menengah.

D. PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka didapatkan kesimpulan

1. Media digital akan menjadi platform utama dalam penjualan produk UMKM. Tingkat penyebaran yang tinggi, biaya yang lebih rendah dan efektifitas yang tinggi menjadi pertimbangan utama.

2. Kesalahan yang sering terjadi dalam penggunaan media digital adalah pemilihan media komunikasi yang tidak sesuai dengan target market
3. Untuk memaksimalkan eksekusi strategi pemasaran online dalam jangka panjang, harus dapat memperhatikan:
4. konten komunikasi yang digunakan seperti bahasa, font, foto
5. Disain, bagaimana iklan tersebut didisain secara grafis, menyesuaikan dengan target market dan persepsi brand yang ingin dibuat
6. Channel, terkait dengan pemilihan saluran komunikasi digital yang hendak digunakan, misalkan email, web banner, video ads, blogs, dan lain-lain

Sebagai saran penelitian kedepan, diharapkan dapat memperdalam pembahasan penelitian yang terkait secara fokus terhadap efektifitas channel komunikasi digital yang akan digunakan, dimana hal tersebut dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai efektifitas media secara empiris.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Bharadwaj, A., El Sawy O.,A., Pavlou P.,A., Venkatraman.,A. 2013 “Digital Business Strategy : Toward A Next Generation of Insights” MIS Quarterly Vol. 37 No. 2, pp. 471-482
- Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways, 2013.UNESCO
- Dewi, C.I.2010. Visionary Planning and Collaboration in Indonesia. Kementrian Perdagangan Indonesia
- Florida,R. 2002. The Rise of the Creative Class: And how it’s transforming work, leisure, community and everyday life
- Howkins,J. 2001. The Creative Economy, 2001
- Kuswara, U., 2013. Pengembangan Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Nasional. Kemenparekraf. 2013
- Lucas, R.E. 1988. On the Mechanics of Economic Development. Journal of Monetary Economics
- Marie-Louise Fry . (2014) “Rethinking social marketing: towards a sociality of consumption”, Journal of Social Marketing, Vol. 4 Iss 3 pp. 210 – 222
- R. Craig Lefebvre, (2011), "An integrative model for social marketing", Journal of Social Marketing, Vol. 1 Iss 1 pp. 54 – 72
- Rostow, W. W. 1960.The Five Stages of Growth-A Summary The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto. Cambridge: Cambridge University Press
- Simatupang, T., 2008. Industri Kreatif Indonesia. Bandung
- TechCrunch., (2013) With Over 15M Sites Built, Weebly Launches New Planner And Mobile Editor, Brings Website Creation Service To Android
- The Archipelago Economy: Unleashing Indonesia’s Potensial. 2012.
- McKinsey Verisign. (2013) “ Benefits and Barriers of Bringing A Small Business Online : Perspective From Global Small Business”.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA APLIKASI BISATOPUP PT. AMANAH KARYA INDONESIA JAKARTA

Mona Karina¹⁾, Imam Fauzi²⁾

^{1,2} Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: Mona Karina, karina_karinaziid@yahoo.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

This study aims to determine the effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction. The number of respondents is 54 users of the bisatopup application in the South Jakarta area. The analysis used in this research is using SPSS 21.0 software. The analysis technique uses multiple regression analysis with least-squares equations and hypothesis testing using t-statistics and F-test to test the regression coefficients partially and simultaneously, test validity, test reliability, and test classical assumptions which include normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results showed that: There is a positive and significant effect between service quality and customer satisfaction. There is a positive and significant effect between product quality and customer satisfaction. So it can be concluded that the quality of service and product quality together affect customer satisfaction.

Keywords: service quality, product quality, customer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun jumlah responden yaitu 54 pengguna aplikasi bisatopup yang ada di daerah Jakarta Selatan. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan software SPSS 21.0. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil dan uji hipotesis menggunakan t-statistik serta uji F untuk menguji koefisien regresi secara parsial dan simultan, uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan

A. PENDAHULUAN

Pelayanan adalah bentuk pemberian layanan yang diberikan oleh produsen baik terhadap pengguna barang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan. Hal yang paling penting dalam suatu usaha adalah kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan perusahaan dalam memasarkan produknya baik itu pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan keramahan wiraniaga, pelayanan satpam, pelayanan kasir, pelayanan pengaturan parkir, hingga pelayanan terhadap kondisi produk pasca pembelian (Winardi, 1991). pelayan adalah bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa (Assauri, 1999).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan. Apabila pelayanan yang ditawarkan perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen maka produk/jasa yang ditawarkan akan dibeli. Sedangkan bila terjadi pelayanan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat di pastikan produk/jasa tersebut kurang diminati konsumen.

Menurut Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2000) bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan

manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pelanggan. Sedangkan menurut Hary (Tjiptono, 2000) kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan bukan hanya mendengarkan dan menjawab keluhan konsumen, tapi lebih dari itu pelayanan yang berkualitas merupakan sarana untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (Hardiansyah, 2011) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas pelayanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangibles* (berwujud) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
2. *Realibility* (kehandalan) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
3. *Responsive* (ketanggapan): kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen.
4. *Assurance* (jaminan) : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen.
5. *Emphaty* (Empati) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen.

Produk merupakan hasil dari produksi yang akan dilempar kepada konsumen untuk didistribusikan dan dimanfaatkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya (McCarthy, Perreault, & D., 1996). Menurut Saladin (2013:121) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Achmad & Djaslim, 2013).

Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program *Total Quality Manajemen (TQM)*.

Menurut (Boyd, Walker, & Larreche, 2000) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing, yaitu :

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat

kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal

Kepuasan pelanggan adalah sebuah pendahuluan dari pembelian kembali konsumen, loyalitas pelanggan, dan bertahannya konsumen yang akhirnya menguntungkan perusahaan. Kepuasan pelanggan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dimana salah satu yang penting yaitu memungkinkan tercapainya loyalitas pelanggan (Lovelock, 2011). Sementara menurut (Kotler & Keller, 2016) pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan. Terdapat hubungan strategis antara tingkat kepuasan pelanggan dengan performa perusahaan secara (Lovelock, 2011).

Salah satu bisnis yang saat ini sedang yang menjadi trend center yaitu jasa pembelian pulsa online, pembelian token PLN, pembayaran tagihan *online*, dan pembelian *voucher game*. Transaksi dilakukan secara cepat, mudah dan murah serta bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja. Bisatopup merupakan salah satu aplikasi yang menyediakan jasa tersebut.

Bisatopup lahir sejak tahun 2014 melayani pelanggan untuk pengisian pulsa, PPOB dan sudah melayani ribuan transaksi, maka bisatopup dapat disebut sebagai penyedia layanan pulsa dan ppob terpercaya. Tidak perlu antri dan keluar rumah hanya untuk beli pulsa, beli token pln, dan bayar tagihan, semua sudah dalam genggam. Dengan menggunakan aplikasi bisatopup juga dapat melakukan transaksi dengan saldo deposit di aplikasi atau bisa juga tanpa ada deposit. Metode pembayaran yang bisa dilakukan yaitu via Bank BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI , Bank

Mandiri Syariah (BSM), ATM/ Bank Transfer, Minimarket dan saldo deposit.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada jasa aplikasi bisatopup.

Penelitian terkait pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sudah banyak dilakukan diantaranya yang dilakukan oleh (Mustikasari, 2020; Subagja & Putri, 2017; Iqbal & Hermani, 2020; Karlina, 2020).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PT. Amanah Karya Indonesia Jakarta yang berlokasi di JEPE 9 Building, Lt.2, Jalan Raya Ragunan No. 9, Jati Padang, Pasar Minggu, RT 02 RW 07 Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 12540, dalam waktu 2 bulan, terhitung dari bulan Maret – April 2018.

Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel sebesar 10% dari 544 populasi. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 54 responden, dengan perhitungan dan data sebagai berikut:

Tabel 1. Data Populasi Pengguna Aplikasi Bisatopup di Jakarta Selatan

Lama Penggunaan Aplikasi	Jenis Kelamin	
	Pria	Wanita
1 tahun	100	150
2 tahun	80	90
3 tahun	54	70
Jumlah	234	310
Total	544	

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut :

1. Variabel Dependen (Terikat)
Menurut (Sugiyono, 2015) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah : Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Variabel Independen (Bebas)
Menurut (Sugiyono, 2015) Variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2)

Setelah instrumen kuisisioner dinyatakan valid dan reliable dalam uji validitas dan reliabilitas, maka dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui gambaran secara langsung koefisien regresi atas besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

β_1 dan β_2 : Koefisien regresi

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kualitas Produk

e : Error

Hasil akhir hipotesis dilakukan melalui Uji T dan Uji F, yaitu uji kelinearan atau uji keberartian untuk mengetahui apakah hasil dari masing-masing analisa tersebut benar-benar dapat diaplikasikan atau ditetapkan sebagai hasil akhir hipotesis

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner yang telah diisi oleh Responden disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran umum mengenai identitas responden tersebut.

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia 21-30 tahun sebanyak 39 orang (72%), 10 – 20 tahun sebanyak 6 orang (11%) dan 31 – 40 tahun sebanyak 8 orang (15%) dan usia 41-50 1 orang (2%).

Tabel 2. Jumlah dan Presentase Umur Responden

Usia	Responden	%
10-20 tahun	6	11 %
21-30 tahun	39	72 %
31-40 tahun	8	15%
41-50 tahun	1	2%
Jumlah	54	100%

Pada tabel 3 terlihat data jenis kelamin responden, diketahui bahwa jumlah responden pria sebanyak 21 orang (39%) sedangkan wanita sebanyak 33 orang (61%).

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Responden	%
Pria	21	39%
Wanita	33	61%
Jumlah	54	100%

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berpendidikan SLTA sebanyak 34 orang (63%) , S1 sebanyak 8 orang (15%), Diploma sebanyak 12 orang (22%).

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Responden

Lama Pakai	Responden	%
SLTA	34	63%
Diploma	12	22%
S1	8	15%
Jumlah	54	100%

Pada tabel 5 dapat dilihat responden dengan lama penggunaan yaitu, 1 tahun sebanyak 29 orang (54%), 2 tahun sebanyak 11 orang (20%) dan 3 tahun sebanyak 14 orang (26%).

Tabel 5. Lama Pemakaian Aplikasi

Lama Pakai	Responden	%
1 tahun	29	54%

2 tahun	11	20%
> 3 tahun	14	26%
Jumlah	54	100%

Hasil Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 19. pernyataan yang harus dijawab oleh 54 responden. Untuk mengetahui kuisisioner yang disajikan valid atau tidaknya. Dinyatakan valid karena nilai r Hitung > nilai r Tabel, dimana r Tabel terdapat pada tingkat signifikan 5% (0.05) yaitu 0.2632.

Untuk uji Validitas keseluruhan variabel penelitian dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 25.0 dan dilakukan dengan uji korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria r Hitung > r Tabel, dinyatakan Valid untuk seluruh variabel yaitu X1, X2 dan Y, dikarenakan seluruh nilai untuk setiap item dalam variabel memiliki nilai hitung > dari 0.2632.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan reliabilitas item pernyataan kuisisioner dalam kehandalannya mengukur variabel pada penelitian. Uji reliabilitas hanya dilakukan pada item-item pernyataan kuisisioner yang telah valid dan dibuat menggunakan teknik Cronbach Alpha.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	54	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the

procedure.

Reliability Statistics

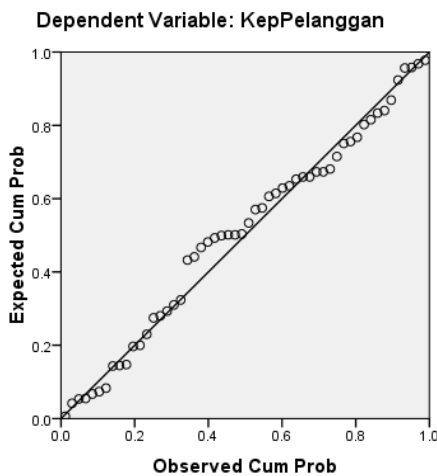
Cronbach's Alpha	N of Items
.838	22

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat disimpulkan bahwa data yang valid berjumlah 54 dengan persentase 100% dan tidak ada yang dikeluarkan. Selain itu, tabel hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha > 0.60 yaitu berjumlah 0.838. Hal tersebut berarti seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan Reliable.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat, keduanya terdistribusikan secara normal ataukah tidak. Normalitas data dalam penelitian dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada Normal P-Plot of Regression Standardized Residual dari variabel terikat. Persyaratan dari uji normalitas adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar grafik normal plot diatas menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini karena pada grafik normal plot terlihat titik-titik

menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu :VIF (Variance Inflation Factors) dan Nilai Tolerance. Jika tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala Multikolonieritas.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	KPelayanan	.797	1.255
	KProduk	.797	1.255

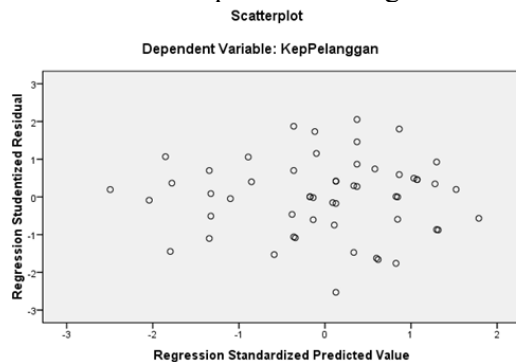
a. Dependent Variable: KepPelanggan

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF mendekati 1 untuk semua variabel bebas. Demikian pula, nilai tolerance mendekati 1 untuk semua variabel bebas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam regresi. Antara variabel bebas Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heterokedestisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda,disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada

tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode grafik Scatterplot yang dihasilkan dari output program IBM SPSS versi 25, Apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu, maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi.



Gambar 2. Uji Heterokedestisitas

Dari grafik tersebut terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.015	3.393		2.068	.044
	KProduk	.224	.157	.193	1.427	.160
	KPelayanan	.243	.085	.388	2.870	.006

a. Dependent Variable: KepPelanggan

Berdasarkan hasil tabel 8 diatas, didapatkan model regresi linear berganda, sebagai berikut :

$$Y = 7.015 + 0,224 X1 - 0,243 X2$$

Melalui model regresi tersebut, maka hasil regresi nya dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 7.015 ; artinya jika Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya adalah 7.015.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0, 224; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Produk mengalami kenaikan 1%, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,224. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan pelanggan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan terhadap Aplikasi Bisatopup.
3. Koefisien regresi variabel Kualitas produk (X2) sebesar 0,243; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,224. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan Kepuasan pelanggan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan terhadap Aplikasi Bisatopup.

Uji Parsial (Uji – T)

Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui secara parsial pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk, harga, distribusi signifikan atau tidak terhadap keputusan pelanggan. Pengujian menggunakan signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Tabel 9. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.015	3.393		2.068	.044
	KProduk	.224	.157	.193	1.427	.160
	KPelayanan	.243	.085	.388	2.870	.006

a. Dependent Variable: KepPelanggan

Berdasarkan hasil tabel 9 diatas, menyatakan bahwa :

1. Nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $1,427 < 2,0076$. Tingkat signifikan yaitu $1,60 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,870 > 2,0076$. Tingkat signifikansi yaitu $0,06 > 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa uji Hipotesis 1 (H1) yaitu Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Simultan (Uji – F)

ANOVA atau analisis varian merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F) untuk menguji signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Pengujian menggunakan tingkat signifikan $0,05$.

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.041	2	26.020	8.762	.001 ^b
	Residual	151.459	51	2.970		
	Total	203.500	53			

a. Predictors: (Constant), KPelayanan, KProduk
b. Dependent Variable: KepPelanggan

Pada tabel 10 terlihat bahwa F hitung $>$ F tabel ($8,762 > 3,18$) dan signifikansi $>$ $0,05$ ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan kata lain model layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ditunjukkan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen yang dilihat melalui Adjusted R Square.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.506 ^a	.256	.227	1.72331

a. Predictors: (Constant), KPelayanan, KProduk

Berdasarkan tabel 11 diatas, dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (Adjusted R²) yang diperoleh yaitu sebesar $0,227$. Hal ini berarti, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $22,7\%$. Sedangkan, sisa sebesar $77,3\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik yang telah dijabarkan diatas, dapat dilihat kedua variabel bebas tersebut memiliki pengaruh positif dan negatif, dimana variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif (signifikan) yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat intensitas kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan, memiliki pengaruh yang negatif (non signifikan) yang berarti bahwa layanan yang berkualitas tidak menjamin adanya kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan penyusunan program kerja bagi perusahaan PT. Amanah Karya Indonesia (Bisatopup) dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan pengguna aplikasi bisatopup.

Hasil pengujian hipotesis (H1) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $<$ t table yaitu sebesar $2,870 < 2,0076$ dan tingkat signifikan $>$ $0,05$ yaitu $0,06 > 0,05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, pengujian secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amanah Karya Indonesia (Bisatopup).

Hasil pengujian hipotesis (H2) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $< t$ table yaitu sebesar $1,427 < 2,0076$ dan tingkat signifikan $> 0,05$ yaitu $1,60 > 0,05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, pengujian secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amanah Karya Indonesia (Bisatopup).

Hasil uji simultan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk R Square, di peroleh nilai koefisien determinasi sebesar $0,227$. Hal ini berarti, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $22,7\%$. Sedangkan, sisa sebesar $77,3\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

D. PENUTUP

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Melalui data primer tersebut, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Kedua uji tersebut mendapatkan hasil yang valid dan reliable, yang berarti bahwa pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut, serta jawaban responden terhadap pernyataan dalam kuesioner adalah konstan dari waktu ke waktu.

Sedangkan dalam uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolonieritas, hasilnya menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dan tidak terjadi heteroskedastisitas serta tidak terjadi korelasi diantara kedua variabel independen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan diatas, maka

terdapat beberapa hal yang dapat di simpulkan, sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis (H1) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $< t$ table yaitu sebesar $2,870 < 2,0076$ dan tingkat signifikan $> 0,05$ yaitu $0,06 > 0,05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, pengujian secara statistik membuktikan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amanah Karya Indonesia (Bisatopup).
2. Hasil pengujian hipotesis (H2) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut dilihat berdasarkan hasil (uji t) dengan nilai t hitung $< t$ table yaitu sebesar $1,427 < 2,0076$ dan tingkat signifikan $> 0,05$ yaitu $1,60 > 0,05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi, pengujian secara statistik membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Amanah Karya Indonesia (Bisatopup).
3. Hasil uji simultan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk R Square, di peroleh nilai koefisien determinasi sebesar sebesar $0,227$. Hal ini berarti, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $22,7\%$. Sedangkan, sisa sebesar $77,3\%$ dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun beberapa saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan agar memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sebaiknya perusahaan membuat Standart

Operational Procedure yang sesuai dengan pelayanan dan produk, sehingga orang yang bertanggung jawab dalam perusahaan yang berhubungan secara langsung dengan pelayanan, dapat memiliki acuan dalam memberikan *service excellent* kepada pelanggan, terutama dalam pelayanan disaat pelanggan ada kendala dalam transaksinya.

2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
3. Dalam penelitian ini masih terdapat variabel-variabel lain yang perlu diperhatikan. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya semoga bisa lebih menggali variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain dalam kedua variabel di penelitian ini. Karena semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka akan semakin banyak manfaat yang didapatkan oleh perusahaan, baik itu dari segi profit maupun citra perusahaan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, H. B., & Djaslim, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Assauri, S. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Larreche, J.-C. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Iqbal, M., & Hermani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Bakoel Eskrim Cabang Tembalang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 9, no. 1, 343-350.
- Karlina, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Pada PT. Matahari Departemen Store Tbk. Cabang Binjai*. Medan: Prodi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lovelock, C. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- McCarthy, E. J., Perreault, & D., W. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mustikasari, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY). *Jurnal Dinamika Teknik, Vol.13 No. 1*, 24-32.
- Subagja, I. K., & Putri, A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Rahman Wisata Mandiri Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Vol.5 No.2*, 1-14.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winardi. (1991). *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

ANALISIS PERILAKU KARYAWAN MUSLIM DI BENGKULU UTARA YANG TERDAMPAK COVID-19

Debby Arisandi

Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Correspondence author: Debby Arisandi, debbyarisandi@gmail.com, Bengkulu, Indonesia

Abstract

The purpose of this study was to find out what behaviors and negative impacts occurred on Muslim employees who were affected by Covid-19 in North Bengkulu. The type of research is descriptive qualitative by conducting field research. The results of the research found that: 1) The behavior of Muslim employees has full responsibility for their work. For them, an employee must have a sense of responsibility towards work, be trustworthy, disciplined, positive thinking, empathetic and professional. 2) The behavior of Muslim employees affected by Covid-19 is innovative, namely creating new ideas for doing their work. This Covid has indeed had an impact on employees, employees present solutions that have not been shown by others in overcoming this problem, such as looking for a side job to fulfill their daily needs.

Keywords: employees, behaviors, covid

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku dan dampak negatif apa saja yang terjadi pada karyawan muslim yang terdampak Covid-19 di Bengkulu Utara. Jenis penelitian adalah Kualitatif Deskriptif dengan melakukan penelitian lapangan. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mendapatkan bahwa: 1) Perilaku karyawan muslim memiliki tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan mereka bagi mereka sangat penting seorang karyawan memiliki rasa tanggungjawab terhadap pekerjaan, karyawan masih amanah, disiplin, berpikir positif, empati dan professional. 2) Perilaku karyawan muslim yang terdampak Covid-19 adalah inovatif yaitu menciptakan ide baru untuk pengembangan pekerjaan yang dimiliki. Covid ini memang memberikan dampak bagi karyawan, karyawan menampilkan solusi yang belum pernah ditampilkan orang lain dalam mengatasi masalah ini seperti mencari pekerjaan sampingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kata Kunci: perilaku, karyawan, covid

A. PENDAHULUAN

Pada Maret 2020 dunia dikejutkan dengan wabah virus corona (Covid-19) yang menginfeksi seluruh negara di dunia. Dimana Covid-19 ini bermula dan terdeteksi

di negara Wuhan, China pada Desember 2019 dan mulai tersebar ke berbagai penjuru dunia termasuk Indonesia pada Maret 2020 (Herispon, 2020).

Untuk mencegah penyebaran covid di Indonesia, pemerintah menerbitkan PP

Nomor 21 Tahun 2020 tentang kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang merupakan strategi pemerintah untuk dapat mencegah virus corona semakin menyebar, sementara itu menurut Kementerian Kesehatan (Kemenkes) RI, PSBB tak sepenuhnya membatasi seluruh kegiatan masyarakat, pembatasan tersebut hanya berlaku untuk aktivitas tertentu saja di suatu wilayah yang terduga terinfeksi Covid-19.

Banyak sekolah dan Universitas yang diliburkan oleh pemerintah dengan memberlakukan belajar dan bekerja dari rumah, membatasi kegiatan keagamaan, pembatasan moda transportasi, pembatasan kegiatan di tempat umum dan meliburkan tempat kerja dan kegiatan lainnya khusus terkait aspek pertahanan keamanan. Dengan adanya wabah Covid-19 ini mau tidak mau beberapa perusahaan mengurangi jumlah pekerja atau karyawan sehingga terjadi PHK terhadap karyawan sebagai upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Banyak pula perusahaan yang mengambil langkah-langkah yang ekstrim untuk mempertahankan bisnis mereka dan tentunya untuk mengurangi kerugian akibat covid-19. Menurut pemantauan ILO (*International Labour Organization*) karena adanya tindakan karantina penuh atau parsial saat ini sudah berdampak pada hampir 2,7 miliar pekerja, yang sudah mewakili sekitar 81 persen tenaga kerja dunia. Dalam situasi saat ini, usaha di berbagai sektor ekonomi sedang menghadapi krisis ekonomi yang dapat mengancam operasi dan kesehatan mereka, terutama di antara perusahaan kecil, sementara jutaan pekerja rentan kehilangan pekerjaan dan pendapatan serta mengalami PHK (LIPI, Kemnaker, & Indonesia, 2021).

Sumber daya insani dalam prespektif islam yaitu ciri-ciri sumberdaya manusia yang mempunyai sifat keislaman serta dapat menjujung tinggi nilai ke islaman. Ciri –ciri Sumber daya insani dalam perspektif Islam adalah sebagai berikut (Zainal, 2009):

- a. Amanah
Amanah atau amanat merupakan unsur penting dan menentukan akan berhasil dan tidaknya seseorang dalam berusaha dan beramal. Dalam kehidupan sehari-hari banyak kita saksikan adanya perbedaan yang nyata antara orang yang bersifat amanah dengan orang yang suka berkhianat. Orang yang bersikap amanat atau jujur selalu menjadi tempat kepercayaan, dihormati dan disegani. Sedangkan orang yang bersikap khianat atau curang selalu dibenci dan dikucilkan dalam pergaulan. Sebagai akibat dari dua sikap yang saling bertentangan itu, terlihat bahwa orang yang bersifat amanah selalu berhasil dalam berusaha. Sedangkan, orang yang bersifat khianat selalu mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan yang dicita-citakan.
- b. Berpikir positif
Berpikir Positif diawali dengan sebuah keyakinan pada diri sendiri. Keyakinan bahwa dirinya mampu. Keyakinan yang mengatakan bahwa dirinya “bisa”. Jika tidak bisa melakukan hal seperti ini, maka masih dikuasai oleh pikiran negatif.
- c. Disiplin
Disiplin merupakan perasaan taat dan patuh terhadap nilai-nilai yang dipercaya termasuk melakukan pekerjaan tertentu yang menjadi tanggung jawabnya. Pendisiplinan bisa jadi menjadi istilah pengganti untuk hukuman maupun instrumen hukuman dimana hal ini bisa dilakukan pada diri sendiri ataupun pada orang lain. Disiplin merupakan sikap yang wajib ada dalam diri semua individu. Karena disiplin adalah dasar perilaku seseorang yang sangat berpengaruh besar terhadap segala hal, baik urusan pribadi maupun kepentingan bersama dan untuk memiliki tingkat kedisiplinan yang tinggi dalam mengerjakan apapun, maka dibutuhkan latihan dengan kesadaran dari dalam diri

akan pentingnya sikap disiplin sehingga menjadi suatu landasan bukan hanya pada saat bekerja, tetapi juga dalam berperilaku sehari-hari.

d. Empati

Pengertian Empati adalah proses kejiwaan seseorang individu larut dalam perasaan orang lain baik suka maupun duka, dan seolah-olah merasakan maupun mengalami apa yang dirasakan atau dialami oleh orang tersebut. Empati merupakan kelanjutan dari sikap simpati, yaitu perbuatan nyata untuk mewujudkan rasa simpatinya itu.

PT. XYZ di Kabupaten Bengkulu Utara adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pengolahan karet, dimana terdapat banyak karyawan lepas atau karyawan harian yang bekerja. Perilaku karyawan sebelum pandemi Covid-19, mereka memiliki rasa tanggungjawab, amanah, disiplin, berpikir positif, empati, profesional terhadap pekerjaannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PT. XYZ melalui bapak Reza setelah adanya pandemi Covid-19 ini membuat perusahaan harus mengambil kebijakan agar membuat perusahaan tetap bisa beroperasi misalnya dengan mengurangi jam kerja karyawan harian lepas yang membuat pendapatan karyawan berkurang sehingga mempengaruhi kondisi ekonomi karyawan karena gaji mereka dihitung per jam atau berdasarkan lama waktu mereka bekerja bahkan sampai mengurangi jumlah karyawan yang bekerja di perusahaan.

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi atau rujukan bagi pelaksanaan penelitian ini antara lain yaitu (Syahrial, 2020; Putra & Maruf, 2021; Martanti, Magdalena, Ariska, Setiyawati, & Rumboirusi, 2020).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk memperoleh deskripsi

perilaku karyawan muslim di Bengkulu Utara yang terdampak Covid-19. Waktu penelitian dilaksanakan dari 23 Februari 2021 sampai dengan 05 Maret 2021. Tempat penelitian dilakukan di PT. XYZ di Kecamatan Ketahun, Kabupaten Bengkulu Utara.

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti pada saat peneliti melakukan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan 10 informan yang terdiri dari, Supriadi, Sukarti, Napitulu, Antasari, Pasaribu, Manik, Jeri, Musahada, Bahtiar Sitorus, Sinaga

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan sampel informan penelitian secara *Purposive sampling* dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini dengan menggunakan sasaran 10 orang karyawan muslim PT. XYZ Bengkulu Utara. Kriteria dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan yang sudah bekerja diatas 5 tahun. Supardi sebagai mandor selama 15 tahun. Sukarti sebagai krani/administrasi selama 10 tahun. Napitulu sebagai penyadap selama 8 tahun. Antasari sebagai penyadap kurang lebih 9,5 tahun. Pasaribu sebagai penyadap kurang lebih 8 tahun. Manik sebagai penyadap kurang lebih 5,5 tahun. Jeri sebagai penyadap kurang lebih 7 tahun. Musahada sebagai penyadap kurang lebih 7 tahun. Bahtiar sitorus sebagai penyadap kurang lebih 6 tahun. Sinaga sebagai penyadap kurang lebih 9 tahun.

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari subjek, masyarakat atau pihak terkait penelitian, baik melalui observasi, lapangan, wawancara atau penyebaran angket (Satori & Komariah, 2013; Moleyong, 2002). Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh dari hasil

observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan jumlah informan 10 orang karyawan muslim.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melalui tatap muka untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga didapat jawaban dari topik yang diangkat (Moleyong, 2002; Satori & Komariah, 2013; Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung kepada 10 orang karyawan muslim.

Penulis menggunakan analisa data kualitatif, dimana data yang diperoleh dianalisa dengan metode deskriptif dengan cara berpikir induktif yaitu penelitian dimulai dari fakta-fakta yang bersifat empiris dengan cara mempelajari suatu proses, suatu penemuan yang terjadi, mencatat, menganalisa menafsirkan, melaporkan serta menarik kesimpulan dari proses tersebut. Menurut Huberman, analisis data kualitatif secara umum dapat dilakukan sebagai berikut (Pawito, 2007) :

- a. Proses reduksi (*data reduction*) adalah proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan, serta kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi data merupakan bagian dari analisis yang mempertegas memperpendek dan membuat fokus sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, cari tema dan polanya. Peneliti melakukan reduksi data dalam penelitian ini ialah dengan berdiskusi pada orang lain yang dianggap ahli. Sehingga dari hasil diskusi tersebut wawasan peneliti dapat bertambah dan data-data yang digunakan memiliki nilai yang signifikan.
- b. Penyajian data (*data display*) adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian

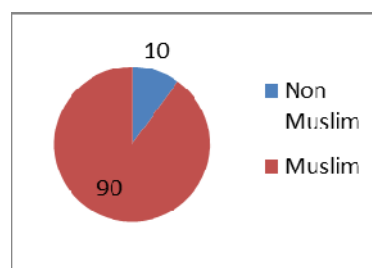
data, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang terjadi dan peneliti dapat menyajikan data yang telah diperoleh dari hasil observasi maupun wawancara dengan lengkap.

- c. Penarikan kesimpulan (*data conclusion*), dari awal pengumpulan data peneliti melakukan pencatatan-pencatatan, kemudian data yang sudah terkumpul di analisis untuk di tarik kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Karyawan Muslim

Apapun bentuk usaha dan bidang kerjanya, karyawan merupakan ruh dari sebuah usaha atau sebuah organisasi, karena karyawan adalah pihak yang bertanggung jawab terhadap mutu dan pelayanan yang diberikan untuk perusahaan juga sangat memperhatikan kualitas dan proses pengembangan karyawan muslim seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang paling dominan karyawan muslim, dari 100 % terdapat 90 % karyawan muslim sebagaimana diagram berikut:



Gambar 1. Prosentase Karyawan Muslim

Perilaku karyawan muslim PT. XYZ memiliki tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan mereka sangat penting seorang karyawan memiliki rasa tanggungjawab terhadap pekerjaan, karyawan masih amanah, disiplin, berpikir positif, empati dan professional. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Supriadi berpendapat bahwa Karyawan memiliki tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan mereka karena pekerjaan sangat

penting bagi seorang karyawan. Maka bagi karyawan tanggungjawab terhadap pekerjaan itu sangat penting. Sedangkan menurut Sukarti berpendapat bahwa tanggungjawab sangat penting dan memang dituntut untuk memiliki rasa tanggung jawab. Rasa tanggungjawab yang dimiliki oleh karyawan sangat penting bagi perusahaan karena dapat membuat tujuan perusahaan tercapai. Mengenai hal ini, Napitulu berpendapat bahwa Tanggung jawab karyawan memang sangat penting dan memang harus dimiliki oleh karyawan ini karena tanpa adanya rasa tanggung jawab karyawan maka perusahaan tidak bisa mencapai apa yang menjadi tujuannya

Selain rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh karyawan, yang harus dimiliki oleh karyawan muslim adalah profesionalisme walaupun pada masa pandemi Covid-19. Adapun profesionalisme karyawan terhadap pekerjaan dimana seseorang memang dituntut agar professional sebagaimana yang dikatakan oleh oleh bapak Antasari bahwa buruh harian harus menyelesaikan dan mengerjakan tugas dengan baik. Begitu juga dengan karyawan lainnya harus dapat melaksanakan tugasnya masing-masing walapun si karyawan itu sendiri sedang ada masalah lain termasuk masalah yang sedang kita hadapi bersama yaitu pandemi covid-19 ini tetapi tetap harus melaksanakan tugasnya sehari-hari. Pasaribu berpendapat bahwa, profesionalisme yang dimaksud adalah setiap karyawan itu harus dapat menjalankan tugasnya dengan baik walaupun pada masa pandemi covid-19 ini jam kerja dikurangi harus tetap bekerja maksimal dan juga bisa mencari pekerjaan sampingan lainnya selama masa pandemi covid-19 ini

Walaupun pada masa pandemi covid-19, karyawan tetap harus memiliki disiplin yang tinggi dalam melakukan pekerjaan. Dikarenakan jika karyawan tidak disiplin maka akan diberikan sanksi oleh pihak perusahaan yaitu diberikan hukuman.

Dimanapun seorang karyawan bekerja jika tidak disiplin dari dalam diri karyawan itu sendiri pastinya akan diberikan hukuman sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Manik yang berpendapat bahwa ada peraturan tertentu yang harus dipatuhi oleh karyawan yaitu semua peraturan yang ada. Bagi karyawan yang tidak mematuhi aturan akan mendapat hukuman karena tidak menaati peraturan yaitu berupa SP I, Surat peringatan 2, SP 3 bahkan direkomendasikan untuk diberhentikan.

Perilaku karyawan muslim memiliki tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan mereka, bagi mereka sangat penting seorang karyawan memiliki rasa tanggungjawab terhadap pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa karyawan muslim masih amanah dengan pekerjaannya sebagaimana hasil wawancara kepada informan.

Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa karyawan muslim masih berpikiran positif kepada perusahaan walaupun pada masa pandemi karena pihak perusahaan juga mendorong mereka yang bekerja di perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa karyawan muslim masih memiliki empati kepada perusahaan walaupun pada masa pandemi sebagaimana yang uraikan oleh informan Sukarti bahwa pihak perusahaan juga tidak memberhentikan karyawan sepenuhnya. Perusahaan hanya melakukan pengurangan jam kerja karena memang banyak aturan dari pemerintah yang membuat perusahaan melakukan hal tersebut, oleh karena itu kami selaku karyawan tetap berempati pada perusahaan.

Berikut adalah tabel perilaku karyawan muslim mengenai tanggungjawab, amanah, disiplin, berpikir positif, empati dan professional :

Tabel 1. Tabel Perilaku Karyawan Muslim

No	Nama	Tanggung Jawab		Amanah		Disiplin		Berpikir Positif		Empati		Profesional	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Supriadi	√		√		√		√		√		√	
2.	Sukarti	√		√		√		√		√		√	
3.	Napitupulu	√		√		√		√		√		√	
4.	Antasari	√		√		√		√		√		√	
5.	Pasaribu	√		√		√		√		√		√	
6.	Manik	√		√		√		√		√		√	
7.	Jeri	√		√		√		√		√		√	
8.	Musahada	√		√		√		√		√		√	
9.	Bahtiar Sitorus	√		√		√		√		√		√	
10.	Sinaga	√		√		√		√		√		√	

Berdasarkan teori dan standar perilaku karyawan muslim yang professional harus melakukan tugas-tugas sebagaimana dijelaskan berikut:

1. *Work analysis*, yaitu sebuah analisis pekerjaan yang bertujuan untuk mengetahui tugas-tugas yang akan dijalani (*job description*) dan siapa yang akan bertanggung jawab atas tugas-tugas tersebut.
2. *Planning manpower*, yaitu mengidentifikasi kebutuhan perusahaan akan jenis dan jumlah karyawan yang dibutuhkan, dan mempertimbangkan apakah dengan adanya penambahan jumlah karyawan memberi pengaruh yang baik bagi perusahaan.
3. *Choice and appointment*, merupakan sebuah tugas manajemen sumber daya manusia untuk mencari karyawan-karyawan, memilih yang terbaik, dan memenuhi kualifikasi mulai dari tahapan seleksi berkas (*administrasi*), tes ilmu pengetahuan, wawancara, dan tahapan lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk menempatkan karyawan sesuai dengan keahliannya berdasarkan asas *the right man in the right place and the right man in the right job*.

4. *Designing wages hierarchy*, tahapan ini berfokus pada berapa banyak jumlah karyawan yang akan ditempatkan dalam satu divisi atau bagian dan menentukan berapa besar jumlah gajinya dan membandingkannya dengan divisi lain. Tugas ini juga berkaitan dengan sistem manajemen gaji yang tepat dan transparan.
5. *Designing the systems of incentives*, tugas ini berkaitan dengan pemberian bonus yang dijanjikan kepada karyawan baik itu secara individu atau team yang telah melakukan tugas dan kewajibannya dengan sangat baik dan memuaskan.
6. *Designing systems of features and services of the employee*, yaitu perusahaan memberikan fasilitas-fasilitas kepada karyawan-karyawannya seperti dana pensiun, asuransi kesehatan, rumah dan kendaraan dinas.
7. *Assessing performance*, sebagian besar perusahaan melakukan penilaian terhadap karyawan-karyawannya dengan berbagai cara, dan biasanya langsung dilakukan oleh atasan mereka untuk melihat kinerja mereka.
8. *Training*, bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, pengetahuan, keterampilan

karyawan. Melalui tahapan ini, perusahaan diharapkan mampu menciptakan individu yang terampil dan ahli dalam bidangnya masing-masing yang telah dibuktikan dengan sertifikasi keahlian khusus. Perusahaan juga dapat mengidentifikasi kebutuhan karyawan dan menentukan metode apa yang tepat dan efektif untuk memenuhi kebutuhan karyawan yang belum terpenuhi.

9. *Planning the career track*, tugas ini berkaitan dengan jenjang karir karyawan, khususnya berkaitan dengan kenaikan pangkat atau jabatan sesuai persyaratan dan kemampuannya. Tugas ini harus mampu mengetahui kelemahan dan kelebihan dari setiap karyawan. Tugas dan fungsi manajemen sumber daya insani yang paling utama ialah memilih.

Perilaku karyawan muslim adalah seni dan ilmu memperoleh dan memajukan serta memanfaatkan tenaga kerja sehingga tujuan organisasi dapat direalisasi secara daya guna sekaligus adanya kegairahan bekerja dari para pekerja.

Perilaku Karyawan Muslim yang Terdampak Covid-19

Perilaku kerja karyawan muslim yang terdampak covid-19 adalah inovatif yaitu menciptakan ide baru untuk pengembangan pekerjaan karyawan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Jeri bahwa Covid memang memberikan dampak, oleh karena itu harus dapat menampilkan solusi yang belum pernah ditampilkan orang lain dalam mengatasi masalah ini seperti mencari pekerjaan sampingan.

Berapa banyak waktu yang terpotong, karyawan akan melihat apa saja kerjaan yang bisa karyawan lakukan pada durasi waktu tersebut. Perusahaan memberikan saran agar melakukan keseimbangan kehidupan dan pekerjaan selama masa pandemi ini, misalnya dalam bekerja karyawan dituntut untuk memfleksibelkan

waktu. Sebagaimana yang dikatakan oleh Musahada bahwa pengaturan kerja yang fleksibel membantu karyawan untuk menyeimbangkan pekerjaan dengan kebutuhan rumah tangga karyawan, kalau waktu bekerja di perusahaan dikurangi artinya karyawan dapat mencari pekerjaan lainnya untuk membantu menjaga perekonomian keluarga karyawan. Ketika perusahaan memilih untuk menerapkan pengaturan kerja yang fleksibel maka penjelasan dari karyawan adalah karyawan merasa lebih dihargai, sehingga akan memunculkan perilaku kerja yang positif. Sementara penerapan pengaturan kerja yang fleksibel di Indonesia bagi beberapa perusahaan, dilakukan karena tuntutan kebijakan pemerintah dalam menghadapi dan memutus penyebaran penularan Covid-19.

Selain itu, pandemi Covid-19 mempengaruhi faktor psikologis seseorang seperti munculnya rasa cemas terhadap kesehatan, keamanan, keluarga, keuangan, hingga pekerjaan. Kemudian, penerapan pengaturan kerja yang fleksibel saja tidak cukup untuk membuat karyawan memunculkan perilaku kerja inovatif. Karyawan perlu untuk merasakan keterikatan kerja akibat diberlakukannya pengaturan kerja yang fleksibel dengan beban kerja yang rendah. Hal ini disebabkan karena untuk menjadi inovatif, karyawan perlu merasakan *absorption*, yakni berkonsentrasi dan terlibat secara mendalam pada aktivitas pekerjaannya.

Perilaku karyawan muslim dalam suatu organisasi haruslah memiliki nilai-nilai ketauhidan dan keimanan, karena dengan dengan memiliki itu akan merasakan kenyamanan dalam melakukan sesuatu dan merasakan bahwa seolah-olah Allah itu dekat dengannya serta selalu mengawasinya dalam melakukan segala sesuatu apa yang dikerjakannya.

Pembahasan

Perilaku karyawan muslim diharapkan dikelola untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah. Oleh sebab itu maka segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan perilaku tersebut harus berdasarkan aturan-aturan Allah. Aturan-aturan itu tertuang dalam Al-Qur'an, hadist dan beberapa contoh yang dilakukan oleh para sahabat. Sehubungan dengan itu maka isi dari manajemen syariah adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan ilmu manajemen konvensional yang diwarnai dengan aturan Al-Qur'an, hadist dan beberapa contoh yang dilakukan oleh para sahabat nabi.

Karyawan pada PT. XYZ sudah memiliki tanggung jawab penuh terhadap pekerjaan mereka. Karyawan yang mengesampingkan kepentingan perusahaan di atas kepentingan pribadi dan urusan pribadi masing-masing karyawan. Sesuai dengan teori bahwa perilaku karyawan muslim di antara masing-masing karyawan di pengaruhi oleh berbagai faktor yaitu:

1. *Responsibility* (Tanggung Jawab)
Setiap orang bertanggung jawab atas yang dipimpinya Berdasarkan hasil penelitian, mandor bertanggungjawab untuk memonitoring kerja lapangan, kran/administrasi mengolah data dan mengeluarkan gaji karyawan, serta penyadap bertanggungjawab untuk menyadap atau kerja lapangan sesuai target.
2. *Skiil* (Keahlian)
Untuk kelangsungan usaha perusahaan maka dibutuhkan karyawan yang memiliki keahlian khusus, misalnya marketing. Berdasarkan hasil penelitian bahwa mandor skillnya memonitoring kerja lapangan, kran/administrasi skillnya mengolah data, dan penyadap skillnya untuk menyadap atau kerja lapangan sesuai target.
3. *Mental Effort* (Kerja otak/ mental)
Karyawan yang lebih mengandalkan kemampuan kerja otak/mental

memperoleh tingkat proteksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan mengandalkan kekuatan fisik. Berdasarkan hasil penelitian bahwa mandor memiliki kerja otak/mental yang kuat dalam memonitoring kerja lapangan, kran/administrasi memiliki kerja otak/mental yang kuat dalam mengolah data dan penyadap memiliki kerja otak/mental yang kuat dalam untuk menyadap atau kerja lapangan sesuai target. Semua ada bagiannya masing-masing.

4. *Physical Effort* (Kemampuan fisik)
Islam sangat memperhatikan kekuatan fisik bagi umatnya, karena dengan kekuatan fisik itu seseorang bisa melangsungkan kehidupannya. Islam sangat tidak toleren kepada kelemahan, karena lemah biasanya diikuti dengan kemalasan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa mandor memiliki kerja kemampuan fisik yang kuat dalam memonitoring kerja lapangan, kran/administrasi memiliki kemampuan fisik yang kuat dalam mengolah data dan penyadap memiliki kemampuan fisik yang kuat dalam untuk menyadap atau kerja lapangan sesuai target. Semua ada bagiannya masing-masing.
5. *Working Condition* (Kondisi Kerja)
Kondisi kerja yang dihadapi oleh pekerja untuk bidang marketing akan berbeda pada bidang operasional. Semakin berat kondisi kerja yang dihadapi pekerja, semakin tinggi program proteksi yang diterapkan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa baik mandor, kran/administrasi dan penyadap memiliki kondisi kerja yang baik.
6. *Government Rule* (Peraturan pemerintah)
Pemerintah sebagai regulator biasanya membuat peraturan yang mengharuskan perusahaan untuk memberikan perlindungan yang memadai bagi pekerja. Dengan demikian, proteksi atau

perlindungan pekerja merupakan suatu keharusan bagi perusahaan yang diwajibkan oleh pemerintah melalui peraturan perundang-undangan.

Hal yang dilakukan oleh perusahaan setelah adanya pandemi program proteksi yang diterapkan yang bekerja di dalam ruangan harus menggunakan masker dan menjaga jarak.

Karyawan merupakan tulang punggung dalam roda menjalankan operasional suatu perusahaan. Sumber daya manusia yang dimiliki sangat dimanfaatkan dalam mengelola suatu organisasi, karena seberapa bagusnya sistem yang dimiliki organisasi tidak berarti apa-apa jika tidak dijalankan oleh para pelakunya.

Pandemi Covid-19 yang tidak pernah terprediksi sebelumnya, dewasa ini telah banyak berpengaruh terhadap perubahan perilaku masyarakat. Sistem syariah yang disusun harus menjadikan perilakunya berjalan dengan baik, yaitu dengan pelaksanaan sistem kehidupan secara konsisten dalam semua kegiatan yang akhirnya akan melahirkan sebuah tatanan kehidupan yang baik. Karyawan muslim sebagai sumber daya penggerak suatu proses produksi harus mempunyai karakteristik sifat-sifat yang dimiliki oleh para Anbiya' yaitu *Shiddiq* (jujur), *Itqan* (profesional), *Fathanah* (cerdas), *amanah* (terpercaya) dan *Tabligh* (transparan). Profesional secara syariah artinya mengelola suatu usaha atau kegiatan dengan amanah. Dalam bisnis Islam dua faktor yang menjadi kata kunci yaitu kejujuran dan keahlian. Karena kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis paparkan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku karyawan muslim sebelum Covid-19, karyawan memiliki tanggung

jawab penuh terhadap pekerjaan mereka, bagi mereka sangat penting seorang karyawan memiliki rasa tanggungjawab amanah, disiplin, berpikir positif, empati dan profesional terhadap pekerjaannya.

2. Perilaku karyawan muslim setelah Terdampak Covid-19 adalah inovatif yaitu menciptakan ide baru untuk pengembangan pekerjaan yang dimiliki. Covid ini memang memberikan dampak bagi karyawan, karyawan menampilkan solusi mengatasi masalah ini seperti mencari pekerjaan sampingan untuk memenuhi kebutuhan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Herison. (2020). Dampak Ekonomi Pembatasan Sosial Berskala Besar Terhadap Masyarakat Kota Pekanbaru di Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Riau Vol.11* (2), 164-173.
- LIPI, Kemnaker, & Indonesia, U. (2021, Mei 2). *FEB IU*. Retrieved from Universitas Indonesia: <https://www.feb.ui.ac.id/blog/2020/05/26/inilah-hasil-kolaborasi-riset-antara-lipi-kemnaker-dan-lembaga-demografi-feb-ui/>
- Martanti, D. M., Magdalena, F., Ariska, N. P., Setyawati, N., & Rumboirusi, W. C. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Tenaga Kerja Formal di Indonesia. *Populasi: Jurnal Kependudukan dan Kebijakan, Vol 28*(2), 52-69.
- Moleyong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Putra, R. S., & Maruf, M. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan Ketidak Kooperatifan Perusahaan Dalam Memberikan Hak Karyawan Setelah di

- PHK. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 47-52.
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrial. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Tenaga Kerja di Indonesia. *JURNAL NERS: Research & Learning in Nursing Science*, 4(2), 21-29.
- Zainal, V. R. (2009). *Islamic Human Capital : Dari Teori ke Praktik Manajemen Sumber Daya Islami*. Jakarta: Rajawali Press.

ANALISIS STRATEGI BISNIS USAHA KULINER CATERING (STUDI KASUS PADA SHINTA CATERING DEPOK)

Choerul Hidayatulloh¹⁾, Helena Louise Panggabean²⁾, Evi Noviaty³⁾

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas MH Thamrin Jakarta

Correspondence author: Helena Louise, helenalouise Panggabean@gmail.com, Jakarta, Indonesia

Abstract

The more advanced the times and changes in the pattern of human life, the human needs also change especially primary needs, one of which is food and drink. One of the businesses providing fast food is the catering business. Shinta Catering is a catering business that is classified as superior and has good potential to continue to grow rapidly. But on the other hand, Shinta Catering experienced a decline in sales. Therefore, the purpose of this study is to analyze the problems of the culinary business strategy applied by Shinta Catering. The analysis used is descriptive analysis to get an overview of the company's environment related to the Opportunities, Threats, Strengths, and Weaknesses of Shinta Catering and formulating strategies using the SWOT matrix. Quantitative descriptive analysis using EFE, IFE, and IF. And the data that has been collected is then analyzed using a descriptive approach, namely the approach used to analyze the questionnaire data by describing the questionnaire data that has been collected as it is. The results of the research from a SWOT analysis combine two factors in a company. The results of the SWOT analysis on the Shinta Catering Depok business from both IFAS and EFAS matrices show that the SO strategy has the highest value among the ST, WO, WT, and SW strategies and it can be seen that the position of the Catering business in Depok is in quadrant 1 by implementing an aggressive strategy. from a marketing point of view. This position is a very favorable situation for Shinta Catering, where the business has opportunities and strengths so that it can take advantage of opportunities in the catering business.

Keywords: business strategies, catering, swot

Abstrak

Semakin maju perkembangan jaman dan perubahan pola hidup manusia menyebabkan kebutuhan manusia juga berubah, terutama dalam kebutuhan primer yang salah satunya adalah makanan dan minuman. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Salah satu usaha penyediaan makanan cepat saji adalah usaha catering. Shinta Catering merupakan salah satu usaha catering yang tergolong unggul dan memiliki potensi yang cukup baik untuk terus berkembang pesat. Namun disisi lain, Shinta Catering mengalami penurunan jumlah penjualan. Oleh sebab itu tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis permasalahan strategi bisnis usaha kuliner yang diterapkan oleh Shinta Catering. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkungan perusahaan terkait dengan Peluang, Ancaman, Kekuatan

dan Kelemahan yang dimiliki oleh Shinta Catering serta perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Analisis deskriptif kuantitatif menggunakan matriks EFE, IFE, dan IF. Dan data yang sudah terkumpul, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data kuesioner dengan cara mendeskripsikan data kuesioner yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Hasil penelitian dari analisis SWOT yang menggabungkan dua faktor dalam suatu perusahaan. Hasil dari analisis SWOT pada usaha Shinta Catering Depok dari kedua matrik IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa strategi SO memiliki nilai yang paling tinggi diantara strategi ST, WO, WT dan SW serta dapat diketahui bahwa posisi usaha Catering di Depok berada pada kuadran 1 dengan menerapkan strategi agresif dari segi pemasaran. Pada posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan bagi Shinta Catering yang dimana usaha tersebut memiliki peluang (*opportunities*) dan kekuatan (*Strength*) sehingga dapat memanfaatkan peluang (*opportunities*) pada usaha Katering.

Kata Kunci: strategi bisnis, katering, swot

A. PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha persaingan merupakan hal yang lumrah, dan dibuktikan dengan banyak perusahaan yang berusaha untuk memenangkan persaingan melalui berbagai macam usaha serta inovasi dalam pembuatan produk atau jasa yang mereka hasilkan. Sebuah perusahaan harus bisa memilih strategi – strategi yang baik agar usahanya dapat berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diinginkan. Permasalahan yang terjadi menjadi suatu alasan untuk perusahaan agar selalu berkembang memperbaiki diri untuk memperoleh kepercayaan di hati masyarakat, misalnya saat sebuah perusahaan memberikan harga yang terjangkau, melakukan promosi sebaik mungkin dan membuat perkembangan perusahaan yang baik terhadap konsumen, serta kualitas produk yang baik dan memuaskan dari produk yang mereka tawarkan kepada konsumen.

Usaha katering ialah usaha di bidang jasa kuliner, yang biasanya melayani pemesanan berbagai macam – macam makanan dan minuman yang melibatkan dari perlengkapan serta kebutuhan acara keluarga atau instansi yang telah disiapkan pada waktu dan tempat

tertentu. Usaha ini cukup diminati masyarakat, karena usaha ini dapat mengembalikan modal keuntungan cukup lumayan dan dapat melengkapi kebutuhan di masyarakat. Agar usahanya dapat berjalan dengan waktu yang cukup lama, maka pengusaha harus memilih dan memahami setiap keinginan dan kebutuhan konsumen dari sebuah jasa atau produk yang telah dibuat, tidak lupa juga pengusaha harus berinovasi supaya bisa menjaga kualitas suatu jasa atau produk yang ditawarkan dan kepuasan terhadap konsumennya. Sehingga diperlukan strategi dalam menjalankan bisnis yaitu strategi manajemen.

Manajemen Strategi adalah seni dan ilmu perumusan, penerapan, evaluasi, dan keputusan strategi untuk mencapai suatu tujuan organisasi (David, 2011). Dari ilmu teknologi yang tersebar di beberapa media, masyarakat umumnya akan menentukan keputusan yang tepat dari sikap pribadi dan cara berpikir masyarakat yang sudah modern, menjadikan cobaan bagi pengusaha jasa yang berpengalaman untuk dapat mengatasi dalam menerima setiap perubahan, agar mendapatkan peluang bisnis yang sedang mereka jalankan berkembang dengan pesat. Hal itu masyarakat yang mempunyai rutinitas cukup padat diluar rumah mereka tidak

begitu memperhatikan juga kebutuhan yang diperlukan untuk kesehatan masyarakat dari segi makanan dan minumannya. Masyarakat cenderung menggunakan jasa yang lain misalnya restoran, warung makan (warteg), kantin dan catering untuk melengkapi kebutuhannya. Dan demikian bisa dilihat masyarakat tidak mau direpotkan dari permasalahan konsumsi yang baik untuk kesehatan mereka maupun pada saat mengadakan acara tertentu. Dari jaman pertukaran sampai hari ini disebut perdagangan tidak menggunakan dengan tukar barang, tetapi sudah menggunakan pembayaran yang sah yaitu uang kertas/logam sampai yang berbentuk elektronik seperti kartu kredit, tetapi harga tetap menjadi patokan ukuran dalam penilaian dari suatu produk. Harga yakni hasil bukti pembayaran yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, dari jumlah nilai tukar ke konsumen, karena memakai atau mempergunakan dari jasa atau produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2011). Promosi yakni sebuah kegiatan yang memberikan informasi yang bermanfaat dari sebuah produk dan mengajak untuk mencapai target ke konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dan bauran promosi tersebut diantaranya terdiri dari penjualan, periklanan, promosi terhadap masyarakat lingkungan sekitar, serta hubungan langsung terhadap masyarakat dan penjualannya, (Kotler & Armstrong, 2011).

Biasanya konsumen akan mencari informasi tentang kualitas dan kepuasan sebelum mereka memilih suatu produk atau layanan jasa. Informasi-informasi tersebut biasanya mereka dapatkan dari mencicipi rasanya langsung ataupun testimoni dari pelanggan yang telah mencoba langsung. Shinta catering adalah sebuah usaha seorangan yang masih dalam tahap pengembangan usaha dibidang usaha kuliner yang menjual makanan untuk menyiapkan acara rumahan maupun perusahaan. Dan ini tidak mungkin diyakinkan dari sebuah produk atau jasa yang ditawarkan kepada

perusahaan pastinya, yang menjadikan faktor utama konsumen yang dicari untuk memenuhi kebutuhan mereka atau kepuasan konsumen tersebut. Ketika sebuah produk atau jasa yang mereka berikan pelayanannya bisa memuaskan konsumen, maka konsumen itu akan kembali menggunakan produk atau jasa yang diberikan perusahaan itu. Akan tetapi sebaliknya ketika konsumen tersebut merasa tidak terpuaskan terhadap produk dan jasa yang di berikan dari perusahaan itu, pastinya konsumen akan kecewa dan lebih beralih tidak ingin menggunakan produk atau jasa itu kembali. Maka itu dilihat dari kualitas sebuah produk atau jasa mempunyai peranan sangat penting dalam mempertahankan konsumen yang dimilikinya. Dan ini bisa menghasilkan keuntungan bagi tempat usaha lainnya, kemungkinan bagi tempat usaha tersebut akan memperoleh konsumen yang banyak. Karena dari konsumen yang terpuaskan oleh produk dan jasa yang mereka berikan tentu saja konsumen akan memberikan penilaian mereka untuk membeli kembali dan menceritakan pengalamannya terkait produk dan jasa yang ditawarkan, ke saudara-saudara terdekat atau keteman kerjanya.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakuakn di tempat Usaha Shinta Catering Depok Jalan Cagar Alam Selatan II Rt 004 Rw 009 No. 19A Pancoran Mas – Depok. Waktu Penelitian Dalam menyelesaikan penelitian ini maka penulis membagi dalam beberapa tahapan. Keseluruhan tahapan akan diselesaikan selama kurun waktu 3 Bulan terhitung dari Oktober hingga Desember 2020.

Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkungan perusahaan terkait dengan Peluang, Ancaman, Kekuatan dan Kelemahan yang dimiliki oleh usaha catering serta perumusan strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Analisis kualitatif

menggunakan matriks EFE, IFE, dan. Adapun tahapan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Input (Input Stage)

Tahap input adalah tahapan pengumpulan informasi untuk merumuskan strategi. Pada tahapan ini dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal maupun eksternal yang terjadi kekuatan dan kelemahan dalam perusahaan. Dalam penelitian ini, tahap input menggunakan matriks IFE dan EFE.

a. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Dalam tahap analisis faktor- faktor internal dan eksternal dilakukan dengan mendata seluruh kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pihak perusahaan. Serta mendata peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Dalam penyajian dalam matriks, faktor yang bersifat positif (kekuatan dan peluang) ditulis sebelum faktor yang bersifat negatif (kelemahan dan ancaman).

b. Pemberian Bobot Setiap Faktor

Pada analisis internal dan eksternal, penentuan bobot dilakukan dengan mengajukan kuesioner pada pihak manajemen atau ahli strategi dengan menggunakan metode pairwise comparison

c. Pemberian Peringkat (Rating)

Peringkat (rating) menggambarkan seberapa besar efektif strategi perusahaan saat ini dalam merespon faktor strategis yang ada (*company-based*)

2. Tahapan Pencocokkan (*Matching Stage*).

Tahap pencocokan adalah tahapan untuk mencocokkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal. Tahap pencocokan bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan agar dapat menghasilkan alternatif strategi yang layak bukan untuk memilih strategi

yang terbaik. Pada tahapan pencocokan alat analisis menggunakan matriks IE dan matriks SWOT yaitu :

a. Matriks Internal-Eksternal (IE)

Matriks IE berguna untuk menampilkan posisi organisasi dalam diagram skematis atau disebut juga sebagai matriks portofolio.

b. Analisis Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif strategi bagi pihak perusahaan. Matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan yang bertujuan membantu manajer dalam mengembangkan strategi

3. Tahapan Keputusan.

Tahap keputusan merupakan tahapan terakhir dalam formulasi strategi, yaitu dengan menetapkan alternatif strategi dimana perusahaan menetapkan strategi yang baik untuk terlebih dahulu dilaksanakan. Alat untuk menganalisis pada tahapan ini adalah dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) Adapun enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM adalah sebagai berikut:

a. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Informasi ini diperoleh dari matriks IFE dan EFE.

b. Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang sama dengan bobot tiap faktor yang ada pada IFE dan EFE.

c. Mengevaluasi matriks pada tahapan ke dua (pencocokan), dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Kemudian dicatat pada baris atas QSPM.

d. Menentukan nilai daya tarik (*attractiveness Scores-AS*). Nilai ini mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi. Nilai daya tarik relatif dari masing- masing

strategi. Adapun nilai daya tarik yang diberikan adalah sebagai berikut: 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik dan 4 = sangat menarik.

- e. Menghitung total nilai daya tarik (*Total Attractiveness Scores-TAS*) nilai ini didapatkan berdasarkan hasil dari perkalian bobot (langkah b) dengan nilai daya tarik (langkah d) dalam tiap baris total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif untuk masing-masing alternatif strategi. Semakin besar nilainya, maka semakin menarik alternatif strategi tersebut. Menghitung jumlah total TAS pada masing-masing kolom strategi alternatif strategi yang terpilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Populasi dan sampel sebagai objek dalam penelitian ini adalah Bisnis Usaha Shinta Catering Depok yang beralamat di Jalan Cagar Alam Selatan II Rt 004 Rw 009 No. 19A Pancoran Mas – Depok. Usaha yang dijalankan bergerak dibidang catering.

Variabel pada penelitian ini terdiri dari enam variabel dengan 21 indikator seperti yang terlihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Aspek Pasar dan Pemasaran	Peluang Pasar
	Permintaan
	Penawaran
	Bauran Pemasaran
	Segmentasi, Targeting, Positioning
	Persaingan
Aspek Produksi (Pengemasan dan Penjualan)	Lokasi
	Tata Letak (Layout)
	Teknik Pengemasan
	Alat Produksi
	Kapasitas Produksi
Aspek Manajemen dan Organisasi	Struktur Organisasi
	Deskripsi Tugas
Aspek Legal	Bentuk Badan Usaha
	Perijinan
Aspek Ekonomi	Pendapatan Masyarakat

	Penciptaan Lapangan Kerja dan Kewirausahaan
Aspek Keuangan	Metode Payback Periode (PP) Jika nilai PP < Periode Pengembalian maka usaha layak dikembangkan
	Metode Net Present Value (NPV) Jika nilai NPV > 0 (Positif) maka usaha menguntungkan
	Metode Internal Rate of Return (IRR) Jika nilai IRR > suku bunga berlaku maka layak dikembangkan
	Metode Profitability Index (PI) Jika nilai PI > 1 layak dikembangkan

Dalam proses penelitian ini, menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk data sekunder dilakukan dengan studi pustaka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti dan sistematis (Rukajat, 2018). Pengumpulan data melalui observasi/pengamatan langsung dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti langsung pada objek penelitian yaitu Shinta Catering Depok, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi serta gambaran secara luas dari berbagai aspek kelayakan bisnis yang telah dijalankan pada bisnis yang dijadikan objek penelitian.

2. Wawancara

Teknik wawancara yaitu teknik yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada narasumber atau informan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Disini penulis mengajukan beberapa pertanyaan

kepada pihak Shinta Catering terkait strategi pengembangan bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam usaha kuliner catering

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2015).

4. Studi Pustaka

Studi literature adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Rukajat, 2018). Dalam studi literatur penelitian ini, banyak menggunakan buku-buku, jurnal-jurnal, literatur-literatur dan contoh skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian ini yaitu (Ropiah, Susanto, & Ramdhani, 2018); (Mahardika & Sunariani, 2019); (Dewi Jayanti Mandasari, 2019); (Wibowo & Arifin, 2015)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Jumlah karyawan Shinta Catering berjumlah 30 orang termasuk pemiliknya Ibu Suparti. Berdasarkan jenis kelamin, dari 30 responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 17 orang dengan persentase 43,3% dan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 13 orang atau 56,7%. Berdasarkan usia yang dimiliki responden dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang berusia 18-25 tahun terdapat 15 orang atau 50%, serta pada usia 25-40 tahun sebesar 15 orang atau 50%.

Responden diminta menjawab kuesioner yang diberikan yang terdiri dari faktor kekuatan (*streght*), faktor kelemahan (*weakness*), faktor peluang (*opportunities*) dan faktor ancaman (*threat*) terhadap kondisi Shinta Catering.

Tabel 2. Data Hasil Kuesioner Faktor Kekuatan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Kekuatan (Streght)						
1	Manajemen berpengalaman di bidangnya	0	1	6	18	5
2	Reputasi telah dikenal di wilayah Depok	0	2	7	13	8
3	Tersedia banyak variasi menu yang ditawarkan	0	2	7	13	8
4	Produk rasanya khas	0	2	8	14	6
5	Usaha terkenal dengan masakannya yang lezat dan nikmat	0	1	12	13	4
6	Saat pemesanan, menu dapat dicampur	0	2	9	11	8
7	Harga kompetitif, ada diskom dan bonus menu untuk pemesanan tertentu	0	2	8	13	7
8	Pembayaran bisa DP dan pelunasan sisa dikemudian hari	0	1	6	17	6
9	Gratis biaya antar	1	2	11	12	4
10	Ketepatan waktu proses dari pemesanan hingga pengantaran ke konsumen	0	1	6	12	11

Tabel 2. Data Hasil Kuesioner Faktor Kelemahan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Kelemahan (Weakness)						
1	Perlu koordinasi saat pembagian tugas	2	2	6	15	5
2	Tempat produksi kurang memadai	1	5	8	9	7
3	Pemesanan nasi box masih berupa kardus	0	4	11	6	9
4	Terbatas kendaraan operasional ketika pengiriman ke konsumen	0	6	15	8	1

5	Promosi masih konservatif	2	4	17	3	4
6	Produk makanan tidak tahan lama	1	7	14	5	3
7	Adanya perubahan selera masyarakat sekitar wilayah Depok	0	8	14	7	1
8	Minimnya strategi promosi dan pemasaran	0	8	17	5	0
9	Bahan baku yang dibutuhkan tiap tahun semakin mahal	0	8	16	5	1
10	Pelanggan sering berganti-ganti (tidak tetap)	1	6	15	6	2

Tabel 3. Data Hasil Kuesioner Faktor Peluang

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Peluang (Opportunities)						
1	Pertumbuhan ekonomi wilayah Depok sangat mendukung usaha catering	0	0	13	9	8
2	Dengan inovasi dan kreatif Shinta Catering memiliki kesempatan untuk jangka panjang	0	0	9	15	6
3	Pengembangan media promosi melalui berbagai jenis sosial media	0	1	10	12	7
4	Pengusaha catering dapat mengembangkan usahanya terlepas bebas PPN	0	0	11	13	6
5	Usaha catering paling terjangkau lokasinya di masyarakat	0	0	13	9	8
6	Harga varian menu yang ada terjangkau	0	0	13	9	8
7	Harga bahan baku cukup terjangkau	0	0	9	15	6
8	Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa catering pada saat mengadakan acara	0	1	10	12	7
9	Lokasi catering dekat tempoat umum seperti sekolah dna perumahan	0	0	11	13	6
10	Budaya masyarakat yang konsumtif, ciri	0	0	13	9	8

	khass menu yang tersedia menjadikan usaha akan berkembang					
--	---	--	--	--	--	--

Tabel 4. Data Hasil Kuesioner Faktor Ancaman

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Faktor Ancaman (Threat)						
1	Kenaikan harga bahan bakar (elpiji)	0	0	5	14	11
2	Kenaikan harga bahan baku	0	0	11	13	6
3	Munculnya usaha catering baru	0	1	7	13	9
4	kualitas produksi harus terus baru baik dari citra rasa maupun penampilan makanannya	0	0	11	13	6
5	Persaingan dengan kompetitor catering lain	0	0	5	14	11
6	kebijakan ekonomi yang membuat harga dapat selalu berubah	0	0	13	9	8
7	Banyak catering lain yang meniru konsep varian makanan yang ada	0	0	8	15	7
8	Naiknya harga sejumlah bahan membuat pelanggan mengalami kenaikan harga beli	0	1	9	13	7
9	Pengusaha catering dituntut memberikan harga sesuai cita rasa dan ketepatan waktu pengiriman	0	1	12	12	5
10	Saat pandemi Covid-19, switching cost kecil sehingga pelanggan mudah berpindah ke catering lain	0	1	12	10	7

Pengolahan Data

1. Perhitungan bobot faktor internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting)

dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor internal :

Tabel 5. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan (Strenght)	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Manajemen berpengalaman di bidangnya	116	0.06
2	Reputasi telah dikenal di wilayah Depok	115	0.06
3	Tersedia banyak variasi menu yang ditawarkan	115	0.06
4	Produk rasanya khas	112	0.06
5	Usaha terkenal dengan masakannya yang lezat dan nikmat	109	0.05
6	Saat pemesanan, menu dapat dicampur	113	0.06
7	Harga kompetitif, ada diskon dan bonus menu untuk pemesanan tertentu	113	0.06
8	Pembayaran bisa DP dan pelunasan sisa dikemudian hari	117	0.06
9	Gratis biaya antar	103	0.05
10	Ketepatan waktu proses dari pemesanan hingga pengantaran ke konsumen	122	0.06
Jumlah Kekuatan (Strenght)		1135	0.06
Kelemahan (Weakness)			
1	Perlu koordinasi saat pembagian tugas	105	0.05
2	Tempat produksi kurang memadai	100	0.05
3	Pemesanan nasi box masih berupa kardus	106	0.05
4	Terbatas kendaraan operasional ketika pengiriman ke konsumen	88	0.04
5	Promosi masih konservatif	87	0.04
6	Produk makanan tidak tahan lama	84	0.04
7	Adanya perubahan selera masyarakat sekitar wilayah Depok	83	0.04
8	Minimnya strategi promosi dan pemasaran	79	0.04
9	Bahan baku yang dibutuhkan tiap tahun semakin mahal	81	0.04
10	Pelanggan sering berganti-ganti (tidak tetap)	85	0.04
Jumlah Kelemahan (Weakness)		898	0.04
Total Keseluruhan		2033	1.00

Pada perhitungan bobot faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel hasil perhitungan bobot faktor eksternal internal :

Tabel 6. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang (Opportunities)	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Pertumbuhan ekonomi wilayah Depok sangat mendukung usaha catering	115	0.05
2	Dengan inovasi dan kreatif Shinta Catering memiliki kesempatan untuk jangka panjang	117	0.05
3	Pengembangan media promosi melalui berbagai jenis sosial media	114	0.05
4	Pengusaha catering dapat mengembangkan usahanya terlepas bebas PPN	115	0.05
5	Usaha catering paling terjangkau lokasinya di masyarakat	115	0.05
6	Harga varian menu yang ada terjangkau	115	0.05
7	Harga bahan baku cukup terjangkau	117	0.05
8	Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa catering pada saat mengadakan acara	114	0.05
9	Lokasi catering dekat tempoat umum seperti sekolah dna perumahan	115	0.05
10	Budaya masyarakat yang konsumtif, ciri khas menu yang tersedia menjadikan usaha akan berkembang	115	0.05
Jumlah Peluang (Opportunities)		1152	0.05
Ancaman (Threat)			
1	Kenaikan harga bahan bakar (elpiji)	126	0.05

2. Perhitungan bobot faktor eksternal

2	Kenaikan harga bahan baku	115	0.05
3	Munculnya usaha katering baru	119	0.05
4	kualitas produksi harus terus baru baik dari citra rasa maupun penampilan makanannya	115	0.05
5	Persaingan dengan kompetitor katering lain	126	0.05
6	kebijakan ekonomi yang membuat harga dapat selalu berubah	115	0.05
7	Banyak katering lain yang meniru konsep varian makanan yang ada	119	0.05
8	Naiknya harga sejumlah bahan membuat pelanggan mengalami kenaikan harga beli	115	0.05
9	Pengusaha katering dituntut memberikan harga sesuai cita rasa dan ketepatan waktu pengiriman	110	0.05
10	Saat pandemi Covid-19, switching cost kecil sehingga pelanggan mudah berpindah ke katering lain	112	0.05
Jumlah Ancaman (Threat)		1172	1172
Total Keseluruhan		2033	1.00

3. Perhitungan Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

Perhitungan matrik IFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing - masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS :

Tabel 7. Perhitungan Bobot Pada Matriks IFAS

No	Kekuatan (Strenght)	Bobot	Rating	Skor
1	Manajemen berpengalaman di bidangnya	0.06	3.87	0.22
2	Reputasi telah dikenal di wilayah Depok	0.06	3.83	0.22

3	Tersedia banyak variasi menu yang ditawarkan	0.06	3.83	0.22
4	Produk rasanya khas	0.06	3.73	0.21
5	Usaha terkenal dengan masakannya yang lezat dan nikmat	0.05	3.63	0.19
6	Saat pemesanan, menu dapat dicampur	0.06	3.77	0.21
7	Harga kompetitif, ada diskon dan bonus menu untuk pemesanan tertentu	0.06	3.77	0.21
8	Pembayaran bisa DP dan pelunasan sisa dikemudian hari	0.06	3.90	0.22
9	Gratis biaya antar	0.05	3.43	0.17
10	Ketepatan waktu proses dari pemesanan hingga pengantaran ke konsumen	0.06	4.07	0.24
Jumlah Kekuatan (Strenght)		0.56		2.12
Kelemahan (Weakness)				
1	Perlu koordinasi saat pembagian tugas	0.05	3.50	0.18
2	Tempat produksi kurang memadai	0.05	3.33	0.16
3	Pemesanan nasi box masih berupa kardus	0.05	3.53	0.18
4	Terbatas kendaraan operasional ketika pengiriman ke konsumen	0.04	2.93	0.13
5	Promosi masih konservatif	0.04	2.90	0.12
6	Produk makanan tidak tahan lama	0.04	2.80	0.12
7	Adanya perubahan selera masyarakat sekitar wilayah Depok	0.04	2.77	0.11
8	Minimnya strategi promosi dan pemasaran	0.04	2.63	0.10
9	Bahan baku yang dibutuhkan tiap tahun semakin mahal	0.04	2.70	0.11
10	Pelanggan sering berganti-ganti (tidak tetap)	0.04	2.83	0.12
Jumlah Kelemahan (Weakness)		0.44		1.34
Total Faktor Internal (IFAS)		1.00		3.45

4. Perhitungan Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

Perhitungan matrik EFAS sama halnya dengan matrik IFAS yaitu untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing - masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik.

Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik EFAS. Nilai rating kekuatan dan

kelemahan selalu bertolak belakang, begitu juga dengan peluang dan ancaman. Hasil analisis dari EFAS dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 8. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang (Opportunities)	Bobot	Rating	Skor
1	Pertumbuhan ekonomi wilayah Depok sangat mendukung usaha catering	0.05	3.83	0.19
2	Dengan inovasi dan kreatif Shinta Catering memiliki kesempatan untuk jangka panjang	0.05	3.90	0.20
3	Pengembangan media promosi melalui berbagai jenis sosial media	0.05	3.80	0.19
4	Pengusaha catering dapat mengembangkan usahanya terlepas bebas PPN	0.05	3.83	0.19
5	Usaha catering paling terjangkau lokasinya di masyarakat	0.05	3.83	0.19
6	Harga varian menu yang ada terjangkau	0.05	3.83	0.19
7	Harga bahan baku cukup terjangkau	0.05	3.90	0.20
8	Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa catering pada saat mengadakan acara	0.05	3.80	0.19
9	Lokasi catering dekat tempoat umum seperti sekolah dna perumahan	0.05	3.83	0.19
10	Budaya masyarakat yang konsumtif, ciri khas menu yang tersedia menjadikan usaha akan berkembang	0.05	3.83	0.19
Jumlah Peluang (Opportunities)		0.50		1.90
Ancaman (Threat)				
1	Kenaikan harga bahan bakar (elpiji)	0.05	4.20	0.23
2	Kenaikan harga bahan baku	0.05	3.83	0.19
3	Munculnya usaha catering baru	0.05	3.97	0.20
4	kualitas produksi harus terus baru baik dari citra rasa maupun penampilan makanannya	0.05	3.83	0.19

5	Persaingan dengan kompetitor catering lain	0.05	4.20	0.23
6	kebijakan ekonomi yang membuat harga dapat selalu berubah	0.05	3.83	0.19
7	Banyak catering lain yang meniru konsep varian makanan yang ada	0.05	3.97	0.20
8	Naiknya harga sejumlah bahan membuat pelanggan mengalami kenaikan harga beli	0.05	3.83	0.19
9	Pengusaha catering dituntut memberikan harga sesuai cita rasa dan ketepatan waktu pengiriman	0.05	3.67	0.17
10	Saat pandemi Covid-19, switching cost kecil sehingga pelanggan mudah berpindah ke catering lain	0.05	3.73	0.18
Jumlah Ancaman (Threat)		0.50		1.97
Total Faktor Internal (EFAS)		1.00		3.87

Maka total hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

1. Total skor kekuatan (strenght) = 2.12
2. Total skor kelemahan (weaknesses) = 1.34
3. Total skor peluang (opportunities) = 1.90
4. Total skor ancaman (threats) = 1.97.

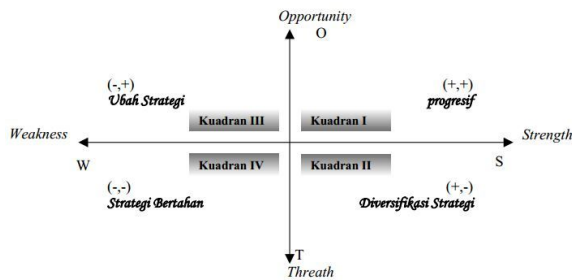
Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam Diagram SWOT. Rumus untuk mencari titik koordinatnya yaitu (x,y) dengan cara sebagai berikut :

$$\frac{(\text{Total skor kekuatan} - \text{total skor kelemahan})}{2} : \frac{(\text{Total skor peluang} - \text{total skor ancaman})}{2}$$

$$= \frac{(2.12 - 1.34)}{2} : \frac{(1.90 - 1.97)}{2}$$

$$= \frac{0.78}{2} : \frac{-0.07}{2} = 0.39 : -0.035$$

Jadi titik koordinat berada di (0.39 : -0.035)



Gambar 1. Kuadran Strategi SWOT

Dari gambar 1 terlihat bahwa dengan koordinat tersebut maka strategi yang harus diambil adalah strategi diversifikasi, strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk

baru dalam hal ini variasi menu baru atau pengemasan baru.

Alat yang dipakai untuk merumuskan alternatif strategi perusahaan adalah matriks SWOT. Nilai total dari faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Rumusan alternatif strategi merupakan alternatif yang digunakan untuk perusahaan yang menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matrik yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 8. Kombinasi Strategi Matriks SWOT Shinta Catering Depok

IFAS	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
<p>EFAS</p>	S. 1. Manajemen berpengalaman di bidangnya	W. 1. Perlu koordinasi saat pembagian tugas
	S. 2. Reputasi telah dikenal di wilayah Depok	W. 2. Tempat produksi kurang memadai
	S. 3. Tersedia banyak variasi menu yang ditawarkan	W. 3. Pemesanan nasi box masih berupa kardus
	S. 4. Produk rasanya khas	W. 4. Terbatas kendaraan operasional ketika pengiriman ke konsumen
	S. 5. Usaha terkenal dengan masakannya yang lezat dan nikmat	W. 5. Promosi masih konservatif
	S. 6. Saat pemesanan, menu dapat dicampur	W. 6. Produk makanan tidak tahan lama
	S. 7. Harga kompetitif, ada diskon dan bonus menu untuk pemesanan tertentu	W. 7. Adanya perubahan selera masyarakat sekitar wilayah Depok
	S. 8. Pembayaran bisa DP dan pelunasan sisa dikemudian hari	W. 8. Minimnya strategi promosi dan pemasaran
	S. 9. Gratis biaya antar	W. 9. Bahan baku yang dibutuhkan tiap tahun semakin mahal
	S. 10. Ketepatan waktu proses dari pemesanan hingga pengantaran ke konsumen	W. 10. Pelanggan sering berganti-ganti (tidak tetap)
<p>Peluang (Oppurtunities)</p> <p>O. 1. Pertumbuhan ekonomi wilayah Depok sangat mendukung usaha catering</p> <p>O. 2. Dengan inovasi dan kreatif Shinta Catering memiliki kesempatan untuk jangka panjang</p>	<p>1. Memaksimalkan manajemen dibidang industri kuliner dengan daya kreatif dan inovasi (S1,O2,O4)</p> <p>2. Menawarkan potongan harga untuk menarik konsumen atau distributor (O6,O7,S7)</p>	<p>1. Bekerjasama dengan supplier untuk mengantisipasi pesanan dalam jumlah besar (W9,O7,O8)</p> <p>2. Memaksimlakan karyawan atau bekerja (W1)</p> <p>3. Memaksimalkan lokasi yang strategis (W2,O9,O8)</p>

<p>O. 3. Pengembangan media promosi melalui berbagai jenis sosial media</p> <p>O. 4. Pengusaha catering dapat mengembangkan usahanya terlepas bebas PPN</p> <p>O. 5. Usaha catering paling terjangkau lokasinya di masyarakat</p> <p>O. 6. Harga varian menu yang ada terjangkau</p> <p>O. 7. Harga bahan baku cukup terjangkau</p> <p>O. 8. Tingginya minat masyarakat menggunakan jasa catering pada saat mengadakan acara</p> <p>O. 9. Lokasi catering dekat tempoat umum seperti sekolah dna perumahan</p> <p>O. 10. Budaya masyarakat yang konsumtif, ciri khas menu yang tersedia menjadikan usaha akan berkembang</p>	<p>3. Memaksimalkan promosi media sosial dan pengantaran makanan (S9,S10,O3)</p> <p>4. Memaksimalkan lokasi yang strategis dalam pelayanan yang baik(O5,O9,S2,S8)</p> <p>5. Menawarkan berbagai menu khas sinta catering (O10,S4,S5)</p>	<p>4. Memaksimlakan trasnportasi pengantaran (W3,W4)</p> <p>5. Memaksimlakan promosi produk dan varian dari sinta catering (O3,W5,W8O2)</p> <p>6. Menggunakan bahan baku dan alat agar penjualan barang meningkat (W7,W10,O8,O6)</p>
<p>Ancaman (Threats)</p> <p>T. 1. Kenaikan harga bahan bakar (elpiji)</p> <p>T. 2. Kenaikan harga bahan baku</p> <p>T. 3. Munculnya usaha catering baru</p> <p>T. 4. kualitas produksi harus terus baru baik dari citra rasa maupun penampilan makanannya</p> <p>T. 5. Persaingan dengan kompetitor catering lain</p> <p>T. 6. kebijakan ekonomi yang membuat harga dapat selalu berubah</p> <p>T. 7. Banyak catering lain yang meniru konsep varian makanan yang ada</p> <p>T. 8. Naiknya harga sejumlah bahan membuat pelanggan mengalami kenaikan harga beli</p> <p>T. 9. Pengusaha catering dituntut memberikan harga sesuai cita rasa dan ketepatan waktu pengiriman</p> <p>T. 10. Saat pandemi Covid-19, switching cost kecil sehingga pelanggan mudah berpindah ke catering lain</p>	<p>1. Memantau turun naiknya nilai tukar rupiah, harga BBM yang berpengaruh terhadap harga bahan baku terutama yang diimpor dari luar negeri (T1,T2,S4,S5)</p> <p>2. Melakukan kerjasama yang baik untuk memuaskan konsumen agar mempercayakan kebutuhannya dalam perusahaan (T3,T4,S6,S10,S2)</p> <p>3. Melakukan inovasi segi model dan fungsi produk secara terus-menerus dengan harga yang sesuai (T6,T8,T9,T10,S1,)</p> <p>4. Mengatasi pesaing agar tidak meniru model produk dengan mencantumkan watermark dan identitas jika akan menggugahnya pada laman internet (T3,T5,T7)</p>	<p>1. Modal yang selalu berubah rubah (T6,W9)</p> <p>2. Melakukan promosi yang inovatif (W5,W8)</p> <p>3. Memberikan pelayanan maksimal dan harga yang terjangkau.(T9,T8,W3,W10)</p> <p>4. Menjaga kualitas produk. (W1,W2,W6,T4)</p> <p>5. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan/distributor jika ada keluhan.(T5,T7,T8)</p>

Ketika sudah membuat perhitungan matriks SWOT, berikutnya membuat analisis model kuantitatif untuk dasar penjumlahan hasil skor dari beberapa faktor yang telah ada pada setiap strategi Strength (S) – Opportunities (O), Weakness (W) – Opportunities (O), Strength (S) – Threat (T), dan Weakness (W) – Threats (T).

Tabel 9. Hasil Analisis Kuantitatif Perumusan Strategi

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
Peluang (Opportunities)	Strategi S-O : Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang = 4.02	Strategi W-O : meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang = 3.24
Ancaman (Threats)	Strategi S-T : Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman = 4.09	Strategi W-T : meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman = 3.31

Dan ini ialah perhitungan tabel dari Analisa kuantitatif perumusan strategi :

1. Dari Hasil Perhitungan Untuk Strength – Opportunities : Hasil jumlah score Strength (S) + hasil score Opportunities (O) = 2.12 + 1.90 = 4.02
2. Dari Hasil Perhitungan Untuk Weakness – Opportunities : Hasil jumlah score Weakness (W) + hasil score Opportunities (O) = 1.34 + 1.90 = 3.24
3. Dari Hasil Perhitungan Untuk Strength – Threat : Hasil jumlah score Strength (S) + hasil score Threat (T) = 2.12 + 1.97 = 4.09
4. Dari Hasil Perhitungan Untuk Weakness – Threat : Hasil jumlah score Weakness (W) + hasil score Threat (T) = 1.34 + 1.97 = 3.31

Pengembalian Investasi (Metode Payback Period)

Dengan kata lain mengukur lamanya waktu yang diperlukan untuk mendapatkan kembali

jumlah investasi semula. Periode pengembalian dihitung dengan membagi investasi awal oleh kas masuk melalui peningkatan pemasukan atau penghematan biaya. Selanjutnya nilai rasio ini dibandingkan dengan maximum payback period yang diterima.

Rumus Payback Period :

= Nilai Investasi : Kas Masuk Bersih x 1 tahun
Perhitungan : PP

= RP.500.000.000 : RP.66.744.000 x 1 Tahun
PP = 7.49 X 1 Tahun

PP = 7 Bulan 49 Hari

Berdasarkan hasil analisis perhitungan diatas, maka bisnis Catering shinta depok ini telah layak karena umur Payback Period dari investasi tersebut terjadi selama 7 bulan 49 hari.

Penyesuaian Nilai Sekarang (Metode Net Present Value)

Penilaian atas usulan investasi berdasarkan metode ini adalah dengan cara membandingkan nilai sekarang atau nilai tunai dari penerimaan kas (*cash inflows*) dengan nilai sekarang dari pengeluaran kas (*cash inflows*) selama investasi modal berlangsung. Peneliti mengasumsi perhitungan NPV selama 1 tahun dengan pendapatan dan suku bunga bank yang sama setiap tahunnya yaitu 10%.

Rumus :

$$NPV = C_0 + (C_1 / (1 + r))$$

Untuk menghitung NPV Bisnis Catering Shinta Depok, Penulis menggunakan discount rate 10 % untuk mengakomodasi tingkat resiko. Sehingga diketahui nilai NPV sebagai berikut:

Perhitungan :

$$NPV = C_0 + (C_1 / (1 + r))$$

$$= (Rp66.744.000) + (Rp 500.000.000 / (1+0,10))$$

$$= (Rp 66.744.000) + (Rp 454.545.455)$$

$$= Rp 387.801.455$$

Berdasarkan perhitungan NPV tersebut, ditemukan nilai Net Present Value sebesar Rp..387.801.455,- Berdasarkan pada hasil

NPV (+) Positif sebesar Rp.387.801.455,- lebih besar dari nilai nol, menunjukkan bahwa arus kas masuk lebih besar dari arus kas keluar. Oleh karena itu, usaha Catering shinta depok ini “LAYAK” untuk dilanjutkan.

Indeks Keuntungan (Metode Profitability Index)

Penggunaan metode profitability index (PI) adalah dengan mengitung melalui perbandingan antara nilai sekarang (present value) dengan rencana penerimaan-penerimaan kas bersih dari investasi yang telah dilaksanakan

Rumus: $PI = \frac{\sum PV \text{ Kas Bersih}}{\sum PV \text{ Investasi}} \times 100\%$ Perhitungan:

$$PI = \frac{Rp 66.744.000 + Rp 500.000.000}{Rp 500.000.000} \times 100\%$$

$$= \frac{Rp 566.744.000}{Rp 500.000.000} \times 100\%$$
$$PI = 1,13$$

Dari perhitungan diatas , didapatkan PI (1,13) >1, maka menurut kriteria usaha ini dinyatakan “LAYAK” dan dapat menguntungkan.

Tingkatan Balikan Internal (Metode Internal Rate of Return)

Metode ini sering disebut dengan metode time adjusted rate of return, menghitung tingkat bunga yang sesungguhnya dari suatu investasi, agar nilai sekarang dari aliran kas bersih dapat menutup jumlah modal yang diinvestasikan. Dengan perkataan lain metode ini menghitung tingkat :

Rumus :

$$I_0 = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t}$$

Keterangan:

r = Tingkat bunga yang akan menjadikan PV dan proceeds sama dengan p.v. dari capital outlays

At = Cash Flow untuk periode t

n = Periode terakhir dimana cash flow diharapkan.

Perhitungan :

$$Rp 66.744.000 = Rp 500.000.000 (1+0.10)$$

$$Rp 66.744.000 = Rp 500.000.000 (1+0,10)$$

$$Rp 66.744.000 = Rp 413.223.140$$
$$10\% = 12,10 \%$$

Dari perhitungan diatas nilai IRR ini lebih besar dari nilai investasi, maka IRR dan hasil perhitungan diatas bahwa bisnis Catering Shinta Depok “Layak” dilanjutkan.

D. PENUTUP

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Analisis SWOT merupakan analisis yang menggabungkan dua faktor dalam suatu perusahaan, faktor tersebut adalah faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Hasil dari analisis SWOT pada usaha Shinta Catering Depok dari kedua matrik IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa strategi ST memiliki nilai yang paling tinggi diantara strategi SO, WO, dan WT serta dapat diketahui bahwa posisi usaha Catering di Depok berada pada kuadran 2 dengan menerapkan strategi diversifikasi, yaitu dengan menambah produk baru dan melakukan invovasi terhadap produk yang ada, dalam hal ini variasi menu baru atau pengemasan baru.
2. Adapun kelemahan (weaknesses) yang terjadi di Shinta Catering seperti kurangnya update infomasi mengenai produk yang berpengaruh pada omset penjualan, kemasan yang belum cukup menarik hal tersebut akan menjadikan pembelajaran bagi seluruh pekerja Shinta Catering untuk memperbaiki kedepannya dengan melakukan inovasi-inovasi baru dari segi varian makanan yang bermacam-macam dan cara pengemasannya semaksimal mungkin mengikuti update trending, supaya menarik pelanggan-pelanggan tujunnya

agar pelanggan dapat melakukan pembelian berulang saat di perlukan pada saat acara.

Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun beberapa saran yang dapat diberikan kepada usaha Shinta Catering, sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan dari segi pemasaran dengan cara menambah pekerja atau karyawan dalam mempromosikan yang dimana tugasnya khusus untuk melakukan update informasi produk Shinta Catering melalui media sosial agar Shinta Catering dapat di kenal luas oleh banyak masyarakat yang tujuannya untuk meningkatkan omset penjualan Shinta Catering
2. Dari Segi kemasan agar diberikan inovasi-inovasi yang lebih menarik supaya terkesan terlihat mewah dan berkualitas sehingga walaupun usaha catering tetap mempunyai ciri khas dan tidak tertinggal dengan pesaing usaha sejenisnya.
3. Untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggan, dari owner dan pekerja di Shinta Catering hendaknya perlu mengikuti seminar terkait Usaha Catering. Supaya mengikuti pelatihan - pelatihan tersebut dapat mengembangkan usahanya agar berkembang lebih pesat dari pesaing usaha lainnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara memperdalam atau mengembangkan analisis-analisis yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak analisis akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

E. DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases 13th Ed.* New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Dewi Jayanti Mandasari, J. W. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* Vol.13 No.1, 123-128.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Marketing an Introduction 10th Ed.* New Jersrey: Pearson Education.
- Mahardika, W. B., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol.16 No.1, 13-27.
- Ropiah, S., Susanto, T., & Ramdhani, M. (2018). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen. *Politikom Indonesia* Vol.3 No.2, 231-239.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif : Quantitative Research Approach.* Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisa Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.29 No.1, 59-66.



Alamat Redaksi

**Kampus 2 Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma
Jl. Pd. Cabe Raya No.36, Pamulang, Kota Tangerang Selatan
Email : jurnal.kompleksitas@swadharma.ac.id**

