

SEMINAR NASIONAL EKONOMI-BISNIS

**MENEGUHKAN PERAN PERGURUAN TINGGI
DALAM PEMULIHAN EKONOMI PASCA PANDEMI COVID-19**

RABU, 18 AGUSTUS 2021

Bidang Cakupan:

- Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal
- Akuntansi Manajemen dan Keperilakuan
- Perpajakan
- Pendidikan Akuntansi
- Sistem Informasi Akuntansi
- Corporate Governance, CSR*
- Manajemen Keuangan
- Manajemen Pemasaran
- Manajemen SDM
- Family Business Management*
- Supply Chain Management*

Penerbit :

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL EKONOMI – BISNIS
Meneguhkan Peran Perguruan Tinggi dalam Pemulihan
Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19

COMMITTEE

Steering Committee

- Dr. Eng. Romy Budhi Widodo
- Dr. Kestrilia Rega Prilianti, M.Si.
- Dr. Daniel Ginting
- Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., MM

Ketua

- Yuswono Hadi, M.T.

Acara

- Rokiy Alfanaar, S.Si., M.Sc.
- Apt. Muhammad Hilmi Aftoni, S. Farm., M. Farm.

Sekretaris

- S. Alfisyah Nur Aziza, S.Si.

Manajer Seminar

- Hendry Setiawan, S.T., M.Kom.
- Hendro Poerbo Prasetya, ST, M.MT.
- apt. Martanty Aditya, M.Farm-Klin
- Dr. Yuyun Yuniati, ST, MT
- Wawan Eko Yulianto, Ph.D.
- Anggrah Diah Arlinda, MTC SOL
- Yohanna Nirmalasari, S.Pd., M.Pd.
- Dian Wijayanti, SE., M.Sc.

Bendahara

- Yefi Farida

Pemasaran

- Taufik Chairudin, S.E
- Moch. Rizky Wijaya, S.Si.

Admin Sistem

- Erni Dwi Wahyuni, S.ST.
- Devina Astryani Tjipto, S.S.
- Lianda Subekti, S.AP., MM.
- Maria Valentina A. Xenia Octavia, S.Sos.
- Matheus Randy Prabowo, S.Si.
- Trianom Suryandharu, S.Sos.

Art Director

- Didit Prasetyo Nugroho, S.Sn., M.Sn.

Publikasi

- Aditya Nirwana, S.Sn., M.Sn.

EDITORIAL TEAM

Editor-in-Chief

- Fitri Oktariani, S.E., MSA., Ak. (Universitas Ma Chung)

Moderator & Reviewer

- Catharina Aprilia Hellyani, S.E., M.M. (Universitas Ma Chung)
- Uki Yonda Aseptia, S.E., M.M (Universitas Ma Chung)
- Rino Tam Cahyadi, S.E., M.S.A. (Universitas Ma Chung)

Diterbitkan oleh :

Ma Chung Press (Anggota IKAPI)

Universitas Ma Chung – Villa Puncak Tidar Blok N-01, Karangwidoro, Kec. Dau, Malang, Jawa Timur 65151. Telp. (0341) 550 171. E-mail : machung.press@machung.ac.id

DAFTAR ISI

	Dewan Redaksi & Committee	i
	Daftar Isi	ii-iii
1	<i>Analisis Adversity Quotient Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta</i> Ati Cahayani, Aristo Surya Gunawan	1-8
2	<i>Dampak Insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah saat Pandemi Covid19 Terhadap Take Home Pay dan Pelaporan SPT Tahunan PPh Pegawai Tetap</i> Bayu Sarjono	9-29
3	<i>Perlakuan Biaya Pendidikan dan Pelatihan pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan : Pendekatan Activity Based Costing</i> Miswaty, Ade Lista	30-41
4	<i>Communal Marketplace Berbasis Koperasi sebagai Salah Satu Terobosan Inovasi bagi Pelaku UMKM Indonesia di Masa Pandemi Covid-19</i> Audito Aji Anugrah, Seno Aji Wahyono	42-54
5	<i>Pengaruh Pemanfaatan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan Modifikasi Profitabilitas Berbasis Laba Komprehensif sebagai Variabel Intervening (Dampak Perubahan Format Laporan Laba Rugi, Penerapan Nilai Wajar dan All Inclusive Income)</i> Marhaendra Kusuma	55-89
6	<i>Tantangan dan Strategi UMKM Milik Keluarga (Bisnis Keluarga) Bidang Makanan dan Minuman dalam Menghadapi Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar selama Pandemi Virus Corona (Covid-19) di Indonesia</i> Laura Stefanie Kwa	90-102
7	<i>Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata melalui Orientasi Pasar dan Strategi Competitive Advantage bagi Pemulihan Sektor Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia</i> Rut Juni Grace Silalahi, Mariana Simanjuntak	103-113
8	<i>Analisis Efisiensi Pelaksanaan Sistem Informasi Pengelolaan Inventarisasi Aset Daerah Pada Kecamatan Purwokerto Selatan</i> Ria Manurung, Miftha Rizkina	114-124
9	<i>Gaya Kepemimpinan Direktur Utama, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan</i> Wulan Purnamasari, Moch Dawud Syaifudin, Mukti Ali	125-133
10	<i>Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasional dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pegawai Fakultas X di Perguruan Tinggi Y</i>	

Analisis *Adversity Quotient* Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta

Ati Cahayani¹ dan Aristo Surya Gunawan²

^{1,2} Program Studi Administrasi Bisnis, Unika Atma jaya
Jalan Jenderal Sudirman Kav 51, Jakarta, Indonesia, 12930

Correspondence: Ati Cahayani (ati.cahayani@atmajaya.ac.id)

Received: 15 08 21 – Revised: 18 08 21 - Accepted: 04 09 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Wirausaha, khususnya pemilik UMKM, dalam bidang industri apa pun sering kali menghadapi ketidakpastian dalam menjalankan bisnisnya. Tetapi di era Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, tingkat ketidakpastian sangat tinggi, dan bahkan terjadi disrupsi dalam berbagai bidang. Situasi yang sangat tidak pasti ini menuntut adanya kecerdasan dalam menghadapi masalah atau kesulitan, atau biasa disebut sebagai *adversity quotient*. Penelitian ini mengkaji *adversity quotient* yang dimiliki oleh wirausaha UMKM khususnya untuk industri kreatif di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik penentuan informan dilakukan dengan teknik purposif dan convenient. Data yang didapat dianalisis dengan teknik analisis konten. Adapun hasil analisis penelitian ini adalah, informan yang diwawancarai memiliki *adversity quotient* yang tinggi, di mana mereka tetap berusaha mencari jalan keluar agar bisnis mereka tetap dapat berjalan. Walaupun seluruh informan mengakui mereka mendapat atau menghadapi masalah selama menjalani bisnis, mereka tetap merasa yakin dapat mengatasi masalahnya. Walaupun ada informan yang pernah berganti bisnis, tetapi informan tersebut tidak “kapok” menjadi wirausaha.

Kata kunci: *adversity quotient*, wirausaha, UMKM, industri kreatif.

Citation Format: Cahayani, A., Gunawan, A. S.,(2020). Analisis *Adversity Quotient* Wirausaha UMKM Industri Kreatif di Era Pandemi Covid di DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 01-08

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah berlangsung selama lebih dari 1 tahun. Pandemi ini tidak hanya berdampak pada aspek kesehatan tetapi juga pada aspek ekonomi. Kita banyak membaca berita bahwa pandemi ini telah menyebabkan negara Indonesia mengalami resesi, banyak pemilik usaha yang terpaksa menutup usahanya, dan banyak pula karyawan atau tenaga kerja yang diberhentikan dari pekerjaannya. Data yang dirilis oleh Biro Pusat Statistik/BPS, ekonomi Indonesia di tahun 2020 berkontraksi 2,07% secara *year on year* (Rosana, 2021). Angka ini lebih buruk dari perkiraan Menteri Keuangan Sri Mulyani, yaitu minus 1,7% hingga positif 0,6%. Berdasarkan data dari Biro Pusat Statistik (2020), ada 2.56 juta orang usia kerja di Indonesia yang menjadi pengangguran karena Covid-19 dan penduduk bekerja yang mengalami pengurangan jam kerja karena Covid-19 sebanyak 24,03 juta orang.

Sementara itu, hasil survei BPS juga mencatat, ada 84 persen Usaha Menengah Kecil (UMK) yang menurun pendapatannya saat pandemi dan ada 10,1 persen UMK tutup karena terdampak pandemi Covid-19 (Madrim, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa para wirausaha pemilik UMKM pun terkena dampak cukup berat. Banyaknya UMKM yang terdampak Covid-19 membuat target kontribusi UMKM terhadap ekonomi pada 2020 hingga 2024 menjadi tidak dapat terjadi. Sebelum adanya pandemi Covid-19, target untuk kontribusi terhadap PDB nasional di 2020 ditargetkan 61%, dan 2024 ditargetkan mencapai 65% (Nurhaliza, 2020).

Tidak mudah bagi seorang wirausaha untuk tetap dapat bertahan di dunia usaha selama Pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama awal pandemi, ketika pemerintah Jakarta menerapkan peraturan PSBB di mana tidak boleh ada mall dan pusat perbelanjaan yang buka kecuali untuk toko kebutuhan pokok dan alat kesehatan, restoran/kedai makanan tidak boleh melayani makan di tempat, dan pembatasan jam buka usaha. Berbagai pembatasan itu membuat mulai banyak usaha berbasis daring, baik untuk usaha kuliner maupun nonkuliner, yang memasarkan usahanya baik melalui *marketplace* ataupun melalui media sosial. Selain itu, pemilik usaha mikro tradisional, seperti penjual sayur, banyak yang menawarkan jasa pemesanan dan pengantaran sayur ke rumah pelanggan. *Founder* dan CEO Baba Rafi Enterprise, Hendy Setiono mengatakan pandemi Covid-19 yang membatasi aktivitas masyarakat telah memaksa para pengusaha untuk semakin menerapkan digitalisasi (Amalia, 2021). Menurutnya bahkan tidak cukup dengan *go digital*, namun pelaku bisnis harus menjadi bagian dari bisnis digital (*be digital*) itu

sendiri. Platform omni-channel Genie mencatat telah memproses sebanyak 52 juta pesanan dimana jumlah pesanan tersebut sebanyak 220 kali dari tahun 2019 (Saputra, 2021). Untuk barang yang paling banyak dicari adalah kebutuhan rumah tangga dan tercatat tiga kali lipat secara year on year dibandingkan tahun 2019. Perubahan cara pemilik usaha untuk bisa tetap membuat usahanya berjalan selama pandemi ini membutuhkan suatu sifat pantang menyerah dan selalu berusaha mencari jalan keluar.

Terkait dengan kondisi tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang kecerdasan dalam mengatasi hambatan atau masalah, atau dikenal sebagai *adversity quotient*, dari para pemilik usaha atau wirausaha UMKM, khususnya untuk industri kreatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para fasilitator atau pemberdaya wirausaha UMKM dalam pembinaan wirausaha UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan merupakan penelitian fenomenologi, di mana penelitian dilakukan berdasarkan fenomena unik yang terjadi. Adapun penentuan informan semata-mata berdasarkan yang bersedia dan terbuka untuk diwawancara (*convenience sampling*), dan memiliki anak buah atau karyawan (*purposive sampling*).

Adversity quotient adalah suatu kemampuan untuk mengubah hambatan menjadi peluang keberhasilan untuk mencapai suatu tujuan (Stoltz, 2007). Dari konsep tersebut terlihat bahwa *adversity quotient* ini sangat diperlukan untuk dapat sukses di dalam hidup. Menurut Stoltz (2007), ada empat dimensi *adversity quotient*, yaitu:

1. *Control* (kendali). Kunci dari dimensi ini adalah merasakan, karena kendali yang dirasakan berdampak pada cara seseorang menanggapi dan menangani kesulitan.
2. *Origin & Ownership* (asal usul dan pengakuan). Asal usul berkaitan dengan rasa bersalah yang mempengaruhi respons individu dalam menghadapi kesulitan yaitu sebagai pembelajaran atau penyesalan. Pengakuan merupakan tingkat kemauan individu untuk mengambil tanggung jawab memperbaiki situasi yang ada, terlepas dari penyebab kesulitan tersebut.
3. *Reach* (jangkauan). Jangkauan menentukan seberapa besar individu merasakan masalahnya dan mengacu pada seberapa jauh individu membiarkan kesulitan mempengaruhi aspek lain dalam kehidupan atau pekerjaannya.

4. *Endurance* (daya tahan). Daya tahan merujuk pada lama waktu yang dirasakan oleh individu untuk bertahan dalam kesulitan.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Control* (kendali). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali informasi tentang kemampuan informan untuk mengendalikan bisnisnya, kemampuan untuk menduga kesulitan yang akan dihadapi bisnisnya, kemampuan untuk mengatasi kesulitan bisnis tanpa bantuan orang lain, serta keyakinan untuk selesaikan segala kesulitan atau masalah dalam bisnis.
2. *Origin* (asal usul). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali informasi tentang kemampuan informan dalam menganalisis setiap permasalahan bisnis, dalam menemukan penyebab dari kesulitan bisnis yang dialami, serta dalam mengakui kesalahan yang dilakukan.
3. *Ownership* (pengakuan). Pada dimensi ini, peneliti berusaha menggali kesiapan informan untuk memperbaiki kesalahan dan menerima konsekuensi kegagalan bisnisnya, serta sikap optimis yang dimiliki informan dalam mengatasi kendala atau masalah dalam bisnis.
4. *Reach* (jangkauan). Pada dimensi ini peneliti berusaha menggali pandangan wirausaha atas masalah atau kegagalan bisnis yang mereka hadapi, seperti apakah mereka akan berhenti atau menutup usahanya karena ada kegagalan bisnis.
5. *Endurance* (daya tahan). Pada dimensi ini, peneliti ingin menggali informasi terkait keyakinan informan dalam menyelesaikan permasalahan bisnisnya dan keyakinan informan untuk melalui masa-masa sulit.

Teknik analisis data yang dipergunakan adalah teknik analisis konten, di mana hasil wawancara tidak hanya dianalisis dari apa yang tersurat, tetapi juga dari yang tersirat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melakukan kajian terhadap 15 orang informan dengan rincian, 6 orang wirausaha dalam bidang kuliner, 3 orang wirausaha dalam bidang desain interior, 2 orang wirausaha dalam bidang *fashion*, dan masing-masing 1 orang wirausaha dalam bidang desain produk, kriya, kerajinan, dan seni rupa.

Dari ke-15 informan tersebut, 12 orang informan telah menjadi wirausaha lebih dari 5 tahun. Masa usaha ini tentu saja bukan masa yang singkat dan pasti mereka telah

mengalami banyak hal yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan selama menjalankan bisnis ini.

Dari ke-15 informan tersebut, 7 orang informan memiliki tingkat pendidikan maksimal SMA dan sederajat, sementara 8 orang sisanya memiliki pendidikan minimal akademi (D1, D2 atau D3). Hal ini mengindikasikan bahwa untuk menjadi wirausaha, pendidikan bukanlah syarat utama.

Ke-15 informan tersebut, ada 9 informan yang juga memiliki usaha *online* sejak sebelum pandemi terjadi sehingga saat pandemi terjadi, lebih mudah bagi mereka untuk tetap dapat menjalankan usaha mereka.

Berikut adalah Tabel Kategorisasi Informan yang menggambarkan secara lebih rinci karakteristik informan yang diwawancarai dalam penelitian ini.

Tabel 1 Karakteristik Responden

No.	Nama	Kategori usaha	L/P	Pendidikan	Usia	Lama usaha	Jumlah karyawan	Penjualan online
1	E	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	<5	Ya
2	YR	kuliner	P	S1-S3	31-40	≤5	<5	Ya
3	Y	desain produk	L	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
4	M	kriya	L	Akademi	31-40	>5	5-10 orang	Ya
5	Mw	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
6	N/A	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	5-10 orang	Tidak
7	N/A	desain interior	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Tidak
8	N/A	kerajinan	P	≤SMA atau sederajat	>40	≤5	<5	Ya
9	S	kuliner	P	≤SMA atau sederajat	>40	>5	<5	Ya
10	WS	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	>10	Ya
11	Hendry	fashion	L	S1-S3	≤30	≤5	>10	Ya
12	N/A	kuliner	L	S1-S3	31-40	>5	>10	Ya
13	N/A	seni rupa	L	≤SMA atau sederajat	31-40	>5	<5	Tidak

14	N/A	fashion	P	Akademi	>40	>5	>10	Tidak
15	YA	kuliner	L	Akademi	≤30	>5	>10	Ya

Berikut adalah hasil analisis kualitatif ke-15 informan terkait *adversity quotient*.

1. Ke-15 informan tidak semuanya merasa memiliki kontrol (*control*) atas apa yang terjadi di bisnis yang mereka miliki. Salah satunya adalah informan yang memiliki usaha merangkai bunga, di mana kondisi alam sangat menentukan bagus tidaknya bunga yang bisa dia pergunakan. Tetapi, seluruh informan mengatakan, mereka yakin bisa menyelesaikan segala kesulitan yang mereka temui di dalam bisnis yang mereka miliki.
2. Ke-15 informan memiliki kemampuan untuk mengetahui penyebab (*origin*) masalah yang dihadapi. Hal tersebut membuat mereka dapat menganalisis permasalahan yang ada dengan lebih mudah. Informan pemilik bisnis merangkai bunga mengatakan, penyebab utama masalahnya adalah cuaca.
3. Untuk dimensi kepemilikan atau pengakuan (*ownership*), ke-15 informan mengakui (*ownership*) permasalahan yang mereka hadapi dan semuanya optimis dapat mengatasi permasalahan tersebut. Tetapi, tidak semua informan bersedia mengakui bahwa semua masalah yang terjadi di bisnisnya merupakan kesalahan dia sebagai pemilik bisnis.
4. Terkait dengan dimensi jangkauan (*reach*), ke-15 orang informan secara tegas mengatakan bisa membedakan persoalan pribadi dan persoalan bisnis walaupun masalah bisnis diselesaikan di rumah. Mereka juga tidak menganggap penting apakah penyelesaian masalah dilakukan di jam kerja atau di luar jam kerja (saat sudah di rumah).
5. Daya tahan (*endurance*) dari ke-15 informan cukup baik. Walaupun ada 1 informan yang pernah berganti bisnis beberapa kali, tetapi informan tersebut tidak menyerah menjadi seorang wirausahawan. Sementara itu, ke-14 informan lain ada yang mengatakan tidak terpikirkan sama sekali untuk menutup usaha ini dan ada yang sempat berpikir untuk menutup usaha ini dan beralih ke usaha lain. Informan yang mengatakan tidak pernah sama sekali terpikir untuk menutup usaha ini mengemukakan alasan yang beragam, ada yang karena memang *passion*-nya di bidang ini, hobinya, atau pun karena ini penghasilan satu-satunya.

KESIMPULAN

Walaupun semua elemen dari *adversity quotient* menentukan keberlangsungan hidup di era pandemi ini, namun dapat dikatakan elemen terpenting adalah daya tahan (*endurance*).

Pandemi covid ini merupakan suatu krisis yang berasal dari faktor eksternal yang tidak sederhana, melainkan luar biasa (*extraordinary*), kompleks, dan bersifat multidimensi. Krisis ini berdampak multisektoral dan seluruh lapisan. Di tengah situasi yang demikian, daya tahan adalah yang utama. Daya tahan untuk berjuang dan bertahan hingga badai ini usai. Bukan berarti berjuang dengan beralih bisnis, karena semua bisnis mengalami dampak pandemi, namun bertahan dan fokus pada bisnis yang digeluti karena passion akan bisnis yang digeluti tersebut akan memberikan energi dan kekuatan untuk bertahan. Apabila dilihat dari jawaban ke-15 informan untuk elemen daya tahan, mayoritas informan memiliki daya tahan untuk tetap fokus pada bisnis yang digeluti. Sebagai saran, selain berupaya bertahan dengan tetap menekuni bisnisnya, wirausahawan industri kreatif juga perlu kreatif dan lincah beradaptasi dengan situasi pandemi ini. Kelincahan beradaptasi itu bisa ditunjukkan dengan mengubah konsep bisnisnya (*take away, to go, atau at home*), bisa juga mengubah placement melalui channel online, sistem *reseller/dropshipper*, dan juga berbagai pemanfaatan teknologi guna mengurangi biaya operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS (2020). Berita Resmi Statistik: Agustus 2020: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 7,07 persen. Diunduh dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1673/agustus-2020--tingkatpengangguran-terbuka--tpt--sebesar-7-07-persen.html> pada 1 April 2021.
- Amalia, Happy Amanda (2021). UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi di Tengah Pandemi Covid. Diunduh dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/788089/umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid> pada 9 Juli 2021.
- Madrim, S. (2020). BPS: 10,1 Persen Usaha Kecil Tutup Karena Corona. Diunduh dari <https://www.voaindonesia.com/a/bps-10-1-persen-usaha-kecil-tutup-karena-corona/5584475.html> pada 1 April 2021.
- Nurhaliza, S. (2020). Ini Target Kontribusi UMKM Terhadap Ekonomi di 2020-2024. Diunduh dari <https://www.idxchannel.com/market-news/ini-target-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-di-20202024> pada 1 April 2021.
- Rosana, Fransisca Christy. (2021). BPS: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2020 -2,07 Persen. Diunduh dari <https://bisnis.tempo.co/read/1429918/bps-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2020-207-persen> pada 9 Juli 2021.
- Saputra, Dany (2021). Genie Indonesia: Belanja Online Meningkatkan Drastis Selama Pandemi. Diunduh dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210423/12/1385451/genie-indonesia-belanja-online-meningkat-drastis-selama-pandemi> pada 9 Juli 2021.
- Stoltz (2007). *Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. PT.Grasindo Jakarta.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Dampak Insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah saat Pandemi Covid19 Terhadap *Take Home Pay* dan Pelaporan SPT Tahunan PPh Pegawai Tetap

Bayu Sarjono¹

¹ Program Studi Perpajakan, Politeknik Ubaya, Jl. Ngagel Jaya Selatan 169 Surabaya, Indonesia

Correspondence: bayu.sarjono@staff.ubaya.ac.id

Received: 26 07 21 – Revised: 28 07 21 - Accepted: 28 07 21 - Published: DD MM YY

ABSTRAK, Pandemi Covid19 berdampak terhadap perlambatan pertumbuhan ekonomi nasional, penurunan penerimaan negara, dan peningkatan belanja negara dan pembiayaan. Pemerintah meluncurkan berbagai program relaksasi pajak sebagai upaya meminimalisir dampak ekonomi masyarakat akibat pandemi Covid19. Pemerintah memberikan insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak Pandemi Covid19 salah satunya adalah insentif Pajak Penghasilan Pasal 21 Ditanggung Pemerintah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak insentif Pajak Penghasilan Pasal 21 terhadap pemotongan dan pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan PPh Pegawai Tetap. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Sumber data yang digunakan adalah data penghasilan pegawai tetap, perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21, dan formulir 1721 A1.PPh Pasal 21 Masa Januari sampai Maret menjadi tanggungan pegawai sehingga mengurangi besarnya *Take Home Pay* yang diterima. Mulai April sampai Desember, pegawai dengan kriteria tertentu diberikan insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah dimana PPh Pasal 21 yang dipotong oleh pemberi kerja itu diberikan bersamaan dengan penghasilan bulanan. Dengan adanya insentif pajak maka dapat meningkatkan *Take Home Pay* yang diterima. PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah yang diterima oleh pegawai dari pemberi kerja tidak diperhitungkan sebagai penghasilan yang dikenakan pajak. Oleh sebab itu, harus dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan Pajak Penghasilan Orang Pribadi. Namun dalam hal ini pemberi kerja tidak memberikan data kepada pegawai mengenai besarnya insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah.

Kata kunci: pandemi covid19, insentif pajak, Pajak Penghasilan Pasal 21, SPT Tahunan Pajak Penghasilan

Citation Format: Sarjono, B. (2020). Dampak Insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah saat Pandemi Covid19 Terhadap *Take Home Pay* dan Pelaporan SPT Tahunan PPh Pegawai Tetap. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 08-29.

PENDAHULUAN

Sumber penerimaan negara menurut APBN sesuai Undang-Undang terdiri dari penerimaan dalam negeri dan hibah. Penerimaan dalam negeri terdiri dari penerimaan dari sektor pajak dan bukan pajak. Pada penerimaan sektor pajak terbagi lagi menjadi penerimaan pajak dalam negeri dan penerimaan pajak atas perdagangan internasional. Penerimaan bukan pajak terdiri dari laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN), penerimaan sumber daya alam, dan penerimaan negara bukan pajak (PNBP) lainnya. Penerimaan perpajakan selalu menempati posisi teratas dalam menyumbang pendapatan negara.

Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21 atau karyawan diproyeksikan menjadi penggerak penerimaan pajak di tahun ini. Proyeksi itu muncul mengingat PPh Pasal 21 yang terus bertumbuh selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019, realisasi penerimaan PPh Pasal 21 sepanjang tahun lalu sebesar Rp 148,63 triliun, tumbuh 10,2% dari tahun sebelumnya. Sementara realisasi di 2018 senilai Rp 134,9 triliun, melonjak 14,5%. Kemudian, pencapaian di 2017 sebanyak Rp 117,8 triliun atau naik 7,4%. Kementerian Keuangan menargetkan, penerimaan PPh dari karyawan di 2020 mencapai Rp 163,4 triliun. Angka ini tumbuh 9,07% dibanding realisasi 2019. Kinerja penerimaan pajak penghasilan dari karyawan yang dibayarkan korporasi ini baik, setidaknya dalam tiga tahun terakhir.

Saat ini seluruh belahan dunia sedang menghadapi pandemi Covid19, yang sudah ditetapkan sebagai bencana nasional di Indonesia sehingga perlu upaya pengaturan dalam rangka mendukung penanggulangan dampak Covid19. Diperlukan penyelamatan, diperlukan stimulus ekonomi, yang menyentuh sektor-sektor yang paling terdampak. Sektor riil ini menyerap banyak tenaga kerja dan kita harapkan mereka mampu bertahan dan tidak melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Pandemi Covid19 telah berdampak terhadap perlambatan pertumbuhan ekonomi nasional, penurunan penerimaan negara, dan peningkatan belanja negara dan pembiayaan. Pemerintah berusaha melakukan penyelamatan kesehatan dan perekonomian nasional, salah satunya dengan memberikan kebijakan berupa insentif pajak. Permasalahan yang saat ini berkaitan dengan dampak pandemi Covid19 ini telah memperlambat ekonomi dunia secara masif dan signifikan termasuk perekonomian Indonesia. Pandemi Covid19 di Indonesia merupakan bagian dari pandemi penyakit corona virus 2019 yang sedang berlangsung di seluruh dunia. Kasus positif Covid19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020, ketika dua orang terkonfirmasi tertular

dari seorang warga negara Jepang. Covid19 sendiri sudah dinyatakan sebagai bencana non alam yang mempengaruhi stabilitas ekonomi dan juga penerimaan negara oleh pemerintah.

Untuk mengantisipasi beberapa dampak Covid19, Pemerintah telah dan terus mengambil kebijakan dan langkah-langkah untuk mengantisipasinya dengan tujuan untuk menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi, daya beli masyarakat dan produktivitas sektor tertentu sehubungan dampak wabah Covid19 ini, dan untuk mendukung penanggulangan dampak Covid19. Pemerintah meluncurkan berbagai program relaksasi pajak sebagai upaya meminimalisir dampak ekonomi masyarakat akibat pandemi Covid19. Pemerintah memberikan insentif pajak kepada Wajib Pajak, melalui Menteri Keuangan mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan tentang insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak Pandemi Covid19 salah satunya adalah insentif Pajak Penghasilan Pasal 21 Ditanggung Pemerintah. Pemberian insentif ini sebagai respon dari pemerintah atas menurunnya produktivitas para pelaku usaha. Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan bagaimana dampak insentif pajak Ditanggung Pemerintah pada pelaporan SPT Tahunan untuk Pegawai Tetap? Tujuan Penelitian; Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah terhadap *Take Home Pay* dan pelaporan di SPT Tahunan PPh Wajib Pajak Orang Pribadi yang berstatus Pegawai Tetap.

Pajak dan Fungsi Pajak Pengertian Pajak. Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH dalam Mardiasmo (2016:1) mengungkapkan bahwa Pajak ialah pemberian uang dari masyarakat (iuran) untuk negara yang telah diatur dalam undang-undang yang bisa dilakukan paksaan dan tidak mendapatkan jasa timbal kontraprestasi secara langsung yang dipergunakan untuk pembayaran pada umumnya. Menurut Waluyo (2011:12), pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

- a. Fungsi Anggaran (*Budgetair*): Fungsi budgetair disebut juga sebagai fungsi utama pajak atau fungsi fiskal (*fiscal function*), yaitu suatu fungsi dimana pajak dipergunakan sebagai alat untuk memasukkan dana secara optimal ke kas negara berdasarkan Undang-undang perpajakan yang berlaku. Fungsi ini disebut fungsi utama karena fungsi inilah yang secara historis pertama kali timbul. Di sini pajak merupakan sumber pembiayaan negara yang terbesar.
- b. Sebagai Alat Pengatur (*Regulerend*): Fungsi ini mempunyai pengertian yang berarti bahwa pajak dapat disajikan sebagai instrumen untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai contoh, ketika pemerintah berkeinginan untuk melindungi kepentingan petani dalam

- negeri, pemerintah dapat menetapkan pajak tambahan, seperti pajak impor atau bea masuk atas kegiatan impor komoditas tertentu.
- c. Sebagai Alat Penjaga Stabilitas: Pemerintah dapat menggunakan sarana perpajakan untuk stabilitas ekonomi. Sebagian barang-barang impor dikenakan pajak agar produksi dalam negeri dapat bersaing. Untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan menjaga agar defisit perdagangan tidak semakin melebar, pemerintah dapat menetapkan kebijakan penggunaan PPnBm terhadap impor produk tertentu yang bersifat mewah.
- d. Fungsi Retribusi Pendapatan: Pemerintah membutuhkan dana untuk membiayai pembangunan infrastruktur, seperti jalan raya dan jembatan. Kebutuhan akan dana itu dapat terpenuhi melalui pajak yang hanya dibebankan kepada mereka yang mampu membayar pajak. Namun demikian, infrastruktur yang dibangun tadi, dapat juga dimanfaatkan oleh mereka yang tidak mampu membayar pajak.

Pajak Penghasilan Pasal 21

Pajak Penghasilan sehubungan dengan pekerjaan, jasa, dan kegiatan yang dilakukan oleh Wajib Pajak orang pribadi Subjek Pajak dalam negeri, yang selanjutnya disebut PPh Pasal 21, adalah pajak atas penghasilan berupa gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain dengan nama dan dalam bentuk apapun sehubungan dengan pekerjaan atau jabatan, jasa, dan kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi Subjek Pajak dalam negeri, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 Undang-Undang Pajak Penghasilan. Berdasarkan PER-16/PJ/2016 Pemptong PPh Pasal 21 dan/atau PPh Pasal 26, meliputi:

- a. pemberi kerja yang terdiri dari:
- 1) orang pribadi;
 - 2) badan; atau
 - 3) cabang, perwakilan, atau unit, dalam hal yang melakukan sebagian atau seluruh administrasi yang terkait dengan pembayaran gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain adalah cabang, perwakilan, atau unit tersebut.
- b. bendahara atau pemegang kas pemerintah, termasuk bendahara atau pemegang kas pada Pemerintah Pusat termasuk institusi TNI/POLRI, Pemerintah Daerah, instansi atau lembaga pemerintah, lembaga-lembaga negara lainnya, dan Kedutaan Besar Republik Indonesia di luar negeri, yang membayarkan gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain dengan nama dan dalam bentuk apapun sehubungan dengan pekerjaan atau jabatan, jasa, dan kegiatan;

-
- c. dana pensiun, badan penyelenggara jaminan sosial tenaga kerja, dan badan-badan lain yang membayar uang pensiun secara berkala dan tunjangan hari tua atau jaminan hari tua;
 - d. orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas serta badan yang membayar:
 - 1. honorarium, komisi, fee, atau pembayaran lain sebagai imbalan sehubungan dengan jasa yang dilakukan oleh orang pribadi dengan status Subjek Pajak dalam negeri, termasuk jasa tenaga ahli yang melakukan pekerjaan bebas dan bertindak untuk dan atas namanya sendiri, bukan untuk dan atas nama persekutuannya;
 - 2. honorarium, komisi, fee, atau pembayaran lain sebagai imbalan sehubungan dengan jasa yang dilakukan oleh orang pribadi dengan status Subjek Pajak luar negeri;
 - 3. honorarium, komisi, fee, atau imbalan lain kepada peserta pendidikan dan pelatihan, serta pegawai magang;
 - e. penyelenggara kegiatan, termasuk badan pemerintah, organisasi yang bersifat nasional dan internasional, perkumpulan, orang pribadi serta lembaga lainnya yang menyelenggarakan kegiatan, yang membayar honorarium, hadiah, atau penghargaan dalam bentuk apapun kepada Wajib Pajak orang pribadi berkenaan dengan suatu kegiatan.

Penerima Penghasilan yang dipotong PPh Pasal 21 dan/atau PPh Pasal 26

- a. Pegawai;
- b. penerima uang pesangon, pensiun atau uang manfaat pensiun, tunjangan hari tua, atau jaminan hari tua, termasuk ahli warisnya;
- c. Bukan Pegawai yang menerima atau memperoleh penghasilan sehubungan dengan pemberian jasa, meliputi:
 - 1. tenaga ahli yang melakukan pekerjaan bebas, yang terdiri dari pengacara, akuntan, arsitek, dokter, konsultan, notaris, penilai, dan aktuaris;
 - 2. pemain musik, pembawa acara, penyanyi, pelawak, bintang film, bintang sinetron, bintang iklan, sutradara, kru film, foto model, peragawan/peragawati, pemain drama, penari, pemahat, pelukis, dan seniman lainnya;
 - 3. olahragawan;
 - 4. penasihat, pengajar, pelatih, penceramah, penyuluh, dan moderator;
 - 5. pengarang, peneliti, dan penerjemah;

6. pemberi jasa dalam segala bidang termasuk teknik, komputer dan sistem aplikasinya, telekomunikasi, elektronika, fotografi, ekonomi dan sosial serta pemberi jasa kepada suatu kepanitiaan;
 7. agen iklan;
 8. pengawas atau pengelola proyek;
 9. pembawa pesanan atau yang menemukan langganan atau yang menjadi perantara;
 10. petugas penjaja barang dagangan;
 11. petugas dinas luar asuransi; dan/atau
 12. distributor perusahaan multilevel marketing atau direct selling dan kegiatan sejenis lainnya;
- d. anggota dewan komisaris atau dewan pengawas yang tidak merangkap sebagai Pegawai Tetap pada perusahaan yang sama
- e. mantan pegawai; dan/atau
- f. peserta kegiatan yang menerima atau memperoleh penghasilan sehubungan dengan keikutsertaannya dalam suatu kegiatan, antara lain:
1. peserta perlombaan dalam segala bidang, antara lain perlombaan olah raga, seni, ketangkasan, ilmu pengetahuan, teknologi dan perlombaan lainnya;
 2. peserta rapat, konferensi, sidang, pertemuan, atau kunjungan kerja;
 3. peserta atau anggota dalam suatu kepanitiaan sebagai penyelenggara kegiatan tertentu;
 4. peserta pendidikan dan pelatihan;
 5. peserta kegiatan lainnya.

Penghasilan yang dipotong PPh Pasal 21 dan/atau PPh Pasal 26

- a. penghasilan yang diterima atau diperoleh Pegawai Tetap, baik berupa Penghasilan yang Bersifat Teratur maupun Tidak Teratur;
- b. penghasilan yang diterima atau diperoleh penerima pensiun secara teratur berupa uang pensiun atau penghasilan sejenisnya;
- c. penghasilan berupa uang pesangon, uang manfaat pensiun, tunjangan hari tua, atau jaminan hari tua yang dibayarkan sekaligus, yang pembayarannya melewati jangka waktu 2 (dua) tahun sejak pegawai berhenti bekerja;
- d. penghasilan Pegawai Tidak Tetap atau Tenaga Kerja Lepas, berupa upah harian, upah mingguan, upah satuan, upah borongan atau upah yang dibayarkan secara bulanan

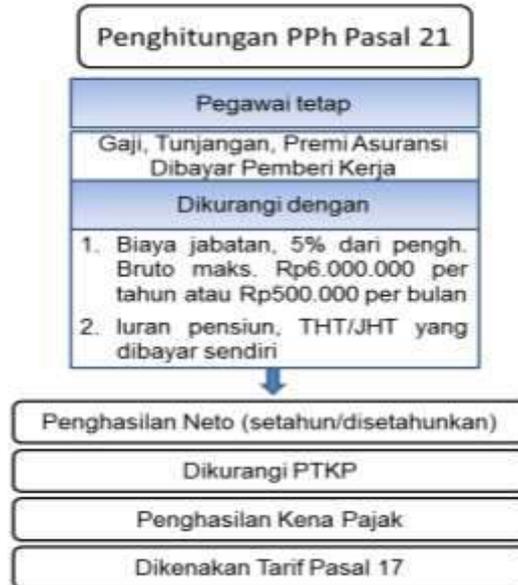
-
- e. imbalan kepada Bukan Pegawai, antara lain berupa honorarium, komisi, fee, dan imbalan sejenisnya dengan nama dan dalam bentuk apapun sebagai imbalan sehubungan jasa yang dilakukan;
 - f. imbalan kepada peserta kegiatan, antara lain berupa uang saku, uang representasi, uang rapat, honorarium, hadiah atau penghargaan dengan nama dan dalam bentuk apapun, dan imbalan sejenis dengan nama apapun;
 - g. penghasilan berupa honorarium atau imbalan yang bersifat tidak teratur yang diterima atau diperoleh anggota dewan komisaris atau dewan pengawas yang tidak merangkap sebagai Pegawai Tetap pada perusahaan yang sama;
 - h. penghasilan berupa jasa produksi, tantiem, gratifikasi, bonus atau imbalan lain yang bersifat tidak teratur yang diterima atau diperoleh mantan pegawai;
 - i. penghasilan berupa penarikan dana pensiun oleh peserta program pensiun yang masih berstatus sebagai pegawai, dari dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan.

Penghasilan yang tidak dikenakan PPh Pasal 21/26

- a. pembayaran manfaat atau santunan asuransi dari perusahaan asuransi sehubungan dengan asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi dwiguna, dan asuransi beasiswa;
- b. penerimaan dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan dalam bentuk apapun yang diberikan oleh Wajib Pajak atau Pemerintah. Pajak Penghasilan yang Ditanggung oleh pemberi kerja, termasuk yang Ditanggung oleh Pemerintah, merupakan penerimaan dalam bentuk kenikmatan;
- c. iuran pensiun yang dibayarkan kepada dana pensiun yang pendiriannya telah disahkan oleh Menteri Keuangan, iuran tunjangan hari tua atau iuran jaminan hari tua kepada badan penyelenggara tunjangan hari tua atau badan penyelenggara jaminan sosial tenaga kerja yang dibayar oleh pemberi kerja;
- d. zakat yang diterima oleh orang pribadi yang berhak dari badan atau lembaga amil zakat yang dibentuk atau disahkan oleh Pemerintah, atau sumbangan keagamaan yang sifatnya wajib bagi pemeluk agama yang diakui di Indonesia yang diterima oleh orang pribadi yang berhak dari lembaga keagamaan yang dibentuk atau disahkan oleh Pemerintah, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan;

- e. Beasiswa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (3) huruf l Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Penghitungan PPh Pasal 21



Gambar 1. Penghitungan PPh Pasal 21

Insentif Pajak Penghasilan Pasal 21 Ditanggung Pemerintah (DTP)

Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 110/PMK.03/2020 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 memperpanjang jangka waktu pemberian insentif Pajak Penghasilan

Pasal 21 Ditanggung Pemerintah (DTP) hingga Desember 2020. Daftar jenis usaha yang mendapatkan insentif PPh 21 Ditanggung Pemerintah juga bertambah.

Kriteria Perusahaan Bisa Mengajukan Insentif PPh 21 Ditanggung Pemerintah. Perusahaan yang bisa mengajukan insentif Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21 Ditanggung Pemerintah untuk karyawan atau pegawainya sesuai Pasal 2 ayat (3) PMK No. 86/2020 adalah :

- a. Perusahaan memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) penerima insentif PPh 21 DTP
- b. Perusahaan telah ditetapkan sebagai Perusahaan KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor)
- c. Perusahaan telah mendapatkan izin Penyelenggara Kawasan Berikat, izin Pengusaha Kawasan Berikat (PKB), atau izin Pengusaha Dalam Kawasan Berikat (PDKB)

Pegawai dengan Kriteria Tertentu yang Mendapatkan Fasilitas PPh 21 Ditanggung Pemerintah:

- a. Menerima atau memperoleh penghasilan dari Pemberi Kerja yang memenuhi syarat sebagai pemberi kerja yang dapat memotong PPh 21 Ditanggung pemerintah.
- b. Memiliki NPWP
- c. Pada Masa Pajak yang bersangkutan menerima atau memperoleh Penghasilan Bruto yang bersifat tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

Adapun ketentuan mengenai fasilitas PPh 21 Ditanggung Pemerintah adalah sebagai berikut :

- a. PPh Pasal 21 Ditanggung pemerintah harus dibayarkan secara tunai oleh pemberi kerja pada saat pembayaran penghasilan kepada pegawai, termasuk dalam hal pemberi kerja memberikan tunjangan PPh Pasal 21 atau menanggung PPh Pasal 21 kepada pegawai.
- b. Dikecualikan dari PPh Pasal 21 Ditanggung pemerintah, dalam hal penghasilan yang diterima pegawai berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan PPh Pasal 21 telah Ditanggung Pemerintah berdasarkan ketentuan perundang-undangan di bidang perpajakan.
- c. PPh Pasal 21 Ditanggung pemerintah yang diterima oleh pegawai dari pemberi kerja tidak diperhitungkan sebagai penghasilan yang dikenakan pajak.
- d. Dalam hal pegawai yang menerima insentif PPh Pasal 21 Ditanggung pemerintah menyampaikan SPT Tahunan Orang Pribadi Tahun Pajak 2020 dan menyatakan

kelebihan pembayaran, kelebihan pembayaran yang berasal dari PPh Pasal 21 Ditanggung pemerintah tidak dapat dikembalikan.

- e. PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diberikan sejak Masa Pajak April 2020 sampai dengan Masa Pajak Desember 2020

Surat Pemberitahuan (SPT)

Pasal 1 angka 11 UU KUP mendefinisikan Surat Pemberitahuan merupakan surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran pajak, objek pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau harta dan kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Fungsi SPT bagi Wajib Pajak PPh antara lain :

- a. Sebagai sarana untuk melaporkan dan mempertanggungjawabkan perhitungan jumlah pajak yang sebenarnya terutang;
- b. Untuk melaporkan pembayaran atau pelunasan pajak yang telah dilakukan sendiri dan/atau melalui pemotongan atau pemungutan pajak lain dalam satu tahun pajak;
- c. Melaporkan penghasilan, harta dan kewajiban, serta pembayaran dari pemotong/pemungut atas pemotongan dan pemungutan Pajak yang telah dilakukan.

Jenis SPT dilihat dari periode pelaporan terdiri dari dua jenis, yaitu:

- a. SPT Masa

SPT Masa adalah Surat Pemberitahuan untuk suatu Masa Pajak. Jenis pajak yang harus dilaporkan setiap bulan melalui SPT Masa terdiri dari : PPh Pasal 21, PPh Pasal 22, PPh Pasal 23, PPh Pasal 25, PPh Pasal 26, PPh Pasal 4 Ayat 2, PPh Pasal 15, PPN & PPn BM, Pemungut PPN.

- b. SPT Tahunan

SPT Tahunan adalah Surat Pemberitahuan untuk suatu Tahun Pajak atau Bagian Tahun Pajak. SPT Tahunan terbagi menjadi dua kategori, yaitu SPT Tahunan PPh Orang Pribadi dan SPT Tahunan PPh Badan. SPT Tahunan PPh Orang Pribadi terbagi dalam tiga jenis yang terdiri dari SPT Tahunan 1770, SPT 1770 S, dan SPT 1770 SS. Yang menjadi perbedaan diantara ketiga jenis SPT Tahunan ini terletak pada status kepegawaian seseorang, sumber lain, serta besaran penghasilan bruto Wajib Pajak setiap tahun.

Batas waktu pelaporan SPT Tahunan

-
- a. Untuk Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Orang Pribadi, paling lama 3 (tiga) bulan setelah akhir tahun pajak, atau
 - b. Untuk Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan, paling lama 4 (empat) bulan setelah akhir tahun pajak.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian dapat saja individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat. Tujuan studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum dalam Nazir (2005:57)

Yang menjadi objek penelitian ini adalah pegawai tetap yang pemberi kerjanya termasuk dalam KLU Wajib Pajak yang terdampak pandemi Covid19. Fokus penelitian yang dilakukan adalah data pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 Pajak Pegawai Tetap selama tahun 2020 untuk melihat dampak insentif pajak yang diberikan Pemerintah terhadap *Take Home Pay* dan Pelaporan SPT Tahunan Pajak Penghasilan Orang Pribadi.

Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu adalah data yang diperoleh melalui dokumentasi seperti data gaji pokok, tunjangan, honorarium, THR, serta bonus yang diberikan kepada para karyawan perusahaan, bukti pemotongan PPh Pasal 21 berupa formulir 1721 A1 dan peraturan perpajakan yang berlaku saat ini, Tahapan analisis yang akan dilakukan adalah:

- a. Tahap pertama, mengidentifikasi penghasilan pegawai tetap baik yang bersifat teratur dan tidak teratur.
- b. Tahap kedua, menganalisis perhitungan dan pemotongan PPh Pasal 21 yang dilakukan pemberi kerja sebelum ada insentif pajak Ditanggung Pemerintah yaitu bulan Januari – Maret 2020, dan perhitungan dan pemotongan PPh 21 untuk bulan April – Desember 2020 setelah ada insentif pajak Ditanggung Pemerintah.
- c. Tahap ketiga, menganalisa dampak insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah terhadap *Take Home Pay* yang diterima pegawai.
- d. Tahap keempat, menganalisa dampak insentif pajak Ditanggung Pemerintah pada pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Tahun Pribadi tahun pajak 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemotongan PPh Pasal 21 sebelum ada insentif PPh

Pada awal Maret 2020, Pemerintah telah mengumumkan dua kasus positif Covid19 masuk di Indonesia, namun pada saat itu belum ada insentif pajak yang diberikan. Pandemi Covid19 yang terjadi memberikan tekanan besar pada kondisi dunia, khususnya pada sektor ekonomi dan kesehatan. Pandemi Covid19 merupakan bencana nasional yang mempengaruhi stabilitas ekonomi dan produktivitas masyarakat sebagai pegawai sehingga perlu dilakukan upaya pengaturan dalam rangka mendukung penanggulangan dampak Covid19. Untuk menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi, daya beli masyarakat, dan produktivitas sektor tertentu sehubungan dengan wabah Covid19 maka Pemerintah Indonesia perlu memberikan insentif pajak dalam rangka mendukung penanggulangan dampak virus corona. Maka dari itu terbitlah Peraturan Menteri Keuangan No.23/PMK.03/2020 tentang insentif pajak untuk wajib pajak yang terdampak wabah virus corona, dimana salah satu insentif pajak yang diberikan adalah insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah untuk 440 Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU). Peraturan Menteri ini ditetapkan pada 21 Maret 2020 dan berlaku mulai 1 April 2020, sehingga untuk pemotongan PPh Pasal 21 Masa Maret 2020 belum mendapatkan insentif pajak.

Pemotongan PPh Pasal 21 Masa Januari - Maret 2020 mengikuti ketentuan perpajakan yang berlaku dimana belum ada insentif pajak yang diberikan. Berikut rincian data penghasilan Tuan A Pegawai Tetap pada PTS. "X"

Tabel 1. Pemotongan Sebelum ada Insentif PPh Pasal 21

KETERANGAN	JAN	FEB	MAR
Gaji Pokok	1.027.448	1.027.448	1.027.448
Tunjangan	9.501.372	9.501.372	9.501.372
Honorarium	2.121.600	1.060.800	2.059.200
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	498.203	498.203	498.203
Jumlah Penghasilan Bruto	13.148.623	12.087.823	13.086.223
Pengurang :			
Biaya Jabatan	500.000	500.000	500.000
Iuran dibayar Pegawai	412.901	412.901	416.041
Jumlah Pengurang Penghasilan Bruto	912.901	912.901	916.041
Penghasilan Neto Sebulan	12.235.722	11.174.922	12.170.182
Penghasilan Neto Setahun	146.828.669	134.099.069	146.042.184
PTKP (K/1)	63.000.000	63.000.000	63.000.000
PKP Setahun	83.828.669	71.099.069	83.042.184
PPh 21 Terutang			
-5%	2.500.000	2.500.000	2.500.000
-15%	5.074.200	3.164.850	4.956.300
PPh 21 terutang Setahun	7.574.200	5.664.850	7.456.300
PPh 21 terutang Sebulan	631.183	472.071	621.358

Dari tabel 1 dapat dijelaskan bahwa atas penghasilan yang diterima Pegawai Tetap akan di potong PPh Pasal 21 oleh pemberi kerja untuk bulan Januari sebesar Rp 631.183, Februari sebesar Rp 472.071 dan Maret sebesar Rp 621.358. Besarnya pembayaran utuh (*Take Home Pay*) diterima Pegawai Tetap sebesar Penghasilan Bruto dikurangi dengan premi asuransi dibayar pemberi kerja, Iuran yang dibayar pegawai dan PPh 21 yang dipotong setiap bulan.

Tabel 2. *Take Home Pay* sebelum ada Insentif PPh Pasal 21

Take Home Pay Pegawai Tetap	JAN	FEB	MAR
Penghasilan Bruto	13.148.623	12.087.823	13.086.223
Pengurang :			
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	(498.203)	(498.203)	(498.203)
Iuran dibayar Pegawai	(412.901)	(412.901)	(416.041)
PPh 21 terutang Sebulan	(631.183)	(472.071)	(621.358)
THP yang diterima Pegawai Tetap	11.606.336	10.704.649	11.550.621

Dari tabel 2 dapat dijelaskan bahwa pemberi kerja menerapkan metode *gross* dalam pemotongan PPh Pasal 21 dimana jumlah PPh Pasal 21 yang terutang menjadi tanggungan

pegawai tetap sendiri sehingga benar-benar mengurangi *Take Home Pay* yang diterima setiap bulannya.

Pemotongan PPh Pasal 21 setelah ada insentif PPh

Jumlah kasus positif corona di Indonesia yang semakin meningkat menyebabkan banyak sektor yang terkena dampaknya, antara lain sektor pariwisata, manufaktur, UMKM dan sektor informal lainnya. Semakin luasnya sektor yang akan diberikan insentif pajak maka terbitlah Peraturan Menteri Keuangan No. 44/PMK.03/2020 tentang insentif pajak untuk Wajib Pajak terdampak pandemi corona virus disease 2019 dengan jumlah 1.062 Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) yang ditetapkan dan berlaku pada 27 April 2020 menyebutkan bahwa PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah sejak Masa Pajak April 2020 sampai dengan Masa Pajak September 2020. Peraturan Menteri ini mencabut PMK no. 23/PMK.03/2020 karena sudah tidak sesuai dengan perkembangan saat ini dalam rangka penanganan Covid19.

Seiring meningkatnya kasus positif Covid19 di Indonesia yang tersebar di 34 Provinsi sampai pertengahan tahun 2020, membuat Pemerintah Indonesia memperpanjang masa insentif pajak mulai April sampai Desember 2020 dan memperluas sektor usaha yang berhak mendapatkan insentif pajak menjadi 1.189 KLU melalui Peraturan Menteri Keuangan No.86/PMK.03/2020 sehingga ketentuan perpajakan sebelumnya PMK No.44/PMK.03/2020 dicabut dan tidak berlaku. Dengan demikian insentif PPh Pasal 21 untuk pegawai tetap dilanjutkan sampai akhir tahun yang dirubah melalui Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 110/PMK.03/2020.

Berdasarkan peraturan yang berlaku maka pemberi kerja memanfaatkan insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah. Insentif ini mempengaruhi penghasilan yang diterima oleh setiap pegawai selama 9 (sembilan) bulan selama tahun 2020. Jika sebelumnya pegawai dipotong PPh Pasal 21 atas penghasilan untuk masa Januari - Maret, maka mulai April sampai dengan Desember 2020 pegawai mendapatkan insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah. Jumlah PPh Pasal 21 yang dipotong oleh pemberi kerja itu diberikan bersamaan dengan penghasilan bulanan yang diterima pegawai. Pajak Penghasilan yang sebelumnya ditanggung oleh pegawai berubah menjadi Ditanggung Pemerintah (DTP). Berikut ini data perhitungan untuk Pegawai Tetap PPh Pasal 21 Masa April sampai September 2020.

Tabel 3. Pemotongan PPh Pasal 21 setelah memanfaatkan Insentif DTP

KETERANGAN	APR	MEI	JUNI	JUL	AGS	SEPT	OKT	NOV	DES
Gaji Pokok	1.027.448	1.027.448	1.027.448	1.027.448	1.027.448	1.047.998	1.047.998	1.150.015	1.150.015
Tunjangan	9.501.372	9.501.372	9.501.372	9.501.372	9.501.372	9.502.400	9.502.400	9.507.500	9.507.500
Honorarium	2.225.600	3.182.400	2.308.800	2.995.200	1.310.400	-	1.092.000	3.369.600	2.534.100
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	498.203	498.203	498.203	498.203	498.203	498.319	441.348	444.320	444.438
Jumlah Penghasilan Bruto	13.252.623	14.209.423	13.335.823	14.022.223	12.337.423	11.048.718	12.083.747	14.471.436	13.636.054
Pengurang :									
Biaya Jabatan	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
luran dibayar Pegawai	416.041	416.041	416.041	416.041	416.041	418.692	418.692	431.852	431.852
Jumlah Pengurang Penghasilan Bruto	916.041	916.041	916.041	916.041	916.041	918.692	918.692	931.852	931.852
Penghasilan Neto Sebulan	12.336.582	13.293.382	12.419.782	13.106.182	11.421.382	10.130.026	11.165.055	13.539.584	12.704.201
Penghasilan Neto Setahun	148.038.984	159.520.584	149.037.384	157.274.184	137.056.584	121.560.312	133.980.658	162.475.003	166.147.838
PTKP (K/1)	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000	63.000.000
PKP Setahun	85.038.984	96.520.584	86.037.384	94.274.184	74.056.584	58.560.312	70.980.658	99.475.003	103.147.838
PPh 21 Terutang									
-5%	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.928.016	2.500.000	2.500.000	2.500.000
-15%	5.255.700	6.978.000	5.405.550	6.641.100	3.608.400	1.284.000	3.147.000	7.421.250	7.972.050
PPh 21 terutang Setahun	7.755.700	9.478.000	7.905.550	9.141.100	6.108.400	4.212.016	5.647.000	9.921.250	10.472.050
PPh 21 terutang Sebulan	646.308	789.833	658.796	761.758	509.033	351.001	470.583	826.771	665.728

Dari tabel 3 dapat dijelaskan sesuai dengan ketentuan perpajakan, penghasilan yang diterima pegawai wajib dipotong PPh Pasal 21 oleh pemberi kerja. Namun PPh Pasal 21 yang dipotong tersebut mendapat insentif berupa Ditanggung Pemerintah atas penghasilan yang diterima Pegawai dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria pegawai dengan kriteria tertentu meliputi menerima atau memperoleh penghasilan dari Pemberi Kerja yang memiliki kode Klasifikasi Lapangan Usaha dalam PMK, memiliki NPWP, dan pada Masa Pajak yang bersangkutan menerima atau memperoleh Penghasilan Bruto yang bersifat tetap dan teratur yang disetahunkan tidak lebih dari Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Tabel 4. Take Home Pay setelah ada Insentif PPh Pasal 21

Take Home Pay Pegawai Tetap	APR	MEI	JUNI	JUL	AGS	SEPT	OKT	NOV	DES
Penghasilan Bruto	13.252.623	14.209.423	13.335.823	14.022.223	12.337.423	11.048.718	12.083.747	14.471.436	13.636.054
Pengurang :									
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	(498.203)	(498.203)	(498.203)	(498.203)	(498.203)	(498.319)	(441.348)	(444.320)	(444.438)
luran dibayar Pegawai	(416.041)	(416.041)	(416.041)	(416.041)	(416.041)	(418.692)	(418.692)	(431.852)	(431.852)
PPh 21 terutang Sebulan	(646.308)	(789.833)	(658.796)	(761.758)	(509.033)	(351.001)	(470.583)	(826.771)	(665.728)
THP yang diterima Pegawai Tetap	11.692.071	12.505.346	11.762.783	12.346.221	10.914.146	9.780.706	10.753.123	12.768.492	12.094.036
Insentif PPh 21 DTP	646.308	789.833	658.796	761.758	509.033	351.001	470.583	826.771	665.728
THP setelah Insentif PPh 21 DTP	12.338.379	13.295.179	12.421.579	13.107.979	11.423.179	10.131.707	11.223.707	13.595.263	12.759.763

Dari tabel 4 dapat dijelaskan PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah harus dibayarkan secara tunai oleh pemberi kerja pada saat pembayaran penghasilan kepada Pegawai, sehingga *Take Home Pay* yang diterima pegawai bertambah untuk meningkatkan daya beli masyarakat pada masa pandemi Covid19. Hal ini sejalan dengan Kartiko (2020) yang menyatakan PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah diharapkan dapat mengurangi dampak pandemi Covid19 yang berakibat pada pemutusan hubungan kerja. PPh Pasal 21 yang

dibayarkan secara tunai menjadikan *take home pay* yang diperoleh pegawai menjadi lebih besar. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan konsumsi rumah tangga sehingga dapat roda perekonomian. Hasil penelitian ini juga didukung Hardita (2021) yang menyatakan bahwa PPh 21 yang tidak dipotong diharapkan dapat menjaga daya beli masyarakat.

Selama tahun 2020, pemberi kerja juga memberikan penghasilan tidak teratur berupa Tunjangan Hari Raya dan bonus. Adapun atas penghasilan tersebut tidak mendapatkan insentif PPh Pasal 21 karena merupakan penghasilan yang bersifat tidak teratur.

Tabel 5. PPh Pasal 21 atas Penghasilan Tidak Teratur

Jenis Penghasilan	THR	Bonus
Penghasilan Bruto	10.528.820	9.922.015
PPh Pasal 21	1.579.323	1.488.302
Jumlah yang dibayarkan	8.949.497	8.433.713

Dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa atas penghasilan berupa Tunjangan Hari Raya dipotong PPh Pasal 21 sebesar Rp 1.579.323 dan atas bonus dipotong PPh Pasal 21 sebesar Rp 1.488.302 sehingga mengurangi besarnya jumlah yang dibayarkan kepada pegawai.

Tabel 6. Rekapitulasi Penghasilan Januari-Desember 2020

KETERANGAN	JUMLAH
Gaji Pokok	12.615.614
Tunjangan	114.030.778
Honorarium	24.259.700
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	5.814.048
THR	10.528.820
Bonus	9.922.015
Jumlah Penghasilan Bruto	177.170.976
Pengurang :	-
Biaya Jabatan luran dibayar Pegawai	6.000.000
Jumlah Pengurang Penghasilan Bruto	5.023.138
	11.023.138
	-
Penghasilan Neto Setahun	166.147.838
PTKP (K/1)	63.000.000
PKP Setahun	103.147.838
PPh 21 Terutang	-
-5%	2.500.000
-15%	7.972.050
	-
PPh Pasal 21 terutang	10.472.050
PPh Pasal 21 yang dipotong dan dilunasi	10.472.050

Dari tabel 6 dapat dijelaskan bahwa pemotongan PPh Pasal 21 atas seluruh penghasilan baik yang bersifat teratur dan tidak teratur yang diterima pegawai selama tahun 2020 sebagai dasar untuk pembuatan bukti pemotongan form 1721 A1 yang harus diberikan oleh pemberi kerja kepada setiap pegawai. Sedangkan bagi pegawai, form 1721 A1 sebagai bukti untuk mengkreditkan PPh Pasal 21 dalam mengisi SPT Tahunan PPh Orang Pribadi.

Tabel 7. Rincian Pemotongan PPh Pasal 21

KETERANGAN	JUMLAH
PPh Pasal 21 Januari - Maret	1.724.612
PPh Pasal 21 April - Desember	5.679.812
PPh Pasal 21 THR	1.579.323
PPh Pasal 21 Bonus	1.488.302
TOTAL	10.472.050

Dari tabel 7 dapat dijelaskan bahwa PPh Pasal 21 yang dipotong oleh pemberi kerja terdiri dari PPh Pasal 21 yang menjadi tanggungan pegawai dan PPh Pasal 21 Ditanggung

Pemerintah. Adapun PPh Pasal 21 yang menjadi tanggungan pegawai meliputi penghasilan bulan Januari sampai Maret, THR dan Bonus. Sedangkan Masa April sampai Desember 2020 mendapatkan insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah.

Pelaporan SPT Tahunan PPh Orang Pribadi

Setiap Wajib Pajak Orang Pribadi mempunyai kewajiban untuk melaporkan SPT Tahunan paling lambat 3 bulan setelah akhir tahun pajak dimana jatuh temponya pada 31 Maret 2021. Untuk Wajib Pajak orang pribadi yang berstatus sebagai pegawai, maka dasar yang untuk mengisi SPT Tahunan adalah bukti pemotongan berupa form 1721 A1 yang dibuat oleh pemberi kerja. Dikarenakan pada tahun 2020 ada pemberian insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah, maka sesuai dengan ketentuan Pasal 2 ayat 7 PMK No.86/PMK/03/2020 bahwa PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah yang diterima oleh Pegawai dari Pemberi Kerja tidak diperhitungkan sebagai penghasilan yang dikenakan pajak.

Tabel 4.8 Besarnya Insentif PPh Pasal 21 DTP

THP yang diterima Jan - Des 2020		161.541.552
THP menurut bukti pemotongan 1721 A1		
Penghasilan Bruto	177.170.976	
Dikurangi :		
Premi Asuransi dibayar pemberi kerja	(5.814.048)	
luran dibayar Pegawai	(5.023.138)	
PPh Pasal 21 yang dipotong dan dilunasi	<u>(10.472.050)</u>	
		<u>155.861.740</u>
Insentif PPh Pasal 21 DTP		5.679.812

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa *Take Home Pay* yang diterima secara langsung oleh pegawai lebih besar daripada *Take Home Pay* berdasarkan Form 1721 A1. Hal ini dikarenakan adanya insentif PPh 21 Ditanggung Pemerintah sebesar Rp 5.679.812. Dengan adanya kenaikan jumlah *Take Home Pay* yang berasal dari insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah, maka harus dilaporkan di dalam SPT Tahunan PPh Orang Pribadi Tahun Pajak 2020 di bagian penghasilan yang tidak termasuk objek pajak. Untuk mengetahui berapa besarnya insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah yang diterima pegawai sebaiknya pemberi kerja memberikan data kepada pegawai selain formulir 1721 A1 terkait besaran insentif PPh Pasal 21. Dalam hal ini dikarenakan pemberi kerja tidak

memberikan data tersebut kepada pegawai sehingga pegawai tidak dapat mengisi besarnya penghasilan yang tidak termasuk objek pajak di SPT Tahunan Pajak Penghasilan Orang Pribadi. Hal ini didasarkan pada UU KUP yang menyatakan bahwa setiap Wajib Pajak harus mengisi Surat Pemberitahuan (SPT) dengan benar, lengkap dan jelas.

BAGIAN B : PENGHASILAN YANG TIDAK TERMASUK OBJEK PAJAK		
NO	JENIS PENGHASILAN	JUMLAH PENGHASILAN (Rp/eti)
(1)	(2)	(3)
1.	BANTUAN/SUMBANGAN/HIBAH	
2.	WARISAN	
3.	BAGIAN LABA ANGGOTA PERSEORAN KOMANDITER TIDAK ATAS SAHAM, PERSEKUTUAN, PERKUMPULAN, FIRMA, KONGSI	
4.	KLAIM ASURANSI KESEHATAN, KECELAKAAN, JIWA, DWIGUNA, BEASISWA	
5.	BEASISWA	
6.	PENGHASILAN LAINNYA YANG TIDAK TERMASUK OBJEK PAJAK	5.679.812
JUNJAH BAGIAN B		5.679.812

Gambar 2. Pelaporan Insentif PPh Pasal 21 DTP

KESIMPULAN

Penghasilan yang diterima atau diperoleh pegawai tetap sebagai Wajib Pajak dalam negeri merupakan objek pajak penghasilan pasal 21. Pemberi kerja melakukan pemotongan PPh Pasal 21 atas penghasilan pegawai tetap setiap bulannya. Penghasilan tersebut meliputi penghasilan yang bersifat teratur dan tidak teratur sesuai dengan ketentuan perpajakan. Pada awal tahun 2020, dunia dihebohkan dengan munculnya virus corona yang sampai saat ini menjadi pandemi. Di Indonesia, pandemi covid19 merupakan bencana nasional yang mempengaruhi stabilitas perekonomian nasional dan produktivitas masyarakat sebagai pekerja maupun pelaku usaha. Salah satu dampak pandemi covid19 adalah menurunnya daya beli masyarakat. Untuk mengatasi dampak tersebut, Pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa pemberian insentif pajak bagi Wajib Pajak yang terdampak covid19. Salah satu insentif yang diberikan adalah PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah yang diberikan kepada pegawai dengan kriteria tertentu. Dengan adanya pemberian insentif PPh Pasal 21 diharapkan dapat meningkatkan daya beli masyarakat.

Mekanisme pemotongan PPh Pasal 21 mengikuti ketentuan PER 16/PJ/2016. Pemberi kerja setelah menghitung dan memotong PPh Pasal 21, selanjutnya PPh Pasal 21 yang dipotong tersebut harus dibayarkan secara tunai oleh pemberi kerja pada saat pembayaran penghasilan kepada Pegawai setiap bulannya. Dengan adanya PPh Pasal 21

Ditanggung Pemerintah dapat meningkatkan *Take Home Pay* yang diterima sehingga pegawai bisa menjaga daya beli untuk konsumsi. Insentif PPh Pasal 21 yang diterima oleh pegawai tidak diperhitungkan sebagai penghasilan yang dikenakan pajak. Sebagai bukti pemotongan PPh Pasal 21, pemberi kerja wajib memberikan bukti potong berupa form 1721 A1 kepada setiap pegawai tetap. Di samping itu, sebaiknya pemberi kerja juga memberikan data rincian insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah yang diterima oleh setiap pegawai mulai April sampai Desember 2020, hal ini digunakan untuk pelaporan di SPT Tahunan PPh Orang Pribadi. Besarnya insentif PPh Pasal 21 Ditanggung Pemerintah dilaporkan di form SPT Tahunan bagian penghasilan yang tidak termasuk objek pajak. Melihat kondisi pandemi covid19 sampai saat ini masih belum berakhir dan pemerintah masih memperpanjang pemberian insentif pajak untuk penanggulangan dampak covid19, maka dapat disarankan bagi penelitian selanjutnya melakukan analisis dampak insentif pajak yang diberikan pemerintah pada sektor sektor otomotif selama masa pandemi sehingga dapat dilihat dampak insentif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan ridho-Nya artikel penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardita Rahma Safitri, Nelfi Afri Yanty, Siska Adelia, Tasya Kusumaningtyas, Mohammad Sofyan. (2021). Implementasi Kebijakan PPh 21 Selama Pandemi Covid-19 di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Dan Bisnis*. Volume 1, Nomor 4, Maret 2021.
- <https://insight.kontan.co.id>. Terus Tumbuh, PPh Pasal 21 Diandalkan Menjadi Penggerak Penerimaan Pajak. 13 Januari 2020.
- Kartiko, Nafis Dwi. (2020). Insentif Pajak Dalam Merespon Dampak Pandemi Covid-19 pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara* Vol.II, No.1. Hal.124-137
- Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor: PER-16/PJ/2016 Tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21 Dan/Atau Pajak Penghasilan Pasal 26 Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Dan Kegiatan Orang Pribadi.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 23/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Wabah Virus Corona.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 44/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019.

-
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 86/PMK.03/2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 110/PMK.03/2020 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK.03/2020 Tentang Insentif Pajak Untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Waluyo. 2011. Perpajakan Indonesia. Edisi 10 Buku 1. Penerbit Salemba Empat.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Perlakuan Biaya Pendidikan dan Pelatihan pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan : Pendekatan *Activity Based Costing*

Ade Lista¹, Miswaty²

^{1,2} Fakultas Ekonomi (Akuntansi, Universitas Balikpapan), Jl. Pupuk Raya Balikpapan, Indonesia, 76114

Correspondence: Miswaty (miswaty@yahoo.co.id)

Received: 09 08 21 – Revised: 10 08 21 - Accepted: 10 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Balai Diklat Keuangan Balikpapan adalah salah satu unit vertikal yang berada di bawah Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) Kementerian Keuangan melalui pendidikan dan pelatihan keuangan negara di daerah, dengan wilayah kerja yaitu Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, dan Kalimantan Selatan. Pada tahun 2019, pada tahun 2019 mengelola Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) sebesar Rp10.515.220.000. Data realisasi dan capaian penyerapan DIPA pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan sampai dengan akhir tahun anggaran 2019 yaitu sebesar Rp10.152.079.589. Pada tahun 2019 Balai Diklat Keuangan Balikpapan telah menyelenggarakan sebanyak 27 pelatihan dengan realisasi peserta sebanyak 956 peserta. Salah satu pelatihan yang diselenggarakan adalah Pelatihan Dasar (Latsar) CPNS Golongan II Periode II dengan rencana peserta 60 orang dan realisasi peserta sebanyak 59 orang atau sebesar 98,33%. Terdapat perbedaan hasil perhitungan ABC System dengan Standar Biaya yang digunakan oleh Balai Diklat Keuangan Balikpapan. Perbedaan perhitungan terjadi karena dalam perhitungan sesuai Standar Biaya hanya menghitung biaya yang terkait secara langsung dengan diklat saja yaitu untuk komponen *Direct Material* dan *Direct Labor*, sedangkan perhitungan berdasarkan *Activity Based Costing System* menghitung seluruh biaya yang terkait dengan diklat yang berupa *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead*. Dengan demikian selisih diantara keduanya adalah senilai *factory overhead*.

Kata kunci: Biaya pendidikan dan pelatihan, *Activity Based Costing System*

Citation Format: Lista, A., Miswaty. (2020). Perlakuan Biaya Pendidikan dan Pelatihan pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan : Pendekatan Activity Based Costing. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 30-42

PENDAHULUAN

Pada suatu organisasi perlu adanya praktik manajerial yang baik dan mendukung tujuan dari organisasi perlu adanya akuntansi manajemen dalam melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap unsur-unsur yang berhubungan langsung dalam proses mencapai tujuan dari organisasi. Akuntansi manajemen merupakan suatu kegiatan atau proses yang menghasilkan informasi keuangan bagi manajemen untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam melaksanakan fungsi manajemen (Indriani, 2018). Pengendalian dalam akuntansi manajemen meliputi penyusunan anggaran, pelaksana rencana, pemantauan kinerja, mengevaluasi kinerja serta memperbaiki pengendalian terhadap hal yang terjadi di luar situasi. Pada proses pengendalian tidak terlepas dari kebutuhan akan sistem informasi akuntansi manajemen yang baik. Inti dari sistem informasi akuntansi manajemen adalah proses yang dideskripsikan oleh aktivitas-aktivitas seperti pengumpulan, pengukuran, penyimpanan, analisis, pelaporan, dan pengelolaan informasi mengenai peristiwa-peristiwa ekonomi yang akan menghasilkan *output* tertentu untuk memenuhi tujuan sistem yang diharapkan (Amrullah, 2014). *Output* tersebut dapat mencakup laporan khusus, biaya pelanggan, anggaran, laporan kinerja, dan informasi yang sangat penting dalam posisi tawar sebuah organisasi akan produknya yaitu biaya produksi per unit (*unit cost of production*).

Kemampuan menganalisis data biaya produk juga berfungsi sebagai alat untuk pengambilan keputusan manajemen. Untuk Untuk mewujudkannya, metode analisis biaya yang tepat perlu diterapkan di Indonesia. ABC adalah metode alternatif yang direkomendasikan untuk digunakan di sektor publik oleh, misalnya, Michel (2004), Cai et al. (2013), dan Cokins (2015). Salah satu hal yang menjadi penting untuk dianalisis yaitu perhitungan biaya manfaat jasa dan pelayanan yang diberikan sektor publik kepada para pengguna jasa (*stakeholder*). Dengan mengetahui biaya jasa dan layanan tersebut dapat membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan salah satunya mengenai biaya yang digunakan oleh organisasi dalam menghasilkan *output* dan *outcome* yang efektif dan efisien. Salah satu pendekatan dalam menghitung besarnya biaya adalah dengan *activity based costing system*.

Perhitungan *activity based costing system* dapat diterapkan pada semua bidang usaha, termasuk bidang pelayanan jasa. Salah satu yang dapat diteliti dengan menggunakan *activity based costing system* pada bidang pelayanan jasa adalah perhitungan jasa tarif rawat inap pada rumah sakit. Hasil penelitian yang pernah dilakukan menjelaskan terdapat perbedaan tarif jasa pada beberapa kelas ruang rawat inap pada rumah sakit tersebut, perbedaan tarif tersebut dikarenakan pembebanan biaya *overhead* pada masing-masing produk dari masing-

masing metode. Biaya overhead pada *Activity Based Costing System* (ABC System) dibebankan pada banyak *cost driver*, sehingga pengalokasian biaya aktivitas kesetiap kamar sudah tepat berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas (Anggraini, 2013).

Penelitian dengan menggunakan metode *Activity Based Costing System* (ABC System) juga dapat diterapkan pada bidang pelayanan jasa sektor pemerintahan. Penelitian yang telah dilakukan menjelaskan bahwa terdapat perbedaan hasil perhitungan *Activity Based Costing System* (ABC System) dengan standar biaya yang digunakan oleh instansi tersebut. Hal itu dikarenakan standar biaya yang digunakan oleh instansi tersebut hanya menghitung biaya yang terkait secara langsung. Sedangkan *Activity Based Costing System* (ABC System) menghitung seluruh biaya yang berkaitan yang berupa *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead* (Amrullah dan Kisworo, 2014). Penelitian serupa dilakukan oleh TN., M. Rizki (2015), dengan menggunakan data sekunder yang berbeda dengan Amrullah dan Kisworo (2015), hasil yang diperoleh sama dengan penelitian Amrullah dan Kisworo (2015). Akan tetapi pada penelitian TN., M. Rizki (2015), banyak beban-beban dan aktivitas yang bersifat *overhead* tidak diperhitungkan, sehingga dapat menimbulkan bias dalam perhitungannya.

Penerapan perhitungan biaya pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan mengacu pada Satuan Biaya Masukan (SBM) Kementerian Keuangan seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 32/PMK.02/2018, biaya lainnya yang belum tercantum dalam SBM Kementerian Keuangan, maka mengacu pada Satuan Biaya Masukan Lainnya (SBML) Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan (BPPK) pada tahun terkait. Dalam SBM maupun SBML tidak merincikan biaya persatuan *output* contohnya biaya untuk setiap peserta diklat. Pada SBM dan SBML hanya terdapat biaya untuk setiap kelas diklat atau hanya untuk setiap diklat. Oleh karena itu, analisis biaya berdasarkan data biaya aktual diperlukan untuk menghitung biaya layanan pemerintah dengan produk sebagai serta untuk mendapatkan informasi tentang proses bisnis untuk organisasi pengelolaan.

Berdasarkan pengertian *activity based costing system*, latar belakang masalah, dan penelitian sebelumnya, serta tidak tercantumnya biaya rinci untuk peserta pendidikan dan pelatihan di dalam Satuan Biaya Masukan (SBM) dan Satuan Biaya Masukan Lainnya (SBML), maka penelitian ini memfokuskan pada analisis perhitungan biaya Pendidikan dan Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II Tahun Anggaran 2019 pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan. Kemudian membandingkan dengan perhitungan menggunakan metode *activity based costing system*.

METODE PELAKSANAAN

Objek penelitian adalah Realisasi Anggaran Balai Pendidikan dan Pelatihan Keuangan Balikpapan Tahun Anggaran 2019 dalam rangka menghasilkan jumlah *output* peserta pendidikan dan pelatihan keuangan. Lokasi penelitian adalah satuan kerja Balai Diklat Keuangan Balikpapan dengan alamat Jalan MT. Haryono Dalam Nomor 97 RT. 40, Kelurahan Gunung Bahagia, Kecamatan Balikpapan Selatan.

Metode analisis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif deskriptif. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penulisan penelitian ini adalah dengan melakukan analisis biaya pelatihan pada Laporan Realisasi Anggaran.

Selanjutnya penulis menetapkan metode biaya berdasarkan *activity based costing* dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- i. Mengidentifikasi biaya dan aktivitas sumber daya. Langkah pertama dalam merancang *activity based costing system*, adalah melakukan analisis aktivitas untuk mengidentifikasi biaya sumber daya dan aktivitas perusahaan. mengidentifikasi dan memproporsikan biaya kelompok aktivitas ke dalam kategori tahapan aktivitas yang terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penilaian kompetensi.
- ii. Mengidentifikasi dan memproporsikan biaya tahap *delivery* berdasarkan keterkaitannya dengan produk. Biaya manufaktur atau biaya produksi didefinisikan sebagai hasil penjumlahan dari 3 elemen biaya yaitu biaya bahan langsung (*direct materials*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan biaya overhead (*factory overhead*). Dalam kajian akademis ini, hasil penjumlahan *direct materials* dan *direct labor* disebut dengan biaya langsung, sedangkan *factory overhead* disebut dengan biaya tidak langsung. Setelah diketahui biaya langsung dan biaya tidak langsung, maka biaya per output peserta diklat dapat dihitung.
- iii. Dengan melakukan langkah pada poin 2 maka dapat diketahui biaya pelatihan per-peserta pelatihan berdasarkan perhitungan *activity based costing*.

Membandingkan biaya pelatihan berdasarkan ABC dengan Standar Biaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Balai Diklat Keuangan Balikpapan adalah salah satu unit eselon III yang berada dibawah lingkungan Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN)

Kementerian Keuangan melalui pendidikan dan pelatihan keuangan negara di daerah, dengan wilayah kerja yaitu Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, dan Kalimantan Selatan.



Gambar 1. Struktur Anggaran Balai Diklat Keuangan

Sumber : Laporan Kinerja Balai Diklat Keuangan Balikpapan

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, Balai Diklat Keuangan Balikpapan pada tahun 2019 mengelola Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) sebesar Rp10.515.220.000. Data realisasi dan capaian penyerapan DIPA pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan sampai dengan akhir tahun anggaran 2019 yaitu sebesar Rp10.152.079.589 dengan capaian sebesar 96,54%.

Pada tahun 2019 Balai Diklat Keuangan Balikpapan telah menyelenggarakan sebanyak 27 pelatihan dengan realisasi peserta sebanyak 956 peserta. Salah satu pelatihan yang diselenggarakan adalah Pelatihan Dasar (Latsar) CPNS Golongan II Periode II dengan rencana peserta 60 orang dan realisasi peserta sebanyak 59 orang atau sebesar 98,33%. Dalam penganggaraanya, anggaran terkait jumlah peserta diklat dibagi kedalam tiga golongan belanja, yakni belanja terkait tahapan persiapan diklat, tahapan pelaksanaan diklat, dan tahapan evaluasi diklat. Belanja terkait tahapan persiapan diklat adalah belanja yang muncul ketika persiapan diklat dilaksanakan atau dengan kata lain ketika diklat belum berjalan. Contoh belanja tahapan persiapan diklat adalah belanja ATK peserta dan ATK

penyelenggaraan, pencetakan modul atau bahan ajar, seragam peserta diklat, perlengkapan asrama peserta diklat, dan rapat persiapan diklat.

Belanja dalam tahapan pelaksanaan diklat atau tahap pelayanan kelas adalah belanja yang dilakukan ketika diklat sedang berjalan dan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelaksanaan diklat dan pelayanan diklat kepada para peserta diklat. Belanja terkait tahap pelaksanaan diklat adalah belanja dengan jumlah paling besar dibandingkan dengan dua tahapan yang lainnya. Jenis belanja yang muncul terkait tahapan pelaksanaan diklat adalah belanja konsumsi peserta, belanja terkait pelayanan laundry, honorarium atas pengajar, penceramah, asisten pengajar, pelatih, tenaga kesehatan, petugas piket, dan biaya terkait perjalanan dinas peserta dan pengajar.

Belanja dalam tahapan evaluasi diklat atau tahap penilaian kompetensi adalah belanja yang dikeluarkan ketika diklat akan selesai atau telah selesai. Belanja ini merupakan belanja dengan proporsi terkecil dibandingkan dengan tahapan belanja lainnya. Contoh dari belanja ini adalah belanja konsumsi rapat evaluasi.

Perhitungan Biaya

Tahapan Aktivitas

a. Tahap Persiapan

Biaya Perencanaan diklat dalam Standar Biaya hanya terkait dengan aktivitas persiapan pelaksanaan suatu diklat tertentu dari sifatnya berulang, selalu dikeluarkan sebelum diklat dimulai.

b. Tahap Pelaksanaan

Biaya Pelaksanaan diklat merupakan biaya yang dikeluarkan saat diklat sudah mulai dijalankan, sifatnya berulang dan spesifik untuk satu diklat tertentu.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi merupakan biaya untuk melakukan evaluasi penyelenggaraan, peserta, dan pengajar suatu diklat pada tahun anggaran tersebut. Sifatnya berulang dan spesifik untuk satu diklat tertentu

Anggaran belanja barang ditambah dengan besaran belanja pegawai yang terpakai untuk melakukan aktivitas dibagi dan dikategorikan kepada tahapan aktivitas. Biaya Pelatihan Dasar CPNS pada Laporan Realisasi Anggaran merupakan biaya keseluruhan angkatan diklat yang terdapat pada Pagu DIPA Laporan Realisasi Anggaran. Pelatihan Dasar

CPNS Tahun Anggaran 2019 pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan terdiri dari 4 Angkatan yaitu Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II, Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode III, Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode IV, dan Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode V. Biaya Pelatihan Dasar CPNS (untuk 1 Angkatan Pelatihan) diasumsikan memiliki besaran yang sama dalam setiap angkatan pelatihan, maka biaya per angkatan pelatihan diperoleh dari Biaya Pelatihan Dasar CPNS pada Laporan Realisasi Anggaran dibagi empat, sehingga biaya untuk tahap persiapan per-angkatan pelatihan adalah sebesar Rp33.837.750, tahap pelaksanaan sebesar Rp693.667.250, dan tahap penilaian kompetensi sebesar Rp212.750.

Biaya Pelatihan Dasar CPNS untuk 1 Angkatan Diklat (dalam penelitian) diperoleh dari hasil pembagian biaya realisasi anggaran pada Laporan Realisasi Anggaran. Tahap persiapan sebesar Rp116.250, tahap pelaksanaan sebesar Rp668.109.227, dan tahap penilaian kompetensi tidak ada biaya yang dikeluarkan, hal ini karena tidak adanya biaya yang dikeluarkan pada saat penilaian kompetensi. Dari Gambar 4 dapat disimpulkan bahwa biaya yang paling besar adalah biaya Tahap Pelaksanaan yaitu sebesar Rp668.109.227 (99,98%).

Tabel 1. Perbandingan Biaya per Angkatan Diklat

Pembagian Biaya Berdasarkan Aktivitas	Biaya Pelatihan Dasar CPNS	Biaya Pelatihan Dasar CPNS (untuk 1 Angkatan Pelatihan)	Biaya Pelatihan Dasar CPNS untuk 1 Angkatan Diklat (dalam penelitian)
Tahap Persiapan	Rp135.351.000	Rp33.837.750	Rp116.250
Tahap Pelaksanaan	Rp2.774.669.000	Rp693.667.250	Rp668.109.227
Tahap Penilaian Kompetensi	Rp851.000	Rp212.750	0

Sumber : Data Diolah Dari Laporan Realisasi Anggaran

Keterkaitan biaya dengan produk

Berdasarkan keterkaitannya dengan produk, biaya dapat dikategorikan menjadi biaya langsung (*prime cost*) dan biaya tidak langsung (*conversion cost*). Biaya langsung yaitu berupa biaya bahan baku langsung (*Direct Material*) dan biaya tenaga kerja langsung (*Direct Labor*) sedangkan biaya tidak langsung berupa *Factory Overhead* (FOH).

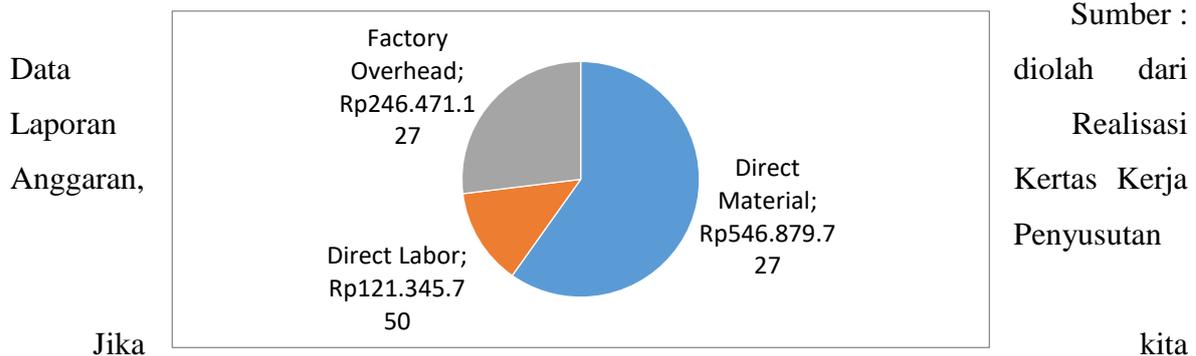
Tabel 2. Deskripsi dan Contoh Biaya

No.	Kategori Biaya	Uraian	Contoh Biaya
-----	----------------	--------	--------------

1.	Direct Material	Merupakan biaya operasional yang dikeluarkan untuk penyelenggaraan diklat. Nilainya akan semakin bertambah dengan mengikuti penambahan jumlah peserta diklat.	Biaya konsumsi peserta diklat, penggandaan modul, laundry, atk dan perlengkapan peserta
2.	Direct Labor	Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga atau jasa seseorang terkait dengan penyelenggaraan diklat.	Honor narasumber, pengajar, honor petugas piket, honor instruktur, atk penyelenggaraan konsumsi rapat
3.	Factory Overhead	Merupakan biaya yang tidak terkait langsung dengan penyelenggaraan diklat dan nilainya cenderung tetap walaupun terdapat penambahan jumlah peserta dan angkatan diklat.	Belanja pegawai, biaya operasional perkantoran, honor satpam, cleaning Service, pramugraha, beban penyusutan

Berikut ini adalah Gambar 1 yang menggambarkan biaya berdasarkan keterkaitannya dengan produk (peserta diklat) pada Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II yang diselenggarakan oleh Balai Diklat Keuangan Balikpapan:

Gambar 2. Perbandingan Keterkaitan Biaya dengan Produk



perhatikan Gambar 1 dapat kita ketahui bahwa komposisi terbesar dari biaya yang dikeluarkan oleh Balai Diklat Keuangan Balikpapan adalah berupa *Direct Material* yaitu sebesar Rp546.879.727 (60%) sedangkan *Direct Labor* sebesar Rp121.345.730 (13%) dan *Factory Overhead* sebesar Rp246.471.127 (27%). Pengkategorian berdasarkan keterkaitannya dengan produk akan bermanfaat bagi suatu satuan kerja untuk mengenali biaya-biaya yang dikeluarkan bila dikaitkan dengan produknya. Semakin mudah mengkaitkan biaya yang dikeluarkan dengan produk (jumlah peserta pelatihan), maka akan semakin mudah untuk menyusun standar biaya per out peserta pelatihan (Amrullah dan Kisworo, 2014).

Data biaya per-peserta pelatihan diperoleh dari biaya *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead* dibagi dengan jumlah realisasi peserta Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II yaitu sebanyak 59 peserta, dengan lama pelaksanaan pelatihan selama 23 hari maka biaya per-peserta yang diperoleh adalah Rp15.503.332.

Tabel 3. Komposisi direct material, direct labor dan factory overhead per-peserta pelatihan

Nama Pelatihan	<i>Direct Material</i>	<i>Direct Labour</i>	<i>Factory Overhead</i>
Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II	Rp9.269.148	Rp2.056.708	Rp4.177.477

Sumber: data diolah

Berdasarkan pengolahan data, biaya yang dibutuhkan per-peserta diklat sesuai ABC Sistem menghasilkan perhitungan biaya yang berbeda dengan perhitungan biaya menggunakan Standar Biaya. Perbedaan tersebut dapat digambarkan dalam Tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Perbedaan Biaya Sesuai ABC Sistem dan Sesuai Standar Biaya

Nama Pelatihan	Biaya Per-peserta Diklat sesuai ABC Sistem	Biaya Per-peserta Diklat sesuai Standar Biaya	Selisih
Pelatihan Dasar CPNS Golongan II Periode II	Rp15.503.332	Rp12.128.629	Rp3.374.703

Berdasarkan pengolahan data, biaya yang dibutuhkan per-peserta diklat sesuai ABC Sistem menghasilkan perhitungan biaya yang berbeda dengan perhitungan biaya menggunakan Perbedaan perhitungan terjadi karena dalam perhitungan sesuai Standar Biaya hanya menghitung biaya yang terkait secara langsung dengan pelatihan saja yaitu untuk komponen *direct material* dan *direct labor*, sedangkan perhitungan berdasarkan *Activity Based Costing System* menghitung seluruh biaya yang terkait dengan diklat yang berupa *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead*. Dengan demikian selisih diantara keduanya adalah senilai *factory overhead*.

KESIMPULAN

Balai Diklat Keuangan Balikpapan adalah salah satu unit vertikal yang berada di bawah Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan yang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan pendidikan dan pelatihan bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) Kementerian Keuangan melalui pendidikan dan pelatihan keuangan negara di daerah, dengan wilayah kerja yaitu Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, dan Kalimantan Selatan. Pada tahun 2019, pada tahun 2019 mengelola Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) sebesar Rp10.515.220.000. Data realisasi dan capaian penyerapan DIPA pada Balai Diklat Keuangan Balikpapan sampai dengan akhir tahun anggaran 2019 yaitu sebesar Rp10.152.079.589. Pada tahun 2019 Balai Diklat Keuangan Balikpapan telah menyelenggarakan sebanyak 27 pelatihan dengan realisasi peserta sebanyak 956 peserta. Salah satu pelatihan yang diselenggarakan adalah Pelatihan Dasar (Latsar) CPNS Golongan II Periode II dengan rencana peserta 60 orang dan realisasi peserta sebanyak 59 orang atau sebesar 98,33%. Terdapat perbedaan hasil perhitungan ABC System dengan Standar Biaya yang digunakan oleh Balai Diklat Keuangan Balikpapan. Perbedaan perhitungan terjadi karena dalam perhitungan sesuai Standar Biaya hanya menghitung biaya yang terkait secara langsung dengan diklat saja yaitu untuk komponen *Direct Material* dan *Direct Labor*, sedangkan perhitungan berdasarkan *Activity Based Costing System* menghitung seluruh

biaya yang terkait dengan diklat yang berupa *direct material*, *direct labor*, dan *factory overhead*. Dengan demikian selisih diantara keduanya adalah senilai *factory overhead*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan naskah..

DAFTAR PUSTAKA

- A'isyah, F. S. (2013). Penerapan Activity Based Costing System (ABC System) Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) (Studi Kasus pada Perusahaan Rokok Djagung Prima Malang 2011). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 2 No. 1 Mei 2013*.
- Amrullah, M., dan Kisworo, J. (2014). Analisis Perilaku Biaya dan Perhitungan Biaya Per Output Pendidikan dan Pelatihan dengan Pendekatan Activity Based Costing System pada Pusklat Anggaran Dan Perbendaharaan Tahun Anggaran 2013. *Kajian Akademis BPPK*.
- Andriansyah, R., Handayani, S. R., dan Azizah, D. F. (t.thn.). Penerapan Metode Activity Based Costing Dalam Penetapan Tarif Rawat Inap Pada Rumah Sakit (Studi Pada Rumah Sakit Islam Gondanglegi Malang).
- Anggraini, N. (2013). Penerapan Metode Activity Based Costing System dalam Menentukan Besarnya Tarif Jasa Rawat Inap (Studi Kasus pada RSB Nirmala, Kediri). *Cendikia Akuntansi Vol. 1 No.1 - Januari 2013*.
- Atkinson, A. A., & dkk. (2009). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT Indeks.
- Carter, W. K. (2009). *Cost Accounting: Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2006). *Akuntansi Manajerial, Buku I edisi kesebelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hansen, D. R. (2009). *Akuntansi Manajemen, Edisi 8*. Jakarta: Salemba 4.
- Husni, A. S. (2017). Analisis Perhitungan Biaya Satuan (Unit Cost) SPP Bulanan Program Reguler dan Premium di Sekolah Bola Basket (SBB) DBL Academy Surabaya Pada Tahun 2017. *Jurnal Akuntansi AKRUAL 8 (1) (2016) :28-43 e-ISSN: 2502-6380*.
- Indriani, E. (2018). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Khairunnisa, A. (2015). Analisis Perbandingan Metode Tradisional dan Metode Activity Based Costing Dalam Perhitungan Unit Cost Pada PD Kebersihan Kota Bandung.
- Kurniawan, W. O. (2019). Penerapan Metode ABC (Activity Based Costing) Dalam Menentukan Harga Jual Kamar Hotel "X" (Studi pada Salah Satu Hotel Berbintang di Surabaya). *JEDI Vol. 2 No. 2 pp 31-42, 2019*.
- Mulyadi. (2007). *Activity Based Costing System. Edisi Keenam*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Priyatno, T., & Akbar, R. (2019). Analysis of the Prospect of Implementing Activity-Based Costing (ABC) in Governmental Organisations: A Study at the State Treasury Office Jakarta IV. *Journal of Accounting and Investment, vol. 20 no. 1, January 2019*, <http://journal.umy.ac.id/index.php/ai>.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 177/PMK.01/2012 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Balai Pendidikan dan Pelatihan Keuangan
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2010 Tentang Penyusunan Rencana Kerja Dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga.

- Priyatmo, T., & Akbar, R. (2019). Analysis of the Prospect of Implementing Activity-Based Costing (ABC) in Governmental Organisations: A Study at the State Treasury Office Jakarta IV. *Journal of Accounting and Investment*, vol. 20 no. 1, January 2019, 2.
- Putra, Y. P., & Yuliari, K. (2017). Analisis Unit Cost Mahasiswa Berdasarkan Activity Based Costing (ABC) Pada Fakultas Ekonomi Universitas "X" di Kota Kediri. *Jurnal Nusamba Vol. 2 No. 1 2017*.
- Putri, D. A. (2011). Analisis Penggunaan Metode Activity Based Costing Sebagai Alternatif Dalam Menentukan Tarif SPP SMP-SMA pada YPI Nasima Semarang Tahun 2010. *Skripsi*.
- Putri, D. R., Saifi, M., & Hidayat, R. R. (2016). Penerapan Sistem ABC (Activity Based Costing System) Sebagai Dasar Pembebanan Biaya Overhead Pabrik (Studi Kasus pada PT. Wonojati Wijoyo Kediri Jawa Timur)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 35 No. 1 Juni 2016*.
- Saputri, E. I. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Menyebabkan Penumpukan Pencairan Dana APBN di Akhir Tahun Anggaran pada Satuan Kerja Lingkup Pembayaran Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Blitar. *Skripsi*, 14.
- Sukmono, R. (2015). Analisis Dampak Implementasi Indikator Kinerja Utama Terhadap Serapan Anggaran BPPK. *InfoArtha ISSN 0852-6737 Volume 1 Tahun XIV / 2016*.
- Sumarsan, T. (2016). Penetapan Biaya Berdasarkan Aktivitas (Activity Based Costing). Dalam *Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi dan Pengukuran Kinerja Edisi 2* (hal. 164-165). Jakarta: PT Indeks.
- Supriyono. (2011). *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.
- TN, M. R. (2015). Penerapan Activity Based Costing System Dalam Perhitungan Biaya Pendidikan Dan Pelatihan Pada Balai Diklat Keuangan Medan TA 2014.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara
- Undang-Undang No 15 Tahun 2004 tentang Pemeriksaan, Pengelolaan dan Tanggung Jawab Keuangan Negara
- Yulianti. (2012). Penerapan Activity Based Costing System Sebagai Dasar Penetapan Tarif Jasa Rawat Inap (Studi Kasus Pada RSUD H. A. Sulthan Daeng Radja Bulukumba. *Skripsi*.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

***Communal Marketplace* Berbasis Koperasi sebagai Salah Satu Terobosan Inovasi bagi Pelaku Umkm Indonesia di Masa Pandemi Covid-19**

Audito Aji Anugrah¹, Seno Aji Wahyono²

^{1,2} Magister Manajemen Inovasi, Universitas Ma Chung, Villa Puncak Tidar Blok N No.1, Kab. Malang, Jawa Timur, Indonesia, 65151

Correspondence: Audito Aji Anugrah (132020001@student.machung.ac.id)

Received: 27 07 21 – Revised: 28 07 21 - Accepted: 28 07 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Pandemi COVID-19 merupakan salah satu wabah yang khususnya memberikan dampak perekonomian bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Adanya pembatasan aktivitas kegiatan ekonomi menyebabkan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah kehilangan akses dalam memasarkan produknya. Solusi atas permasalahan tersebut dapat dijawab dengan melakukan promosi secara digital. Kegiatan Promosi Digital salah satunya adalah *marketplace*. Belajar dari *marketplace* arus utama dimana menggunakan sistem *sharing economy* dan teknologi *peer to peer* dalam proses bisnisnya. Melalui Artikel ini, akan mencoba mengeksplorasi bahwa dimasa pandemic COVID-19 para pelaku UMKM dapat membentuk sebuah *marketplace* kepemilikan bersama (*communal marketplace*) dengan mengadopsi teknologi dari *marketplace* arus utama. Namun tentunya dalam membentuk tersebut perlu peran kolaborasi antara pemerintah dan perguruan tinggi dalam menciptakan *communal marketplace* tersebut. Tentunya dalam menciptakan model bisnis tersebut terdapat tantangan yang dihadapi dan harapannya dapat diaplikasikan dan dikembangkan melalui sebuah pilot project.

Kata kunci: *Communal Marketplace, Small Medium Enterprise, Co-operations Model Bussiness, Innovation in COVID-19, Indonesia*

Citation Format: Anugrah, A.A., Wahyono, S.A., (2020). Communal Marketplace Berbasis Koperasi sebagai Salah Satu Terobosan Inovasi bagi Pelaku Umkm Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 43-54.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan skala entitas usaha yang kini mendominasi dan menjadi tulang punggung di Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil, dan Menengah bahwa UMKM adalah usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga atau badan usaha kecil. Perekonomian Indonesia masih didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM Indonesia menyumbang hampir 97% dari pekerjaan domestic dan untuk 56% dari total investasi bisnis. (OECD, 2018). Selama ini, UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (LPPI Bank Indonesia, 2015). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2019), menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat Usaha Mikro sebesar 64.601.352, Usaha Kecil sebesar 798.679, dan Usaha Menengah sebesar 65.465.

Kini UMKM pun dihadapkan dengan sebuah fenomena Wabah Pandemi COVID-19 yang berdampak terhadap perekonomian. Fenomena tersebut menyebabkan Usaha Mikro dan Kecil dihadapkan dengan situasi lebih kompleks). Menurut Novianti (2020) Sektor yang paling terpuruk karena adanya Wabah Pandemi COVID-19 adalah UMKM, menyatakan bahwa terdapat sekitar 96% UMKM yang mengalami dampak negatif pada bisnisnya dan 75% diantaranya mengalami penurunan terhadap penjualan produknya. Sampai dengan saat ini UMKM masih belum bias mengatasi persoalan ini, Menurut Asmini et al (2020) UMKM sampai saat ini belum mampu mengatasi dampak pandemi COVID-19 karena penurunan permintaan dan menurunnya nilai transaksi masih dirasakan. UMKM kali ini dinyatakan tidak bisa menjadi penolong perputaran ekonomi Indonesia seperti di krisis tahun 1998 karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat maupun operasional usaha.

Menteri Koperasi dan UKM Teten Masduki, menjelaskan bahwa UMKM memiliki peranan dan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Dimana terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM berkontribusi 97 persen terhadap total tenaga kerja dan 60 persen PDB nasional. Oleh sebab itu, jika UMKM mengalami dampak dari COVID-19 ini, hal ini tentu akan berdampak besar juga terhadap perekonomian nasional (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2020). Sehingga, dalam penyelesaian ini perlu adanya peran pemerintah khususnya Kementerian Koperasi dan UKM dalam menjembatani persoalan tersebut. Menurut Hardilawati (2020) mengemukakan bahwa urgensi dan strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM agar bertahan adalah dengan melakukan perdagangan secara online atau secara *e-commerce*, mulai melakukan promosi secara digital, serta menjalin dan

mengoptimalkan hubungan pemasaran pelanggan. UMKM harus bereaksi dan beradaptasi dengan perubahan pasar karena mereka sebagian besar tidak bisa mendorong pasar.

Dalam menghadapi situasi tersebut, Pemerintah dan UMKM sebagai pelaku bisnis memerlukan sebuah inovasi agar dapat tetap bertahan. Namun, dalam melakukan sebuah inovasi perlu adanya dorongan kolaborasi *stakeholder* (pemangku kepentingan) dalam menghadapi situasi yang kini dialami. Urgenitas UMKM untuk bertahan disaat pandemi COVID-19 yaitu memperkuat akses pemasaran dan peningkatan daya beli ini hanya dapat dijawab dengan melakukan sebuah langkah transformasi digital pada UMKM. Melalui artikel ini, maka penulis mencoba melakukan eksplorasi gagasan inovasi apa yang dapat diberikan kepada UMKM untuk menghadapi situasi Pandemi COVID-19 dengan judul artikel ini penulis mencoba mengeksplorasi dengan judul jurnal ***Communal Marketplace Berbasis Koperasi Sebagai Salah Satu Terobosan Inovasi Bagi Pelaku Umkm Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19***

METODE PELAKSANAAN

1. Belajar dari Layanan *Marketplace* dan *Sharing economy* arus utama yang berkembang saat ini

Langkah inovasi tersebut dapat dilakukan dengan adanya kolaborasi oleh para pemangku kepentingan untuk menghadapi situasi wabah Pandemi COVID-19 saat ini. Kementrian Koperasi dan UMKM sebagai salah satu otoritas yang menangani para pelaku UMKM tersebut perlu menciptakan sebuah langkah inovasi khususnya untuk membantu para pelaku UMKM dengan membuat sebuah layanan *marketplace* dengan prinsip koperasi. Melihat urgencies kebutuhan UMKM disaat Wabah tersebut adalah sebuah layanan akses pemasaran maka sebenarnya bersama-sama dapat belajar dari *Marketplace* yang saat ini berkembang yaitu Lazada, Shopee, Tokopedia, Gofood (Gojek), Grabfood (Grab) dapat menjadi salah satu *landmark* dalam melakukan inovasi khususnya dalam layanan *marketplace* arus utama. *Marketplace* arus utama saat ini menggunakan teknologi platform digital berbasis *peer to peer* dan konsep dasar dari *sharing economy* sebagai mekanisme kerja dan *core* (inti) bisnisnya.

Marketplace merupakan sebuah pasar online yang mempertemukan penjual dan pembeli dengan tidak harus bertatap muka atau bertemu secara langsung. Menurut Opiida (2014) *Marketplace* adalah media online berbasis internet tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. Pembeli dapat mencari supplier

sebanyak mungkin dengan kriteria yang diinginkan, sehingga memperoleh sesuai harga pasar. Dalam aplikasinya yaitu menggunakan platform digital yang dapat mengakomodir adanya layanan pasar berbasis online tersebut menggunakan model *peer to peer*.

Gambar 1. Konsep Sharing Economy (Corporate Finance Institute, 2021)



Sharing economy adalah sebuah model ekonomi yang di mana individu atau sekelompok orang mampu menghasilkan uang dari sumber daya yang dimiliki untuk memuaskan customer dengan memberikan jasa untuk individu atau sekelompok lainnya, melalui sebuah platform online (Turino, 2016). Konsep *Sharing economy* memiliki manfaat agar dapat memungkinkan orang dapat menggunakan sumber daya mereka (aset yang mereka miliki) secara lebih efisien. Semakin efisien dengan mereka memperoleh intensif yang lebih dalam keuangan dengan melakukan *sharing economy* ini. Selain itu juga dengan adanya *sharing economy* menjadikan sosial manusia menjadi lebih tinggi.

2. Mengadopsi teknologi *sharing economy* untuk membangun ekosistem Koperasi Digital bagi para Pelaku UMKM di masa Wabah Pandemi COVID-19

Osterwalder & Pigneur (2010) mendefinisikan model bisnis adalah sebuah pemikiran yang menggambarkan tentang bagaimana sebuah organisasi melakukan tindakan-tindakan dalam menciptakan dan menawarkan nilai-nilai kepada pelanggan. Perspektif Model *Sharing economy* memiliki semangat nilai yang bersinggungan dengan Koperasi.

Menurut Undang Undang Koperasi No 25 Tahun 1992 Tujuan koperasi sesuai yang tercantum pada pasal 3 yaitu: “Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945”. Model *Sharing economy* mencerminkan sistem dimana adanya kekuatan solidaritas dan partisipasi dalam menjalankan bisnisnya dengan mensharingkan alokasi sumber daya (*resource*) dan keuntungan melalui basis teknologi.

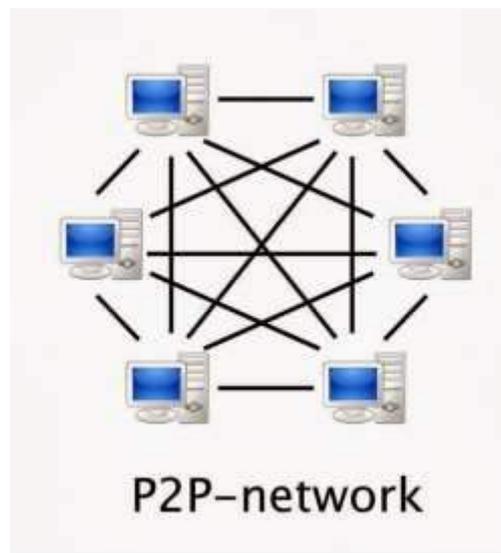
Tabel 1. Perbedaan *Sharing Economy* dan Koperasi (Data Diolah,2021)

	<i>Sharing economy</i>	<i>Koperasi</i>
Kepemilikan	Pemilik adalah Pembuat Akses	Pemilik adalah Anggota
Institusional	Layanan	(<i>Membership</i>)
Badan Hukum	Perusahaan Terbuka/ Perusahaan Tebatas	Koperasi
Pengguna Jasa	Umum	Anggota (Prioritas) dan Umum
Laba Bersih yang dibagikan	Dividen Kepemilikan Saham	Surplus Hasil Usaha dibagikan berdasarkan kontribusi Anggota

Namun secara umum perspektif model *sharing economy*, tentunya sangat berbeda dengan prinsip koperasi. Sehingga dalam mengadopsi model *sharing economy* arus utama untuk membangun sebuah Koperasi Digital tersebut perlu adanya penyesuaian khususnya diselaraskan dengan Prinsip Koperasi. Koperasi merupakan organisasi ekonomi otonom, yang terbentuk karena adanya kelompok individu, bersatu untuk mendirikan koperasi. Dengan memperhatikan hal tersebut dapat dibedakan koperasi dengan bentuk usaha lain dari sisi keanggotaan adalah prinsip identitas ganda (*dual identity*), dimana anggota sebagai pemilik juga sebagai pelanggan dari koperasi. Status ini merupakan identitas anggota koperasi, dimana anggota sebagai pemilik identik dengan anggota sebagai pelanggan koperasi yang dituntut untuk memanfaatkan koperasi, hal ini akan berimplikasi luas terhadap perkembangan usaha koperasi melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada unit usahanya (Warsiati et al, 2020).

Pada tabel diatas secara proses bisnis antara *sharing economy* dengan koperasi memiliki perbedaan secara signifikan, Perbedaan tersebut tampak dari empat cakupan aspek

yaitu Kepemilikan Institusional, Badan Hukum, Pengguna Jasa, dan Laba Bersih yang dibagikan. Tentunya model bisnis keduanya pun tidak sama dan berbeda. Adanya perbedaan model bisnis tersebut terdapat sebuah sistem yang dapat diadopsi oleh Koperasi dari *Model Sharing economy* yaitu penggunaan Teknologi *Peer to peer*. Adopsi Teknologi tersebut dapat menjadi sebuah gagasan dalam membangun sebuah *marketplace* diselaraskan sesuai dengan prinsip dan model bisnis dari koperasi.



Gambar 2. P2P Network (Irul, 2021)

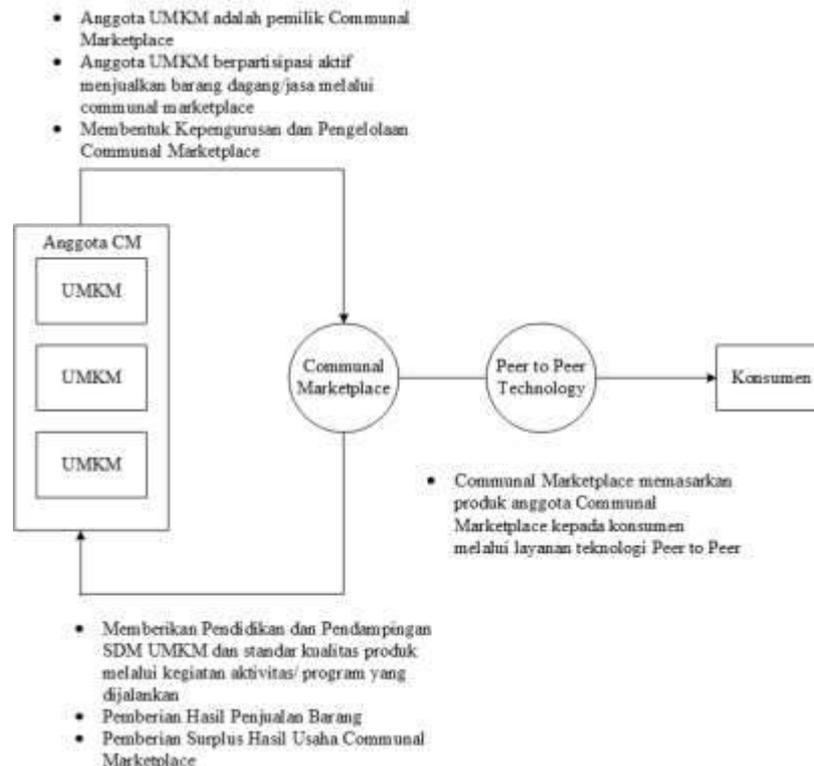
Model teknologi *peer to peer* adalah salah satu sarana proses digitalisasi model bisnis yang dijalankan dan sangat aplikatif diterapkan ke model bisnis manapun. Jaringan *Peer to Peer* (P2P) adalah Suatu model komunikasi dua arah antar pengguna PC melalui jaringan komputer atau Internet tanpa melalui sebuah server (idcloudhost,2021) .Tentunya teknologi tersebut dapat menjadi salah satu adopsi untuk membangun koperasi bagi para UMKM dengan membentuk layanan *marketplace* dengan kepemilikan bersama (*Communal Marketplace*) sebagai salah satu terobosan inovasi dimasa Wabah Pandemi COVID-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3. Gagasan Konseptual *Communal Marketplace* sebagai Terobosan Alternatif Inovasi Koperasi Berbasis Digital Bagi Pelaku UMKM Indonesia di masa Wabah Pandemi COVID-19

Berkaca dengan *Marketplace* arus utama saat ini yang hanya menyediakan layanan teknologinya dan tentunya pemiliknya adalah yang memiliki layanan *marketplace*

tersebut. Pada kesempatan ini sebenarnya koperasi dapat mengadopsi kekuatan teknologi tersebut dengan membuat ekosistem bisnis *Marketplace* Kepemilikan Bersama (*Communal Marketplace*). *Communal Marketplace* merupakan sebuah gagasan ide yang dapat dibangun untuk mengorganisir para pelaku UMKM untuk membentuk sebuah kepemilikan bersama layanan *marketplace*. Tentunya kepemilikan bersama layanan *marketplace* ini berdasarkan prinsip koperasi dengan sistem keanggotaan.



Gambar 2. Model Bisnis *Marketplace* Kepemilikan Bersama (*Communal Marketplace*) (Data Diolah,2021)

Pada gambar diatas menunjukkan sebuah gagasan dalam mengadopsi sistem pada *marketplace* arus utama yang berkembang saat ini diselaraskan dengan Prinsip Koperasi. Adanya peluang model bisnis tersebut bisa diterapkan dengan melihat peran mengorganisir para pelaku UMKM untuk membentuk sebuah *Communal Marketplace* dengan prinsip Koperasi sebagai salah satu penciptaan Koperasi digital bagi pelaku UMKM di Indonesia berbasis digital dan teknologi *Peer to peer*. Sehingga perlunya peran organisir para pelaku UMKM untuk dapat membentuk *Communal Marketplace*.

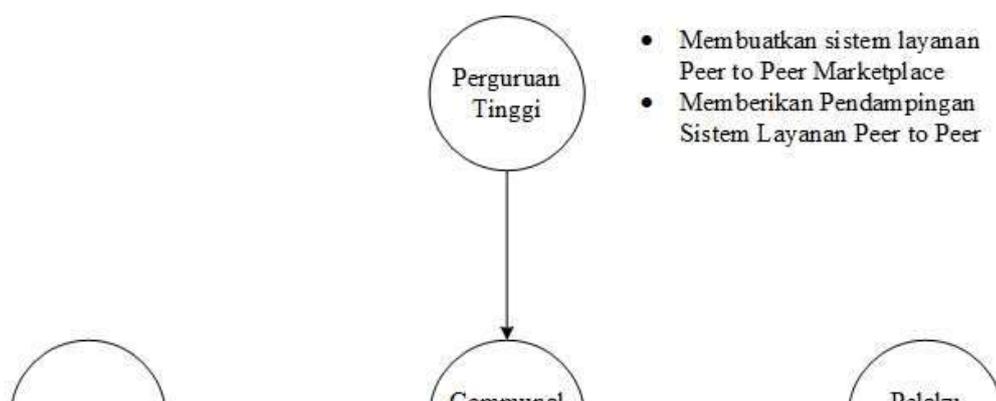
Perbedaan secara signifikan dibandingkan dengan platform *sharing economy* pada umumnya seperti Lazada, Shoppe, dan Tokopedia yaitu antara lain proses sistem kepemilikan yang mana didalam *sharing economy* adalah penyedia jasa layanan tersebut

dimiliki oleh penyedia tersebut, yang tergabung didalamnya hanya sebatas produsen dan konsumen. Namun pada model *Communal Marketplace* ini adalah sistem kepemilikannya yaitu berbasis anggota yaitu anggota UMKM. Didalam proses bisnis *communal marketplace* terdapat pemberian surplus hasil usaha dari laba bersih yang didapatkan oleh *marketplace* tersebut sesuai dengan kontribusi anggota. Hal tersebut tidak dimiliki oleh *marketplace* arus utama yang hanya ada kegiatan aktivitas yaitu pemberian hasil penjualan barang.

Selain itu, adanya peran pendampingan SDM dan Kualitas produk ini agar mewujudkan UMKM memiliki kualitas produk yang dapat bersaing, peran pemberian pendampingan SDM dan Kualitas Produk ini dapat diakomodir melalui satu pintu. Selain itu esesnsi adanya *Marketplace* ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap beberapa hambatan dan keterbatasan pada pelaku UMKM melalui *sharing resource* yang digunakan pada *sharing economy*. Sehingga hambatan dan keterbatasan yang dimiliki UMKM tersebut terakomodir melalui layanan *marketplace* berbasis kepemilikan bersama tersebut.

4. Tantangan Membangun Inovasi Koperasi Berbasis Digital untuk Para Pelaku UMKM

Dalam Kondisi Wabah Pandemi COVID-19, UMKM pun harus dapat bertahan menghadapi perubahan yang akan datang. Untuk menghadapi beberapa tantangan yang ditimbulkan oleh lingkungan yang begitu dinamis melalui sebuah konsep baru studi bisnis model yang mana studi ini berorientasi praktis yang sedang populer dan meningkat (Zott et al, 2011). Pembentukan *Communal Marketplace* sebagai wujud Koperasi Digital perlu adanya keterlibatan pemerintah terkait peran mengorganisir para pelaku UMKM. Selain itu kolaborasi dengan Perguruan Tinggi dalam membuatkan sistem layanan *peer to peer* ini menjadi salah satu terobosan dimana peran dari Perguruan Tinggi ini dapat memperkuat terciptanya *communal marketplace*. Peran kolaborasi dan sinergitas pemerintah dan perguruan tinggi menjadi peran kunci dalam mewujudkan dan menyusun ekosistem untuk membentuk model bisnis *Communal Marketplace*.



Gambar 3. Proses keterlibatan peran *Stakeholder Communal Marketplace* (Data Diolah,2021)

Membangun sebuah inovasi Koperasi Berbasis Digital untuk Para Pelaku UMKM tersebut diperlukan sebuah intervensi secara khusus sekaligus menjadi sebuah tantangan bagi pemerintah untuk memberikan sentuhan inovasi terhadap UMKM dalam menghadapi situasi Wabah Pandemi COVID-19 tersebut dengan salah satunya membuat sebuah model bisnis dengan membangun *Communal Ownership Marketplace* dengan mengadopsi sistem teknologi yang digunakan oleh *Marketplace* Arus utama menggunakan *Peer to peer Lending* dan *Sharing economy*. Adapun tantangan tersebut antara lain

1. Adanya kesenjangan digitalisasi di Indonesia.

Adanya kesenjangan digitalisasi ini menjadi perhatian bagi pemerintah untuk memberikan pendidikan dan pendampingan bagi para pelaku UMKM. Berdasarkan hasil survey APJII tahun 2016, jumlah penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta orang dengan 52,5% adalah laki-laki dan 47,5% adalah perempuan. Selain itu, Indonesia masih mengalami pemusatan pengguna internet di beberapa daerah, yaitu sebanyak 65% atau 86,3 juta berasal dari pulau Jawa dan 15,7% atau 20,7 juta berasal dari pulau Sumatera.

2. Optimalisasi digital masih belum merata

Berdasarkan hasil survey APJII tahun 2016 penetrasi pengguna internet berdasarkan usia juga cukup mengejutkan dengan 75,8% diantaranya adalah mereka yang berusia 25-34 tahun, disusul oleh usia 10-24 tahun sebanyak 75,5%, lalu untuk usia 35-44 tahun sebanyak 54,7%, usia 45-54 tahun sebanyak 17,2%, dan 2% untuk usia 55 ke atas. Sehingga jika dilihat dan ditinjau masih banyak dominasi penggunaan (*smartphone*)

digital dikalangan 24-54 Tahun. Namun, pada para pelaku UMKM rentan umur kebanyakan masih diatas 40 tahun keatas yang masih mencoba proses adaptif dengan teknologi

3. Literasi digital bagi para pelaku UMKM belum merata

Keberhasilan dan kesuksesan adanya penerapan *marketplace* tersebut salah satunya yaitu tingkat literasi digital dari pelaku UMKM tersebut. Optimalisasi digital khususnya penggunaan *smartphone* dalam melakukan aktivitas bisnis tentunya menjadi dasar kunci dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Perlunya pendampingan dalam hal penggunaan teknologi kepada para pelaku UMKM agar dapat menambah kompetensi dalam penggunaan digital dan keperuntukannya

4. Ragamnya Kompetensi Sumber Daya Manusia Pelaku UMKM

Ragamnya latar belakang pendidikan dan profesi dari para pelaku UMKM ini menjadi sebuah tantangan dalam melakukan peran pengorganisasian dan juga pemberian pendampingan kepada para pelaku UMKM. Dalam menjembatani hal tersebut diperlukan sebuah strategi khusus agar dapat memberikan pengorganisasian dan pendampingan bagi para pelaku UMKM.

KESIMPULAN

Di tengah Pandemi COVID-19 ini diperlukan sebuah langkah inovasi yang dapat dilakukan khususnya pada para pelaku UMKM. Keterbatasan akses akibat dari pembatasan aktivitas ekonomi ini menjadi salah satu penyebab utama UMKM mengalami penurunan pendapatan secara langsung. Belajar dari pengalaman *marketplace* arus utama saat ini, menggunakan peran teknologi *peer to peer* dan *sharing economy* sebagai salah satu inti bisnisnya dapat berkembang cukup pesat. Pemerintah terkait dalam hal ini Kementrian Koperasi berkolaborasi bersama dengan Perguruan Tinggi dapat menginisiasi adanya *Marketplace* berbasis kepemilikan bersama (*communal marketplace*) sebagai salah satu terobosan inovasi untuk membentuk koperasi digital Melalui eksplorasi gagasan ini dapat menjadi sebuah saran dalam mengembangkan proses inovasi untuk membangun koperasi digital bagi para pelaku UMKM. Adanya Wabah Pandemi COVID-19 ini menjadi salah satu tantangan untuk berinovasi dengan mengajak para pelaku UMKM untuk tetap bertahan. Adapun model bisnis ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dieksplorasi lebih detail kedepannya dan dapat diaplikatifkan melalui sebuah *pilot project*

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya tujukan kepada teman-teman di salah satu gerakan koperasi kredit (*Credit Union*) di Kota Malang yangmana saya dapat diberi kesempatan untuk berkolaborasi, bertumbuh dan belajar bersama dalam membangun konseptual dalam pemecahan permasalahan bersama akibat dari Pandemi COVID-19 untuk para pelaku UMKM. Selain itu, saya ucapakan terima kasih kepada Para Dosen Magister Manajemen Inovasi yang telah memberikan wawasan pengetahuan mengenai teori inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII, A.P.PJ.I.I. (2016). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016 (apjii.or.id)
- Asmini, Utama, I. Ny., Haryadi, W., & Rachman, R. (2020). Manajemen Business Cycle Sebagai Peluang Usaha Pasca COVID-19 Suatu strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121–129.
- Coorporate Finance Institute. (2021). “*What is Sharing Economy*”. <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/sharing-economy/>. (diakses pada tanggal 25 Juli 2021)
- Hardilawati, Wan Laura., (2020). “Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi COVID-19”. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hudson Smith, M., & Smith, D. (2007). Implementing production/operations management practices and performance. *International Journal of Production Economics*, 106(2), 393–408. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.07.011>.
- Idcloudhost. (2021). <https://idcloudhost.com/kamus-hosting/peer-to-peer/> . (diakses pada tanggal 25 Juli 2021)
- Irul. M. (2021). “Pengertian dan Tipe Jaringan Komputer”. <http://www.isrul.com/2016/07/pengertian-dan-tipe-jaringan-komputer.html>. (diakses pada tanggal 25 Juli 2021).
- Kementerian Koperasi dan UKM.(2019).Data UMKM
- Kemenkop.(2020).<https://kemenkopukm.go.id/read/sector-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi-di-tengah-pandemi>. (diakses pada tanggal 25 Juli 2021)
- LPPI, Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta.
- Nofianti, L. (2020). Solusi UMKM di New Normal. <https://uinsuska.ac.id/2020/06/16/solusi-umkmdi-new-normal/> (diakses pada tanggal 25 Juli 2021)
- OECD. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*. <https://doi.org/10.1504/ijc.2017.1000564>
- Opiida. (2014) *Pengertian E-marketplace*. Retrieved from <https://tokohalista.wordpress.com> (25 Juli 2021).
- Osterwalder, A dan Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challangers*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Tirto.id. (2020). Moody’s Prediksi Ekonomi Indonesia Melambat di 4,8% Akibat Corona”, 9 Maret 2020, <https://tirto.id/moodyprediksi-ekonomi-indonesiamelambat-di-48-akibat-coronaeDPW>, diakses 9 Maret 2020.
- Turino, H. (2016). *Meretas Konsep Ekonomi Berbagi*. Tangerang Selatan: PT. Kusuma

Putra Kreatif.

Undang Undang Koperasi No 25 Tahun 1992.(1992). Tentang Perkoperasian

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.(2008). Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Yusup, J. (2017). Analisis Perumusan Dan Penerapan Sistem Akuntansi Pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Ukm Bakso Pejagan). Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia, 2(11), 76–90.

Warsiti, Wiwi., Sudartono, Tiris & Dewi, Riana. (2020). Peranan Koperasi Sebagai Bentuk Implementasi Ekonomi Pancasila di Era Digital. Jurnal : Empowerment in the Community Vol. 1, No. 1, Februari 2020

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: Recent developments and future research. Journal of Management,37(4), 1019–1042.

<https://doi.org/10.1177/0149206311406265>



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pengaruh Pemanfaatan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan Modifikasi Profitabilitas Berbasis Laba Komprehensif sebagai Variabel *Intervening* (Dampak Perubahan Format Laporan Laba Rugi, Penerapan Nilai Wajar dan *All Inclusive Income*)

Marhaendra Kusuma

Prodi Akuntansi, Universitas Islam Kadiri (UNISKA), Jl. Sersan Suharmaji No 38 Kota Kediri

Correspondence: Marhaendra Kusuma (marhaenis@uniska-kediri.ac.id)

Prodi Akuntansi, Universitas Islam Kadiri (UNISKA), Jl. Sersan Suharmaji No 38 Kota Kediri

Received: DD MM YY – Revised: DD MM YY - Accepted: DD MM YY - Published: DD MM YY

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan ukuran kinerja keuangan berbasis laba komprehensif karena perubahan format penyajian laporan laba rugi sebagai dampak penerapan akuntansi nilai wajar dan konsep all inclusive income, dan peran mediasinya pada pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan. *Methodology* – Mediasi kinerja keuangan komprehensif dalam pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, data 504 perusahaan di Bursa Efek Indonesia 2016 – 2020. *Findings* – Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif memediasi pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, jika laba komprehensif hanya berisi laba bersih dan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi. Ketika melibatkan item kelompok tidak direklasifikasi, kinerja keuangan laba komprehensif tidak mampu memediasi. ROA ROE versi laba bersih tepat digunakan dalam mengevaluasi kinerja pemanfaatan aset untuk aktivitas operasional. Namun, jika mengevaluasi kinerja pemanfaatan aset secara menyeluruh dari pendapatan nyata terealisasi dan belum, penggunaan ROA ROE versi laba komprehensif lebih tepat, namun disarankan tidak melibatkan semua item penghasilan komprehensif lain, tetapi hanya kelompok yang akan direklasifikasi karena berpotensi direalisasi dan mempengaruhi laba bersih dan arus kas. *Novelty* – (1) mengembangkan profitabilitas (ROA, ROE) berbasis laba komprehensif, dan (2) mediasi profitabilitas komprehensif pada pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Kinerja keuangan, laba komprehensif, pemanfaatan aset, nilai perusahaan.

Citation Format: Kusuma, M., (2020). Pengaruh Pemanfaatan Aset terhadap Nilai Perusahaan dengan Modifikasi Profitabilitas Berbasis Laba Komprehensif sebagai Variabel Intervening (Dampak Perubahan Format Laporan Laba Rugi, Penerapan Nilai Wajar dan All Inclusive Income). *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 55-77.

PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menyejahterakan pemilik. Manajemen menjalankan aktivitas operasional melalui pemanfaatan aset secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Bentuk pemanfaatan aset tersebut antara lain berupa penggunaan mesin pabrik dan persediaan bahan baku untuk diproduksi, penggunaan kendaraan untuk menyalurkan persediaan produk jadi ke pelanggan, penggunaan kas untuk berinvestasi dalam surat berharga, dan lain sebagainya. Seluruh bentuk pemanfaatan aset tersebut tujuannya adalah untuk memperoleh penerimaan kas dari penjualan produk, penjualan jasa, pelunasan piutang dari penjualan kredit, dan return dari investasi surat berharga (selisih kenaikan harga, bunga dan dividen). Penerimaan kas tersebut sebagai imbal hasil atas pengorbanan pengeluaran kas untuk investasi pengadaan aset dan belanja operasional.

Pemilik dapat mengevaluasi kinerja manajemen dalam pemanfaatan aset melalui laporan keuangan yang disajikan secara periodik oleh manajemen. Analisis laporan keuangan dapat dilakukan dengan membaca dan membandingkan berbagai pos-pos yang terkandung dalam laporan keuangan, seperti posisi aset (kas, piutang, persediaan, aset tetap), liabilitas, ekuitas, penjualan, biaya operasi, arus kas dan sebagainya. Pemanfaatan aset dinilai efektif dan efisien jika rasio output (penerimaan kas dari penjualan barang, jasa, return investasi) dengan penggunaan input (pemanfaatan aset dan belanja operasional) menghasilkan nilai yang besar, positif dan dalam frekuensi yang tinggi dalam satu periode. Alat untuk mengukur efektivitas dan efisiensi pemanfaatan aset antara lain berupa rasio perputaran persediaan (ITO), perputaran piutang (RTO), perputaran aset tetap (FATO) dan perputaran total aset (TATO), sedangkan alat untuk mengukur capaian kinerja keuangan manajemen melalui pemanfaatan aset antara lain berupa rasio tingkat pengembalian atas aset (ROA) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (ROE).

Evaluasi kinerja keuangan dan pemanfaatan aset bertujuan untuk menilai capaian kinerja manajemen, menilai tingkat kesehatan perusahaan, menilai prospek arus kas dan laba masa depan, sebagai bahan pertimbangan pengguna dalam mengambil berbagai keputusan terkait investasi, kredit, dan keputusan penting lainnya. Laporan keuangan menjadi kunci informasi utama dalam melakukan hal tersebut. Dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan, harus berpedoman pada suatu Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku dalam suatu negara dimana perusahaan berdiri, beroperasi dan berkepentingan. SAK

menjaga kualitas penyajian laporan keuangan guna meningkatkan nilai relevansi laporan keuangan bagi kepentingan pengguna.

Standar Akuntansi Keuangan diberbagai negara telah mengalami dinamika perkembangan dalam perjalannya. Banyak negara sebelumnya SAK-nya mengacu ke US-GAAP, kemudian karena globalisasi, perdagangan lintas negara, tuntutan transparansi, dan tuntutan akuntansi nilai wajar, banyak negara yang merubah SAK nya menjadi konvergen dengan IFRS. Ciri utama dari penerapan IFRS adalah akuntansi nilai wajar untuk meningkatkan kualitas informasi melalui penyajian yang lebih representatif, dan bentuk penerapan nilai wajar ini menyebabkan munculnya selisih nilai wajar aset dan liabilitas dari nilai historinya. Selisih tersebut disebut penghasilan komprehensif lain (OCI), dan dilaporkan bersama laba bersih dalam laporan laba rugi. Dengan demikian maka, sejak konvergen dengan IFRS, format penyajian laporan laba rugi diberbagai negara telah berubah, laba bersih (NI), ditambah dengan OCI, disebut dengan laba komprehensif (CI).

Penambahan ini menyebabkan konsep return yang selama ini hanya menggunakan NI, sekarang dapat diperluas menjadi return berbasis CI. Perubahan ini dapat digunakan dalam mengukur kinerja keuangan dengan analisis rasio profitabilitas yang selama ini hanya berbasis NI saja, selanjutnya dapat dikembangkan rasio ROA, ROE, dan NPM yang nilai labanya adalah CI. Dengan demikian maka pengukuran kinerja keuangan menjadi lebih menyeluruh, NI sebagai pendapatan nyata terealisasi pada periode pelaporan dan CI sebagai pendapatan belum terealisasi yang timbul dari penyesuaian nilai aset dan liabilitas pada nilai wajar. NI sebagai pendapatan sesuai pandangan pengakuan pendapatan surplus bersih dan CI sebagai pendapatan sesuai pandangan all inclusive income. Dengan menggunakan keduanya sebagai alat ukur kinerja keuangan, maka dapat memberikan hasil yang lebih menyeluruh dan lebih sesuai dengan pendekatan akuntansi nilai wajar.

Italia mulai mengadopsi IFRS pada tahun 2009, dan sejak itu format laporan laba rugi berubah, yaitu ada tambahan penghasilan komprehensif lain bersama laba bersih dalam laba komprehensif. Fenomena ini mengilhami Marchini & D'Este (2015) untuk mengembangkan formula pengukuran kinerja keuangan dengan *Return on Equity* (ROE) berbasis laba komprehensif. Studi yang dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Milan Stock Exchange ini menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan nilai ROE berbasis laba bersih dengan ROE berbasis laba komprehensif, dengan ROE laba komprehensif cenderung lebih rendah. Hal ini disebabkan oleh perubahan nilai wajar yang signifikan selama periode 2007 – 2012 dari aset keuangan tersedia dijual dan selisih aktuarial imbalan

pascakerja. Namun sayangnya, penelitian Marchini & D'Este (2015) ini hanya menggunakan alat ukur ROE dalam mengevaluasi kinerja keuangan. Būmane (2018) mengembangkan penelitian Marchini & D'Este (2015) di Latvia dengan menambahkan modifikasi *Return on Asset* (ROA) berbasis laba komprehensif sebagai ukuran profitabilitas dan memisahkan laba komprehensif dari unsur penghasilan komprehensif lain yang akan direklasifikasi (direalisasi) dan tidak akan direklasifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa item penghasilan komprehensif lain yang paling sering disajikan di Latvia pada kelompok reklasifikasi adalah aset keuangan dan lindung nilai arus kas, sedangkan yang paling sering disajikan pada kelompok tidak direklasifikasi adalah revaluasi aset tetap. Profitabilitas pada mayoritas perusahaan selama periode penelitian menunjukkan nilai ROA dan ROE berbasis laba komprehensif menunjukkan rasio positif. Namun sayangnya, baik penelitian Marchini & D'Este (2015) maupun Būmane (2018), tidak mengaitkan pengembangan ROA dan ROE berbasis laba komprehensif dengan variabel lain yang terkait dengan kinerja, seperti kemampuan memprediksi imbal hasil investasi masa yang akan datang.

Indonesia pertama kali konvergen dengan IFRS, sejak disyahrkannya SAK Per 1 Juni 2012 yang konvergen dengan IFRS Per 1 Januari 2009, maka sejak saat itu tampilan penyajian laporan laba rugi berubah, jika sebelumnya hanya berisi laba bersih, sejak 2012 menjadi laba komprehensif dengan tambahan informasi OCI. Berangkat dari fenomena ini, Kusuma (2021) mengembangkan penelitian Marchini & D'Este (2015) di Indonesia dengan menambahkan modifikasi ROA berbasis laba komprehensif dan ROA berbasis atribusi laba (pemilik induk dan non pengendali), serta menguji kemampuan modifikasi ROA ini dalam memprediksi laba dan arus kas masa yang akan datang. Objek studi pada 490 perusahaan yang terdaftar di BEI untuk semua tipe industri pada periode sebelum pandemi Covid-19 (tahun 2019) dan saat pandemi (tahun 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan sebelum dan saat pandemi Covid 19, baik dengan ROA versi bersih maupun ROA versi laba komprehensif. ROA versi laba komprehensif terbukti dapat digunakan untuk memprediksi imbal hasil investasi masa depan. ROA versi laba komprehensif lebih mampu merepresentasikan kondisi yang sebenarnya dihadapi perusahaan karena melibatkan dampak perubahan nilai wajar aset yang tercermin dalam penghasilan komprehensif lain. Namun sayangnya, penelitian Kusuma (2021) ini hanya menggunakan satu alat ukur saja dalam mengevaluasi kinerja keuangan, yaitu ROA, walaupun sudah dikembangkan dengan versi laba atribusi. Selain itu, tidak dikaitkan ROA

dengan variabel lain yang relevan dengan kinerja keuangan, seperti efektivitas penggunaan aset, harga saham dan nilai perusahaan, untuk meningkatkan nilai relevansi dari modifikasi alat ukur ROA.

Rahayu (2019) meneliti keterkaitan kinerja keuangan, efektivitas penggunaan aset, pertumbuhan aset dan nilai perusahaan, dengan objek studi pada perusahaan manufaktur di BEI. Rahayu (2018) menggunakan indikator pengukuran kinerja keuangan yang lebih banyak dari studi sebelumnya, yaitu ROA, ROE dan Net Profit Margin (NPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan kinerja keuangan mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan dan penggunaan aset terhadap nilai perusahaan. Namun sayangnya, penelitian Rahayu (2018) ini, selain objek perusahaan hanya sektor manufaktur saja, dalam mengukur kinerja keuangan hanya menggunakan laba bersih saja, padahal format laporan laba rugi di Indonesia sekarang sudah berubah, terdapat tambahan reklasifikasi penghasilan komprehensif lain dan laba komprehensif.

Penelitian ini mengembangkan penelitian Rahayu (2019); Kusuma (2021); Būmane (2018) dan Marchini & D'Este (2015), dengan posisi pengembangan sebagai novelty penelitian ini, yaitu : (1) pengembangan alat ukur kinerja keuangan khususnya profitabilitas (ROA dan ROE) berbasis laba komprehensif, (2) dan penghasilan komprehensif lain yang direklasifikasi, (3) melibatkan pemanfaatan aset untuk kategori aset keuangan, (4) menguji peran mediasi profitabilitas berbasis laba komprehensif pada pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, dan (5) memperluas sampel tidak hanya pada perusahaan manufaktur, tetapi seluruh jenis industri pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Pengembangan ROA dan ROE berbasis laba komprehensif dan penghasilan komprehensif lain yang direklasifikasi, disamping sejalan dengan perkembangan SAK terbaru dalam perubahan penyajian laporan laba rugi, juga lebih menyeluruh dalam mengukur kinerja keuangan dengan melibatkan pendapatan terealisasi, belum terealisasi, dan berpotensi akan terealisasi, sehingga lebih terkait dengan prospek arus kas dan laba masa yang akan datang. Penelitian ini memperluas sampel tidak hanya pada perusahaan manufaktur, agar dapat diketahui efektivitas dan efisiensi pemanfaatan aset keuangan serta kaitannya dengan profitabilitas laba komprehensif dan nilai perusahaan. Pemanfaatan aset keuangan merupakan aktivitas operasional bagi perusahaan sektor keuangan.

Hasil penelitian ini memberi kontribusi secara akademik dan praktis, dengan mengukur kinerja keuangan secara menyeluruh, diharapkan dapat membantu investor dalam

menginterpretasi informasi laporan keuangan untuk mengambil keputusan investasi serta bermanfaat bagi manajemen tentang wawasan efektif dan efisiensi dalam pemanfaatan aset keuangan dan non keuangan guna menghasilkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan yang optimal. Bagi dunia akademik, khususnya akuntansi keuangan dan manajemen keuangan, hasil penelitian ini menambah literatur akademik berupa bukti empiris peran mediasi kinerja keuangan konvensional (berbasis NI) dan kinerja keuangan pendapatan komprehensif (berbasis CI) dalam pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan.

LANDASAN TEORI

Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif

Kinerja keuangan adalah capaian kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan pada aspek keuangan, yaitu seberapa besar laba yang diperoleh dari aktivitas operasional melalui pemanfaatan aset yang bersumber dari liabilitas dan ekuitas. Kinerja keuangan yang baik adalah yang mampu menghasilkan penjualan barang atau jasa dan pendapatan secara optimal dengan pemanfaatan aset secara efektif dan efisien. Berhasil atau gagal manajemen dalam mengelola aset tercermin dalam kinerja keuangannya (Rahayu, 2019). Alat untuk mengukur kinerja keuangan antara lain rasio profitabilitas berupa ROA, ROE, NPM. Kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggungjawabnya kepada para pemangku kepentingan, seperti meningkatkan kemampuan dalam membayar dividen kepada pemilik, membayar bunga kepada kreditur, dan promosi dan kenaikan gaji karyawan (Kusuma, 2017), sehingga berdampak pada reaksi pasar yang tercermin pada harga saham dan nilai perusahaan (Mai, 2017; Utomo et al., 2017).

Hasil studi pada berbagai objek perusahaan di Indonesia telah menghasilkan bukti empiris yang sependapat, bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, antara lain pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index (Mai, 2017), pada perusahaan perbankan (Utomo et al., 2017), pada perusahaan keluarga (Oktavina & Manalu, 2018), pada perusahaan kelompok LQ 45 (Handayani & Rahayu, 2019) dan pada perusahaan manufaktur subsektor barang konsumsi (Siregar et al., 2018). Demikian juga studi yang dilakukan di luar negeri, kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, seperti di Amerika Serikat (Frame et al., 2019; Sun, 2019; Shi et al., 2017; Sueyoshi & Goto, 2011), di Jerman dan Inggris (Elbakry et al., 2017), di Korea Selatan (Kim & Yoon, 2019), di Hawaii (Edinger et al., 2019), di Italia (Veltri & Ferraro, 2018) dan di Afrika (Chebaane & Othman, 2014).

Laba komprehensif adalah laba bersih ditambah dengan penghasilan komprehensif lain. Kebijakan penyajian laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lainnya mulai diterapkan wajib bagi perusahaan dengan jumlah kepemilikan publik signifikan sejak SAK Per 1 Juni 2012 yang pertamakali konvergen dengan IFRS Per 1 Januari 2009. Penyajian laba komprehensif sejalan dengan konsep pengakuan pendapatan “all inclusive income”, yaitu suatu pandangan dalam akuntansi yang menganggap semua hal yang menyebabkan perubahan aset bersih selain dari setoran modal pemilik, wajib diakui sebagai pendapatan dan harus disajikan bersama laba bersih sebagai pendapatan komprehensif, termasuk perubahan aset bersih dari kenaikan atau penurunan nilai aset karena perubahan nilai historis ke nilai wajar, walaupun kenaikan atau penurunan itu belum direalisasi, hanya selisih dari penyesuaian nilai saja (Rees & Shane, 2012; Shi et al., 2017; Jones & Smith, 2011; (Kanagaretnam et al., 2009; Kabir & Laswad, 2011). Berpijak pada pandangan tersebut, IASB tahun 2009 merevisi format penyajian laporan laba rugi dalam IFRS Per 1 Januari 2009, yang semula hanya berisi laba bersih saja, selanjutnya ditambah dengan penghasilan komprehensif lain, disusul FASB dengan mengesahkan ASU 2011 (05), dan Indonesia melalui DSAK IAI mengesahkan SAK Per 1 Juni 2012. Sebelumnya, penghasilan komprehensif lain disajikan dalam neraca sisi ekuitas dan tidak ada kewajiban untuk merinci per item, apalagi menginformasikan item mana yang akan segera direalisasi.

Penghasilan komprehensif lain adalah selisih lebih (keuntungan) atau selisih kurang (kerugian) dari nilai tercatat aset (liabilitas) ke nilai wajar pada tanggal penyajian laporan keuangan. Penggunaan nilai wajar aset (liabilitas) untuk meningkatkan nilai relevansi dan nilai representatif dari laporan keuangan. Penghasilan komprehensif lain terdiri dari penyesuaian nilai wajar (1) aset keuangan tersedia untuk dijual, (2) lindung nilai, (3) revaluasi aset, (4) liabilitas pascakerja dan (5) translasi laporan keuangan usaha di negara lain. Studi yang dilakukan Saymeh et al., (2019) di Yordania pada perusahaan perbankan menyimpulkan bahwa penghasilan komprehensif lain berpengaruh terhadap kinerja keuangan, yang diukur dengan ROA dan ROE.

Berpijak pada regulasi perubahan format penyajian laporan laba rugi tersebut, yaitu adanya tambahan penghasilan komprehensif lain, reklasifikasi dan laba komprehensif, dan konsep *all inclusive income* yang menganggap penghasilan komprehensif lain juga bagian dari pendapatan karena menyebabkan perubahan ekuitas, maka penelitian ini mengembangkan formula profitabilitas, khususnya ROA dan ROE berbasis laba

komprehensif. Selama ini ROA dan ROE dalam menentukan nilai “return”nya adalah laba bersih.

Rumus profitabilitas konvensional (Rahayu, 2019):

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \qquad \text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}}$$

Rumus profitabilitas pengembangan (Būmane, 2018; Marchini & D’Este, 2015):

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba komprehensif}}{\text{Total aset}} \qquad \text{ROE} = \frac{\text{Laba komprehensif}}{\text{Total ekuitas}}$$

Penghasilan komprehensif lain adalah pendapatan yang belum terealisasi, ia hanya selisih penyesuaian nilai wajar saja, namun realisasi itu bisa dilakukan segera setelah penyajian laporan keuangan, periode t+1 misalnya. Olehkarena itu, untuk mempermudah pengguna memprediksi laba bersih dan arus kas dari realisasi penghasilan komprehensif lain di periode t+k dari laporan keuangan, SAK juga mewajibkan perusahaan untuk memisahkan penyajian item penghasilan komprehensif lain yang akan dan tidak akan direalisasi, dalam kelompok “yang akan direklasifikasi” dan kelompok “yang tidak akan direklasifikasi”.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengembangkan rumus ROA dan ROE versi Bumane dan Quesada dan Marchini & D’Este (2015) dengan nilai return merupakan hasil menjumlahkan laba bersih dengan item penghasilan komprehensif lain yang berpotensi terealisasi (reklasifikasi). Argumen kami item penghasilan komprehensif lain yang disajikan pada kelompok “yang akan direklasifikasi” berpotensi untuk direalisasi dan menambah (mengurangi) laba bersih dan arus kas di periode berikutnya (demikian periode t-1 mempengaruhi periode kini), sehingga perlu ditambahkan dalam mengukur “return” dari investasi aset (ROA) dan ekuitas (ROE) agar komprehensif mengukur nilai laba, dengan formula sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{(\text{NI} + \text{OCIR})}{\text{Total aset}} \qquad \text{ROE} = \frac{(\text{NI} + \text{OCIR})}{\text{Total ekuitas}}$$

Dimana, ROA : return on asset; ROE : return on equity; NI : net income; OCIR : reklasifikasi penghasilan komprehensif lain.

Asset Utilization, laba komprehensif dan nilai perusahaan

Teori leverage Modigliani dan Miller menyatakan bahwa keputusan investasi mempengaruhi besarnya return investasi (Rams, 2018). Keputusan membeli aset dalam berbagai jenis aset, seperti surat berharga, persediaan, peralatan produksi, tanah dan bangunan adalah suatu bentuk investasi. Aset – aset tersebut harus dimanfaatkan dalam upaya untuk memperoleh pendapatan sebagai bentuk pengembalian atas investasi aset. Pemanfaatan aset harus maksimal, agar pendapatan yang mengalir juga dapat maksimal. Pemanfaatan aset menunjukkan kemampuan perusahaan mengelola aset lancar dan aset tetapnya dengan efektif dan efisien dalam rangka memperoleh penjualan dan laba. Efektif dan efisiennya pemanfaatan aset dapat diukur dengan membandingkan output dengan input, dimana input dalam konteks ini adalah kas yang diinvestasikan untuk membeli aset, dan outputnya adalah pendapatan bersih yang diterima dari penjualan produk atau jasa yang dihasilkan dalam satu periode. Produk dan jasa selanjutnya dijual untuk meningkatkan pendapatan dan didukung dengan efisiensi biaya operasional maka dapat meningkatkan laba bersih. Pendapatan yang tinggi menyebabkan kinerja keuangan dapat meningkat.

Rahayu (2019) menggunakan rasio perputaran persediaan (ITO), perputaran piutang (RTO), perputaran total aset (TATO) dan perputaran aset tetap (FATO) sebagai indikator pengukur pemanfaatan aset. Efisiensi pemanfaatan persediaan diukur dengan membandingkan harga pokok penjualan dengan persediaan rata-rata (rasio perputaran persediaan atau ITO), rasio ini menunjukkan seberapa cepat kas yang digunakan untuk membeli persediaan bahan baku, diolah menjadi persediaan produk jadi dan terjual. Efisiensi pemanfaatan piutang usaha diukur dengan membandingkan penjualan bersih dengan piutang usaha rata-rata (rasio perputaran piutang atau RTO), rasio ini menunjukkan seberapa cepat piutang yang timbul dari penjualan produk secara kredit dapat terlunasi. Efisiensi pemanfaatan total aset diukur dengan membandingkan penjualan bersih dengan total aset (rasio perputaran total aset atau TATO), rasio ini menunjukkan seberapa cepat kas yang digunakan untuk membeli berbagai jenis aset hingga mampu menghasilkan persediaan produk jadi dan terjual. Efisiensi pemanfaatan aset tetap diukur dengan membandingkan penjualan bersih dengan aset tetap (rasio perputaran aset tetap atau FATO), rasio ini menunjukkan seberapa cepat kas yang digunakan untuk membeli peralatan produksi, peralatan kendaraan, tanah dan bangunan hingga mampu menghasilkan persediaan produk jadi dan terjual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ITO, RTO, TATO, dan FATO berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Suvvari et al., (2019) meneliti tentang pemanfaatan aset keuangan dan kinerja keuangan pada perusahaan asuransi jiwa di India. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset keuangan perusahaan asuransi jiwa berpengaruh terhadap kinerja profitabilitas. Kepemilikan aset keuangan akan mempengaruhi nilai penghasilan komprehensif lain atas penyesuaian nilai aset keuangan kategori tersedia untuk dijual dari nilai tercatat ke nilai wajar. Kepemilikan aset tetap dan aset tidak berwujud akan mempengaruhi nilai penghasilan komprehensif lain jika terjadi revaluasi. Kepemilikan aset berupa investasi unit usaha diluar negeri akan mempengaruhi nilai penghasilan komprehensif lain atas penjabaran laporan keuangan unit usaha diluar negeri ke satuan mata uang Rupiah Indonesia. Kepemilikan aset berupa kontrak piutang hedging juga akan mempengaruhi nilai penghasilan komprehensif lain atas keuntungan (kerugian) kontrak lindung nilai arus kas. Penyesuaian aset dari nilai buku atau nilai tercatat ke nilai wajar pada tanggal penyajian laporan keuangan akan memunculkan pengakuan penghasilan komprehensif lain yang disajikan bersama dengan laba bersih dalam laporan laba rugi sebagai laba komprehensif. Selanjutnya, dalam penyajiannya di laporan laba rugi, OCI dikelompokkan berdasarkan kemungkinan akan teralisasi dan tidak terealisasi. OCI pada periode penyajian memang bukan pendapatan yang nyata terealisasi dan tidak terkait dengan arus kas, namun untuk item OCI yang dikelompokkan pada “yang akan direklasifikasi” item ini akan direalisasi diperiode berikutnya dan layak diakui sebagai pendapatan NI.

Kepemilikan dan pemanfaatan aset menyebabkan kemunculan OCI dan mempengaruhi nilai CI, maka sudah selayaknya jika mengukur kinerja keuangan juga melibatkan CI. Kebijakan reklasifikasi ini terbukti empiris meningkatkan nilai relevansi laporan laba rugi, baik di China (Zhao et al., 2018), di Amerika (Dong et al., 2014), Hong Kong (So & Smith, 2009) dan Indonesia (Kusuma, 2021; Kusuma et al., 2021; Kusuma, 2020) Salah satu item dari penghasilan komprehensif lain yang dilaporkan sebagai bagian dari laba komprehensif adalah lindung nilai arus kas, studi yang dilakukan oleh Pradana & Naomi (2018) pada BUMN non bank membuktikan bahwa lindung nilai arus kas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengukuran profitabilitas dengan melibatkan penghasilan komprehensif lain dalam laba komprehensif dirasa lebih representatif merespon perubahan nilai wajar dari aset, dan lebih menyeluruh mengakui perubahan aset bersih, baik yang berasal dari pendapatan yang telah nyata terealisasi maupun yang belum terealisasi (Kusuma, 2021), sejalan dengan perubahan format penyajian laporan laba rugi dalam SAK terbaru dan konsep pengakuan pendapatan

“*all inclusive income*”, bahwa penghasilan komprehensif lain juga merupakan pendapatan dan menjadi bagian dari laba (Rees & Shane, 2012). Penghasilan komprehensif lain timbul sebagai akibat penerapan konsep akuntansi nilai wajar, yaitu selisih nilai wajar aset dengan nilai perolehannya (Shi et al., 2017; Hodgson & Russell, 2014). Penghasilan komprehensif lain memang hanya selisih penyesuaian dan belum terealisasi pada periode penyajian laporan keuangan, namun penyajian kelompok reklasifikasi memberi informasi potensi untuk terealisasi dan berubah menjadi laba bersih pada periode berikutnya (Kusuma, 2020), olehkarenanya penelitian ini juga melibatkan pengukuran profitabilitas dengan hanya melibatkan item penghasilan komprehensif lain yang direklasifikasi dan secara agregat, untuk melihat dampak dari pengelompokan berdasarkan kemungkinan akan direalisasi.

Dengan demikian hipotesis penelitian ini :

- H1. Pemanfaatan aset berpengaruh terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif.
- H2. Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H3. Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, jika yang dilibatkan dalam laba komprehensif hanya laba bersih dan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi.

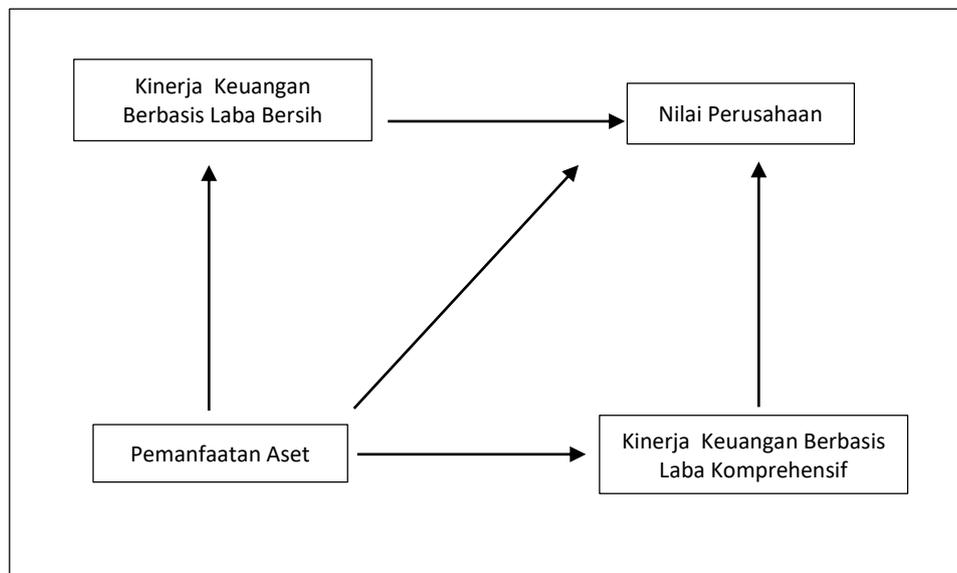


Figure 1. Research Conceptual Framework

Asset utilization adalah seberapa besar aset dimanfaatkan dalam menghasilkan keuntungan pengembalian investasi aset berupa gain, bunga, dividen untuk aset keuangan dan keuntungan dari penjualan barang dan jasa untuk aset non keuangan, dalam rangka untuk

mencapai tujuan perusahaan. Asset utilization dalam penelitian ini diukur dengan perputaran aset keuangan (FITO), perputaran persediaan (ITO), perputaran piutang (RTO), perputaran aset tetap (FATO), dan perputaran total aset (TATO). Financial performance based on net income adalah seberapa besar aset digunakan untuk menghasilkan laba bersih, dalam penelitian ini diukur dengan ROA dan ROE dengan menggunakan return menggunakan net income. Financial performance based on comprehensive income adalah seberapa besar aset digunakan untuk menghasilkan comprehensive income, dalam penelitian ini diukur dengan ROA dan ROE dengan menggunakan comprehensive income. Nilai perusahaan adalah harga saham yang tercipta dalam mekanisme pasar modal yang mencerminkan reaksi pasar atas perusahaan dan dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q.

Tabel 1. Research Variable and Measurement

Variable	Indicator	Measurement	Reference
Asset utilization	Kemampuan aset keuangan dalam menghasilkan return investasi di periode t (FITO).	$\frac{\text{Pendapatan dividen, bunga, gain}}{\text{Aset keuangan rata-rata}}$	Rahayu (2019)
	Kemampuan persediaan dapat terjual di periode t (ITO).	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata}}$	Rahayu (2019)
	Kemampuan piutang dari penjualan kredit tertagih di periode t (RTO).	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang rata-rata}}$	Rahayu (2019)
	Kemampuan aset tetap dalam menghasilkan produk terjual (FATO).	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Aset tetap rata-rata}}$	Rahayu (2019)
	Produktivitas total aset dalam menghasilkan pendapatan (TATO).	$\frac{\text{Penjualan}}{\text{Total aset rata-rata}}$	Rahayu (2019)
Profitability based on net income	Kemampuan total aset dalam menghasilkan laba bersih (ROA NI).	$\frac{\text{Net income}}{\text{Total asset}}$	Saymeh et al., (2019)
	Kemampuan total ekuitas menghasilkan laba bersih (ROE NI).	$\frac{\text{Net income}}{\text{Total equity}}$	Saymeh et al., (2019)
Profitability based on	Kemampuan total aset menghasilkan laba komprehensif (ROE CI).	$\frac{\text{Comprehensive income}}{\text{Total asset}}$	Marchini & D'Este (2015)

comprehensive income	Kemampuan ekuitas menghasilkan laba komprehensif (ROE CI).	Comprehensive income Total equity	Marchini & D'Este (2015)
	Kemampuan aset menghasilkan laba bersih & OCI reklasifikasi (ROA OCIR).	(NI + OCI Reklasifikasi) Total asset	Būmane (2018)
	Kemampuan ekuitas menghasilkan laba bersih & OCI reklasifikasi (ROA OCIR).	(NI + OCI Reklasifikasi) Total ekuitas	Būmane (2018)
Firm size	Firm size	Log N total assets	Kusuma (2021)
Type of industry	Type of industry	Dummy : 1 = manufacture 0 = otherwise	Kusuma (2021)
Firm value	Nilai perusahaan saat ini (Tobbin's Q).	BV asset – BV equity + Market Value of Asset Book Value of asset (BV)	Rahayu (2019) Pradana & Naomi (2018)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan dan harga saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020 dengan populasi sebanyak 674 perusahaan, dan dengan metode purposive sampling terpilih sampel sebanyak 504 perusahaan (504 dikali 5 tahun = 2.520 observe) dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Teknik Pengambilan Sampel

Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah Perusahaan
Jumlah populasi	674
Dikurangi :	
1. Terdaftar di IDX setelah tahun 2016.	(17)
2. Tidak rutin mempublikasikan laporan keuangan.	(12)

3. Menyajikan laporan keuangan dalam USD	(44)
4. Tidak menyajikan penghasilan komprehensif lain rinci dan tereklasifikasi.	(87)
5. Tidak menyajikan atribusi laba bersih dan atribusi laba komprehensif.	(10)
Jumlah sampel perusahaan	504 (74,7%)
Jumlah observe (504 perusahaan x 5 tahun).	2.520

Laporan keuangan dan harga saham kemudian diolah untuk mendapatkan data variabel dengan ukuran sebagaimana tersebut dalam tabel 1. Sebelum data digunakan untuk menguji hipotesis, dilakukan pengujian statistika deskriptif, analisis korelasi, dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda dan analisis jalur berbantuan aplikasi statistika. Untuk pengujian hipotesis dibangun model persamaan sebagai berikut :

Pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba bersih :

$$\text{ROA NI} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{ND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 1}).$$

$$\text{ROE NI} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 2}).$$

Pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif :

$$\text{ROA CI} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 3}).$$

$$\text{ROE CI} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 4}).$$

Pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif hanya untuk OCI reklasifikasi:

$$\text{ROA OCIR} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 5}).$$

$$\text{ROE OCIR} = \beta_0 + \beta_1\text{FITO} + \beta_2\text{ITO} + \beta_3\text{RTO} + \beta_4\text{FATO} + \beta_5\text{TATO} + \beta_6\text{SIZE} + \beta_7\text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 6}).$$

Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan :

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROA NI} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.a}).$$

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROE NI} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.b}).$$

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROA CI} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.c}).$$

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROE CI} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.d}).$$

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROA OCIR} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.e}).$$

$$\text{Tobbin's Q} = \beta_0 + \beta_1 \text{ROE OCIR} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 7.f}).$$

Peran intervening kinerja keuangan pada pemanfaatan aset dan nilai perusahaan :

$$\begin{aligned} \text{Tobbin's Q} = & \beta_0 + \beta_1 \text{FITO} + \beta_2 \text{ITO} + \beta_3 \text{RTO} + \beta_4 \text{FATO} + \beta_5 \text{TATO} \\ & + \beta_6 \text{ROA NI} + \beta_7 \text{ROE NI} + \beta_8 \text{ROA CI} + \beta_9 \text{ROE CI} \\ & + \beta_{10} \text{ROA OCIR} + \beta_{11} \text{ROE OCIR} + \beta_{12} \text{SIZE} + \beta_{13} \text{IND} + \varepsilon \quad (\text{Eq. 8}). \end{aligned}$$

H1 menyatakan dugaan bahwa pemanfaatan aset berpengaruh terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif, diterima jika koefisien regresi β_1 FITO pada persamaan 3 dan 4 signifikan pada taraf 5%. H2 menyatakan dugaan bahwa kinerja keuangan berbasis laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diterima jika koefisien regresi β_1 ROA dan β_1 ROE pada persamaan 7 signifikan pada taraf 5%. Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, jika yang dilibatkan dalam laba komprehensif hanya laba bersih dan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi. H3 diterima jika koefisien path melalui ROA ROE dengan OCI reklasifikasi, lebih besar dari koefisien pengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan (Tobbin's Q).

HASIL ANALISIS DATA

Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif

Pengukuran kinerja keuangan berbasis laba komprehensif adalah modifikasi formulasi ROA dan ROE dengan menambahkan laba bersih dengan penghasilan komprehensif lain. Penambahan ini untuk mengikuti perubahan format laporan laba rugi pasca SAK konvergen dengan IFRS sejak 1 Juni 2012, dan sekaligus mengetahui dampak perubahan nilai wajar aset sebagai keuntungan (kerugian) yang belum direalisasi terhadap kinerja keuangan secara komprehensif, dimana didalam penghasilan komprehensif lain

sendiri ada pemisahan item berdasarkan kemungkinan keuntungan (kerugian) yang belum direalisasi untuk direalisasi dan menambah laba bersih.

Tabel 3 menunjukkan rata-rata kinerja keuangan berbasis laba komprehensif sebelum dan saat Covid-19. Rata-rata ROA dan ROE periode sebelum Covid dihitung dari laporan keuangan tahun 2016 – 2019, dan periode saat Covid dari laporan keuangan tahun 2020. ROA dan ROE berbasis laba komprehensif lebih mampu merepresentasikan dampak perubahan lingkungan eksternal yang mempengaruhi nilai wajar aset dan liabilitas perusahaan. Pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar perusahaan (321 perusahaan atau 63,7% dari 504 perusahaan sampel) mengalami ROA dan ROE laba komprehensif bernilai negatif, sebagai akibat dari penurunan penjualan yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Būmane (2018) dan Marchini & D’Este (2015) bahwa laba komprehensif mampu merepresentasikan dampak krisis ekonomi global yang melanda Italia, Lativa dan negara-negara Eropa lainnya pada tahun 2008 terhadap kinerja perusahaan. Sektor usaha yang mengalami kinerja komprehensif negatif antara lain Real estate, infrastruktur, konstruksi, pertambangan dan energi, industri tekstil, kertas, plastik, aluminium, baja, transportasi dan jasa kepelabuhanan, perhotelan dan pariwisata, serta media. Jenis usaha perusahaan sampel yang menghasilkan ROA dan ROE berbasis laba komprehensif bernilai positif adalah teknologi informasi dan komunikasi, makanan dan minuman, rumah sakit, farmasi, jasa kesehatan lainnya, jasa perbankan dan keuangan lainnya, serta perdagangan retail lainnya, sejumlah 183 perusahaan atau 36,3% dari 504 perusahaan sampel.

Tabel 3. Rata-Rata Kinerja Keuangan Basis Laba Komprehensif Sebelum dan Saat Covid-19

No.	Jenis usaha perusahaan sampel	Jumlah Perusahaan	Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif			
			Rata-Rata ROA		Rata-Rata ROE	
			2016-2019	2020	2016-2019	2020
<i>Kinerja positif tahun 2020 :</i>						
1.	Teknologi informasi dan komunikasi	42	.056	.059	.061	.063
2.	Makanan dan minuman	28	.047	.048	.052	.052
3.	Rumah sakit, farmasi, jasa kesehatan lainnya	25	.043	.045	.048	.050
4.	Jasa perbankan dan keuangan lainnya	67	.038	.039	.041	.044
5.	Perdagangan retail lainnya	21	.037	.038	.040	.041

			183					
			(36.3%)					
<i>Kinerja negatif tahun 2020 :</i>								
6.	Real estate, infrastruktur, konstruksi	65	.056	.038	.058	.034	-	-
7.	Pertambangan dan energi	42	.043	.022	.045	.018	-	-
8.	Tekstil, kertas, plastik, alumninium, baja	31	.057	.021	.058	.017	-	-
9.	Transportasi dan jasa kepelabuhanan	28	.052	.025	.056	.023	-	-
10.	Perhotelan dan pariwisata	26	.043	.026	.047	.022	-	-
11.	Media	10	.044	.029	.049	.025	-	-
12.	Jenis usaha lainnya	119	.041	.033	.046	.029	-	-
		321						
		(63.7%)						
	Jumlah sampel	504						

Sumber : Data Diolah dari Laporan Keuangan 2016 – 2020.

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 4 menunjukkan hasil statistik deskriptif. Nilai mean semua indikator pemanfaatan aset menunjukkan nilai positif, hal ini berarti sebagian besar perusahaan selama periode penelitian dapat memanfaatkan asetnya secara efektif dan efisien, didukung juga nilai ROA dan ROE baik laba bersih, laba komprehensif maupun laba komprehensif dengan reklasifikasi OCI, dan Tobbin's Q juga menunjukkan mean positif. Sebagian besar data penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahun 2016 – 2019 yang belum terdampak pandemi Covid-19, sedangkan laporan keuangan yang terdampak pandemi Covid-19 hanya diperoleh dari satu periode saja yaitu tahun 2020, sehingga nilai mean dari semua variabel dan indikator penelitian ini belum merepresentasikan dampak pandemi terhadap penurunan penjualan dan kinerja keuangan sebagian besar sektor usaha.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif dan Analisis Korelasi

Variable	Me an	Min	Ma x	SD	Variable	Me an	Min	Ma x	S D
----------	-------	-----	------	----	----------	-------	-----	------	-----

Panel A : Hasil statistik deskriptif untuk $n = 2.520$ (data 504 perusahaan selama periode laporan keuangan 2016 – 2020).

FITO	.04	-	1.2	.02	ROA CI	.02	-	.07	.0
	3	.17	13	81		4	.01	9	17
		8					9		1
ITO	1.0	.22	1.5	.17	ROE CI	.02	-	.11	.0
	71	3	47	52		8	.05	3	15
							6		3
RTO	.05	-	.55	.07	ROA	.03	-	.07	.0
	1	.06	1	14	OCIR	7	.02	6	16
		1					4		9
FAT	.34	-	2.8	.41	ROE	.03	-	.04	.0
O	9	1.2	15	18	OCIR	1	.03	5	12
		48					8		4
TAT	.04	.00	.31	.04	Size	6.3	1.8	18.	.8
O	1	0	9	43		144	69	22	81
								1	9
ROA	.05	-	.08	.01	Industry	.56	0	1	.0
NI	2	.02	5	76		29			56
		1							6
ROE	.04	-	.07	.01	Tob.Q	308	-	64,000.000	
NI	8	.07	8	21		.66	329	3,227.516	
		7				3			

Panel B : Hasil analisis korelasi untuk $n = 2.520$ (data 504 perusahaan selama periode laporan keuangan 2016 – 2020).

Varia	FIT	ITO	RT	FA	TA	RO	RO	R	RO	RO	RO	Si	Ind	To
ble	O		O	TO	TO	A	E	O	E	A	E	ze	us	b
						NI	NI	A	CI	OC	OC			Q
								CI		IR	IR			
FITO	1.0													
	.00													

ITO	-	1.0												
	.55	00												
	1**													
RTO	.35	.45	1.0											
	1*	3*	00											
FAT	-	.24	.11	1.0										
O	.52	1	4	00										
	9**													
TAT	.09	.28	.20	.45	1.0									
O	1	7	8	3*	00									
ROA	.67	.71	.56	.44	.41	1.0								
NI	1**	9**	5*	8*	8*	00								
		*	*											
ROE	.61	.66	.52	.41	.42	.31	1.0							
NI	1**	8**	1*	1*	5*	7*	00							
			*											
ROA	.78	.43	.37	.37	.28	.38	.22	1.						
CI	5**	2*	7*	2*	1	7*	7	00						
	*							0						
ROE	.79	.42	.31	.32	.32	.22	.34	.4	1.0					
CI	1**	1*	1*	5*	9*	6	9*	53	00					
	*							*						
ROA.	.67	.53	.67	.58	.31	.34	.21	.3	.23	1.0				
OCIR	8**	7**	5*	3*	2*	8*	4	17	1	00				
			*	*				*						
ROE.	.70	.51	.57	.43	.32	.33	.24	.4	.34	.44	1.0			
OCIR	1**	1**	8*	6*	8*	6*	6	45	2*	3*	00			
	*		*					*						
Size	.55	.61	.50	.66	.56	.55	.52	.3				1.		
	4**	2**	8*	5*	4*	7*	9*	18	.29	.46	.35	00		
			*	*	*	*	*	*	7	8*	5*	0		
Indus	.41	.38	.30	.28	.24	.08	.05	.0	.01	.08	.01	.0	1.0	
try	1*	9*	6*	7	4	1	6	33	4	7	4	07	00	

Tob.	.50	.53	.38	.37	.29	.28	.42	.0	.61	.78	.78	.4	.08	1.
Q	9**	3**	9*	1*	1	8	1*	88	1**	1**	2**	11	1	00
										*	*	*		0

Notes :

Taraf signifikansi koefisien korelasi ***, **, * masing-masing pada level 1%, 5%, dan 10%.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Statistik.

Hasil Analisis Korelasi

Tabel 4 menunjukkan hasil analisis korelasi. Pemanfaatan aset keuangan berkorelasi negatif dengan persediaan (-0,551**) dan aset tetap (-0,529**), hal ini sejalan dengan konsep keterbatasan sumber daya membuat pelaku ekonomi harus memilih dari alternatif pilihan yang ada, semakin besar perusahaan berinvestasi di aset keuangan, memperkecil potensi berinvestasi dalam pembelian persediaan dan aset tetap. ITO berkorelasi positif dengan ROA NI (0,719***), ROE NI (0,668**), ROA CI (0,432*), ROE CI (0,421*), ROA OCIR (0,537**), dan ROE OCIR (0,511**), hal ini berarti semakin besar berinvestasi dalam persediaan bahan baku, berproduksi, semakin mampu meningkatkan omset penjualan barang, sehingga berpotensi meningkatkan laba bersih, akibatnya berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Peningkatan penjualan, berdampak pada timbulnya piutang usaha dari transaksi penjualan kredit, sejalan dengan temuan korelasi positif RTO dengan ROA NI (0,565**), ROE NI (0,521**), ROA CI (0,377*), ROE CI (0,311*), ROA OCIR (0,675**), dan ROE OCIR (0,578**).

Semua indikator pemanfaatan aset dan ukuran perusahaan, berkorelasi positif dengan semua indikator pengukuran kinerja keuangan dan nilai perusahaan, baik yang berbasis laba bersih, maupun berbasis laba komprehensif. Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, semakin mampu berinvestasi dalam aset keuangan dan semakin mampu beroperasi dalam produksi, serta pengadaan aset pabrik dan non pabrikasi lainnya. Tingginya kapasitas produksi sejalan dengan kemampuan ekspansi usaha, meningkatkan penjualan, meningkatnya transaksi ekonomi, sehingga mempengaruhi laba bersih, ROA dan ROE berbasis laba bersih, serta harga saham di pasar (nilai perusahaan). Semakin besar aset yang dimiliki, semakin besar nilai penghasilan komprehensif lain dan laba komprehensif dari penyesuaian nilai historis aset ke nilai wajarnya, seperti penyesuaian aset keuangan dan revaluasi aset tetap. Semakin banyak transaksi ekonomi, termasuk aktivitas ekspor impor

dan ekspansi bisnis pada entitas asosiasi di luar negeri, semakin banyak terjadi kontrak lindung nilai arus kas dan penjabaran laporan keuangan unit usaha saat penyusunan laporan keuangan konsolidasi dengan entitas anak diluar negeri, sehingga mempengaruhi laba komprehensif, ROA dan ROE berbasis laba komprehensif, serta harga saham di pasar (nilai perusahaan).

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 menyajikan hasil analisis regresi linier berganda. Semua indikator pemanfaatan aset berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan berbasis laba bersih (persamaan 1 dan 2) dan terhadap nilai perusahaan (persamaan 8), temuan ini sejalan dengan riset Rahayu (2019). Penelitian ini mengembangkan penelitian Rahayu (2018) dengan menambahkan basis laba komprehensif dalam mengukur kinerja keuangan, ROA dan ROE basis laba komprehensif. Persamaan 3 membuktikan bahwa FITO (0,798***), ITO (0,466*), RTO (0,375*), FATO (0,381*) berpengaruh positif terhadap ROA CI, demikian juga terhadap ROE CI pada persamaan 4. Koefisien FITO paling tinggi diantara indikator pemanfaatan aset yang lain, hal ini menunjukkan bahwa return investasi aset berupa pendapatan bunga obligasi, pendapatan dividen, dan keuntungan selisih harga realisasi terbukti dapat menambah laba bersih dan laba komprehensif, yang berujung pada nilai ROA dan ROE. Kekuatan model dalam menjelaskan pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba bersih meningkat ketika item penghasilan komprehensif lain kelompok “yang tidak akan direklasifikasi” tidak dilibatkan dalam perhitungan laba komprehensif, terlihat dari nilai adjusted R² persamaan 5 (61%) dan 6 (60%) lebih tinggi dari persamaan 3 (57%) dan 4 (56%).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Eq.1	Eq.2	Eq.3	Eq.4	Eq.5	Eq.6	Eq.8
Variable	Y = ROA NI	Y = ROE NI	Y = ROA CI	Y = ROE CI	Y = ROA OCIR	Y = ROE OCIR	Y = Tobbin's Q
FITO	.682**	.617**	.798***	.792***	.682**	.714***	.511**
ITO	.723***	.672**	.466*	.427*	.548**	.516**	.537**
RTO	.573**	.524**	.375*	.315*	.676**	.583**	.409*

FATO	.451*	.428*	.381*	.331*	.592**	.438*	.381*
TATO	.422*	.411*	.293	.204	.314*	.326*	.309*
Size	.568**	.532**	.324*	.305*	.471*	.352*	.418*
Industry	.082	.061	.031	.011	.093	.013	.082
F-Statistic	12.438	11.976	7.631	7.239	9.342	10.671	9.553
Adjusted							
R2	77.436	76.828	57.281	56.956	61.488	60.232	69.712
Y = Tobbin's Q							
	Eq. 7.a	Eq. 7.b	Eq. 7.c	Eq. 7.d	Eq. 7.e	Eq. 7.f	Eq.7
ROA NI	.963***	-	-	-	-	-	.963
ROE NI	-	.942***	-	-	-	-	.942
ROA CI	-	-	.688**	-	-	-	.688
ROE CI	-	-	-	.675**	-	-	.675
ROA							
OCIR	-	-	-	-	.804***	-	.804
ROE							
OCIR	-	-	-	-	-	.795***	.795
F-Statistic	14.887	13.289	9.422	10.117	12.435	12.564	
Adjusted							
R2	89.625	88.581	69.458	70.712	78.492	78.452	

Notes :

Taraf signifikansi koefisien regresi ***, **, * masing-masing pada level 1%, 5%, dan 10%.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Statistik.

Persamaan 8 menunjukkan semua indikator pemanfaatan aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien tertinggi adalah FITO (0,511**) dan ITO (0,537**). Return investasi aset keuangan dan penjualan persediaan produk jadi mampu menambah laba operasi dan dipersepsikan investor sebagai sinyal kemampuan perusahaan memberi imbal hasil investasi di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Kinerja keuangan berbasis laba bersih berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hasil penelitian ini mendukung banyak temuan riset sebelumnya (Mai, 2017; Utomo et al., 2017; Oktavina & Manalu, 2018; Siregar et al., 2018; Rahayu, 2019). Demikian

juga kinerja keuangan berbasis laba komprehensif, sebagai pengembangan penelitian ini, persamaan 7.c – 7.f membuktikan bahwa ROA dan ROE yang diukur dengan laba komprehensif berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor Indonesia saat ini telah terbiasa memaknai informasi laporan laba rugi dengan format yang baru. Laba komprehensif sebagai cerminan pengakuan pendapatan dan perubahan ekuitas secara menyeluruh merupakan keuntungan dari kenaikan nilai wajar aset yang berpotensi menambah laba dan arus kas di periode selanjutnya. Harapan ini tercermin dalam nilai adjusted R² persamaan 7 e dan 7 f (78%) yang lebih besar dari persamaan 7 c (69%) dan 7 d (70%), ketika hanya item yang berpotensi akan direalisasi dan menambah laba bersih yang dimasukkan dalam ROA ROE, kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan meningkat.

Hasil Analisis Jalur

Tabel 6 menyajikan hasil analisis jalur. ROA dan ROE berbasis laba bersih mampu memediasi pengaruh seluruh indikator pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien path lebih besar dari koefisien pengaruh langsung. Koefisien path melalui ROA NI semua indikator pemanfaatan aset FITO (0,657), ITO (0,696), RTO (0,552), FATO (0,434), TATO (0,406) lebih besar daripada pengaruh langsung ke Tobbin's Q.

Tabel 6. Hasil Analisis Jalur

Variabel	Pengaruh	Pengaruh Tidak Langsung		Kesimpulan	Pengaruh Tidak Langsung		Kesimpulan
	Langsung	Melalui ROA NI	Koef. Path		Melalui ROE NI	Koef. Path	
e	X --> Y Eq. 8	X -> Z Eq. 1	Z --> Y Eq. 7.a	n	X -> Z Eq. 2	Z --> Y Eq. 7.b	n

Melalui Profitabilitas Berbasis Laba Bersih

		.68				.61			Memedi
FITO	.511	2	.963	.657	Memediasi	7	.942	.581	asi
		.72				.67			Memedi
ITO	.537	3	.963	.696	Memediasi	2	.942	.633	asi
		.57				.52			Memedi
RTO	.409	3	.963	.552	Memediasi	4	.942	.494	asi
		.45				.42			Memedi
FATO	.381	1	.963	.434	Memediasi	8	.942	.403	asi
		.42				.41			Memedi
TATO	.309	2	.963	.406	Memediasi	1	.942	.387	asi

Variabl e	Pengaru h	Pengaruh Tidak Langsung			Kesimpula n	Pengaruh Tidak Langsung			Kesimpula n
	Langsun g	Melalui ROA CI		Melalui ROE CI					
		X -			X -				
	X --> Y	-> Z	--> Y	Koef. Path	-> Z	--> Y	Koef. Path		
	Eq. 8	Eq. 3	Eq. 7.c		Eq. 4	Eq. 7.d			

Melalui Profitabilitas Berbasis Laba Komprehensif

		.79				.79			Memedi
FITO	.511	8	.688	.549	Memediasi	2	.675	.535	asi
		.46				.42			
ITO	.537	6	.688	.321	Tidak	7	.675	.288	Tidak
		.37				.31			
RTO	.409	5	.688	.258	Tidak	5	.675	.213	Tidak
		.38				.33			
FATO	.381	1	.688	.262	Tidak	1	.675	.223	Tidak
		.29				.20			
TATO	.309	3	.688	.202	Tidak	4	.675	.138	Tidak

Variabel	Pengaruh	Pengaruh Tidak Langsung			Pengaruh Tidak Langsung			Kesimpulan	
	Langsung	Melalui ROA	OCIR	Kesimpulan	Melalui ROE	OCIR	Kesimpulan		
	X --> Y	X -> Z	Z --> Y	Koef. Path	X -> Z	Z --> Y	Koef. Path		
	Eq. 8	Eq. 5	Eq. 7.e		Eq. 6	Eq. 7.f			
<i>Melalui Profitabilitas Berbasis Laba Komprehensif dengan OCI yang direklasifikasi</i>									
FITO	.511	.68	.804	.548	Memediasi	.71	.795	.568	Memediasi
ITO	.537	.54	.804	.441	Tidak	.51	.795	.410	Tidak
RTO	.409	.67	.804	.544	Memediasi	.58	.795	.463	Memediasi
FATO	.381	.59	.804	.476	Memediasi	.43	.795	.348	Tidak
TATO	.309	.31	.804	.252	Tidak	.32	.795	.259	Tidak

Notes :

ROA ROE mampu memediasi jika koefisien path melalui ROA ROE lebih besar dari koefisien pengaruh langsung (Eq. 8).

Koefisien path adalah hasil kali pengaruh X ke Z (ROA ROE) dengan pengaruh Z ke Y.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Statistik.

ROA dan ROE berbasis laba komprehensif tidak mampu memediasi pengaruh sebagian besar indikator pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, hanya FITO saja. Hal ini disebabkan FITO sangat reaktif terhadap perubahan nilai wajar aset keuangan. Ketika ROA dan ROE berbasis laba komprehensif tidak melibatkan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang tidak akan direklasifikasi, menyebabkan jumlah indikator pemanfaatan aset yang mampu dimediasi ROA dan ROE bertambah, yaitu FITO, RTO dan FATO. Hal

ini berarti item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi, terkait dengan laba bersih dan arus kas pada periode saat realisasi terjadi, sehingga mempengaruhi ROA dan ROE, FITO terkait dengan penyesuaian nilai wajar aset keuangan, dan RTO terkait dengan kontrak pelunasan piutang lindung nilai, dan keduanya sering disajikan sebagai kelompok yang akan direklasifikasi.

PEMBAHASAN

Pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif

Pemanfaatan aset berpengaruh terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif. Hal ini disebabkan semakin aset dimanfaatkan untuk aktivitas operasional, semakin mampu meningkatkan pendapatan dari penjualan barang dan jasa dan pendapatan dari return investasi (bunga, obligasi, selisih harga), sehingga laba bersih semakin besar, dan akhirnya berdampak pada nilai ROA ROE berbasis laba bersih. Semakin banyak aset dimiliki, semakin besar pula penyesuaian nilai historis aset ke nilai wajar, sehingga nilai penghasilan komprehensif lain semakin besar. Semakin besar penghasilan komprehensif lain, semakin besar laba komprehensif, dan akhirnya berdampak pada nilai ROA ROE berbasis laba komprehensif.

Aset non keuangan yang paling berpengaruh adalah persediaan dan piutang, terkait dengan penjualan barang. Aset keuangan yang paling berpengaruh adalah aset tetap, terkait dengan revaluasi, dan aset keuangan terkait penyesuaian nilai wajar aset keuangan. Semakin aset dimanfaatkan secara optimal, semakin efektif penggunaan aset yang dilihat dari rasio laba terhadap aset. Kas yang diinvestasikan dalam persediaan, aset tetap, dan aset keuangan mampu memberikan return dalam jumlah dan waktu yang tepat. Semakin cepat kembali berubah menjadi kas, semakin menambah laba dan dipersepsikan baik oleh pasar, sehingga nilai perusahaan naik.

Kunci dari efektivitas dan efisiensi pemanfaatan aset adalah optimalisasi penjualan barang dan jasa untuk aset non keuangan (piutang usaha, persediaan, aset tetap), serta optimalisasi return investasi untuk aset keuangan. Demikian juga kinerja keuangan berbasis laba bersih, juga terkait erat dengan pendapatan dari penjualan barang jasa, pendapatan bunga dan dividen. Penggunaan ukuran kinerja keuangan berbasis laba komprehensif, akan lebih relevan jika hanya melibatkan item penghasilan komprehensif lain yang disajikan pada kelompok yang akan direklasifikasi, daripada menggunakan seluruh komponen penghasilan komprehensif lain secara agregat. Kelompok item penghasilan komprehensif lain yang akan

direklasifikasi lebih terkait dengan profitabilitas, karena akan direalisasi di periode selanjutnya sehingga mempengaruhi laba bersih dan arus kas. Direalisasi maksudnya aset yang dinilai pada nilai wajar itu telah dijual (kas masuk), dan liabilitas telah diselesaikan (kas keluar), sehingga menimbulkan keuntungan atau kerugian dari selisih nyata nilai realisasi dengan nilai tercatat, dan keuntungan atau kerugian tersebut merupakan bagian dari laba bersih (profitabilitas). Sedangkan kelompok item penghasilan komprehensif lain yang tidak akan direklasifikasi, berarti tidak akan direalisasi di periode penyajian atau periode yang akan datang, sehingga tidak terkait dengan arus kas dan laba bersih. Item ini murni penyesuaian nilai aset pada nilai wajar, dan tidak ada potensi dijual atau dilunasi dalam periode setelah penyajian laporan keuangan.

Pengaruh kinerja keuangan berbasis laba komprehensif terhadap nilai perusahaan

Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena kinerja keuangan yang baik dipersepsikan oleh investor bahwa perusahaan memiliki prospek arus kas dan laba masa depan yang baik, sehingga perusahaan mampu memberi imbal hasil investasi masa depan yang baik kepada investor (dividen, bunga, selisih harga saham), sehingga harga saham perusahaan akan naik, banyak investor yang berebut memiliki, akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif berarti didalamnya ada laba bersih dan penghasilan komprehensif lain. Laba bersih merupakan hasil dari kinerja operasional sebagai pendapatan yang sudah terealisasi, dan penghasilan komprehensif lain dari keuntungan (kerugian) penyesuaian nilai wajar aset (liabilitas) dari nilai historisnya, yang diakui sebagai pendapatan belum terealisasi. Walaupun belum terealisasi, namun item yang disajikan pada kelompok yang akan direklasifikasi, item ini berpotensi untuk direalisasi dan menambah laba bersih dan arus kas di periode selanjutnya. Adanya pengelompokan penyajian penghasilan komprehensif lain yang akan dan tidak akan direklasifikasi, dapat membantu pengguna untuk memprediksi laba dan arus kas dari hasil realisasi, sehingga mempengaruhi harga saham dan nilai perusahaan.

Penelitian ini menemukan bukti bahwa perusahaan go public di Indonesia selama tahun 2016 – 2020 pada laba komprehensif, proporsi laba bersih lebih besar dari penghasilan komprehensif lain dalam membentuk laba komprehensif, sehingga laba bersihlah yang lebih berperan dalam menyebabkan laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan pada penghasilan komprehensif lain, proporsi item kelompok “yang akan

direklasifikasi” lebih besar daripada kelompok “yang tidak akan direklasifikasi”, sehingga item kelompok “yang akan direklasifikasi”lah (bersama laba bersih) yang lebih berperan dalam menyebabkan laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan, daripada item yang tidak akan direklasifikasi.

Mediasi kinerja keuangan berbasis laba komprehensif pada pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan.

Pada posisi ROA NI sebagai variabel intervening, ROA NI mampu memediasi pengaruh semua indikator pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan. Demikian juga pada posisi ROE NI sebagai variabel intervening, ROE NI mampu memediasi pengaruh semua indikator pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan. Pada posisi ROA CI sebagai variabel intervening, ROA CI hanya mampu memediasi satu indikator pemanfaatan aset, yaitu pengaruh FITO terhadap nilai perusahaan. Demikian juga pada posisi ROE CI sebagai variabel intervening, ROE CI hanya mampu memediasi satu indikator pemanfaatan aset, yaitu pengaruh FITO terhadap nilai perusahaan. FITO mempengaruhi penghasilan komprehensif lain item penyesuaian nilai wajar aset keuangan tersedia untuk dijual, dan item ini paling sering disajikan pada kelompok yang akan direklasifikasi (akan direalisasi di periode selanjutnya). Sejalan dengan tujuan investasi aset keuangan kategori tersedia untuk dijual yaitu memperoleh capital gain dari kenaikan harga pasar, umur kepemilikannya bersifat jangka pendek, ketika harga pasar naik maka perusahaan akan merealisasi aset keuangan tersebut, sehingga pada saat penyajian laporan keuangan paling sering penyesuaian nilai wajarnya masuk penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi.

Pada posisi ROA OCIR sebagai variabel intervening, ROA OCIR mampu memediasi tiga indikator pemanfaatan aset, yaitu pengaruh FITO, RTO, FATO terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada posisi ROE OCIR sebagai variabel intervening, ROE OCIR mampu memediasi dua indikator pemanfaatan aset, yaitu pengaruh FITO dan RTO terhadap nilai perusahaan. RTO mempengaruhi penghasilan komprehensif lain item lindung nilai arus kas, dan item ini urutan kedua paling sering disajikan pada kelompok yang akan direklasifikasi (akan direalisasi di periode selanjutnya) setelah aset keuangan tersedia untuk dijual. FATO hanya mampu dimediasi oleh ROA OCIR, sedangkan ROE OCIR tidak mampu memediasi, hal ini disebabkan revaluasi aset tetap bagian dari item penghasilan komprehensif lain yang paling jarang muncul daripada lima item lainnya, namun walau

paling jarang muncul, nilainya paling besar dan sangat jarang disajikan pada kelompok yang akan direklasifikasi, karena aset tetap yang direvaluasi tidak untuk direalisasi (dijual), tetapi untuk digunakan.

Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, jika yang dilibatkan dalam laba komprehensif hanya laba bersih dan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi. Ketika melibatkan item kelompok yang tidak akan direklasifikasi, kinerja keuangan berbasis laba komprehensif tidak mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan.

Hal ini disebabkan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi, pada periode terjadinya memang tidak terkait dengan kas, ia hanya selisih penyesuaian nilai wajar aset (liabilitas), tetapi item ini akan direalisasi (aset dijual atau liabilitas dilunasi) pada periode selanjutnya, sehingga timbul keuntungan (kerugian) terealisasi yang mempengaruhi laba bersih, serta munculnya transaksi yang melibatkan arus kas, dan pada akhirnya mempengaruhi juga nilai ROA dan ROE.

Hal ini memberi makna teoritis bahwa kebijakan SAK yang mewajibkan penyajian item-item penghasilan komprehensif lain dengan memisahkan kelompok yang akan direklasifikasi dan tidak akan direklasifikasi, sangat membantu pengguna dalam memperoleh informasi potensi penambahan laba bersih dan prospek arus kas di periode berikutnya yang berasal dari realisasi penghasilan komprehensif lain. Penyajian reklasifikasi menyempurnakan akuntansi nilai wajar dalam penilaian aset dan liabilitas, dan menyempurnakan konsep “all inclusive income” yang mendasari perpindahan lokasi penyajian penghasilan komprehensif lain dari neraca ke laporan laba rugi.

KESIMPULAN

Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan ukuran kinerja keuangan (ROA dan ROE) berbasis laba komprehensif, menganalisis pengaruh pemanfaatan aset terhadap kinerja keuangan berbasis laba komprehensif, menganalisis pengaruh kinerja keuangan berbasis laba komprehensif terhadap nilai perusahaan, dan menganalisis peran mediasi kinerja keuangan berbasis laba komprehensif pada pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, dengan data 504 perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016 – 2020.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aset berpengaruh terhadap kinerja keuangan, baik dengan basis laba bersih maupun laba komprehensif. Kinerja keuangan

berbasis laba komprehensif berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan berbasis laba komprehensif mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan, jika yang dilibatkan dalam laba komprehensif hanya laba bersih dan item penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi. Ketika melibatkan item kelompok yang tidak akan direklasifikasi, kinerja keuangan berbasis laba komprehensif tidak mampu memediasi pengaruh pemanfaatan aset terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memiliki makna teoritis bahwa :

ROA ROE versi laba bersih dan versi laba komprehensif masing-masing memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing, dan penggunaannya disesuaikan dengan tujuan melakukan evaluasi kinerja. Jika fokus pada evaluasi kinerja operasional, maka lebih tepat menggunakan ROA ROE versi laba bersih, karena lebih unggul dalam mengukur efektivitas penggunaan aset dalam menghasilkan pendapatan yang telah nyata terealisasi dalam aktivitas operasional. Namun ROA ROE versi laba bersih tidak melibatkan pendapatan komprehensif dari kenaikan nilai wajar aset sebagaimana ROA ROE versi laba komprehensif, sehingga kurang sejalan dengan konsep akuntansi nilai wajar dan all inclusive income. ROA ROE versi laba bersih tidak dapat digunakan untuk mengukur efektivitas pemanfaatan aset dalam menghasilkan pendapatan belum terealisasi dan berpotensi terealisasi dalam periode jangka pendek berikutnya. Namun sayangnya ROE ROE laba komprehensif menyertakan seluruh item penghasilan komprehensif lain secara agregat, baik yang tidak akan direalisasi maupun berpotensi untuk direalisasi, sehingga bisa mengaburkan informasi terkait penilaian prospek arus kas masa depan. Item penghasilan komprehensif lain yang masuk kelompok “tidak akan direklasifikasi” baik pada periode terjadinya maupun periode selanjutnya, tidak terkait dengan kas, selama periode penelitian 2016 – 2020, item penghasilan komprehensif lain yang paling sering masuk kelompok ini dalam penyajian perusahaan adalah revaluasi aset dan selisih aktuarial liabilitas pascakerja. Hal ini sejalan dengan tujuan kepemilikan aset tetap dibeli untuk digunakan, bahwa aset tersebut direvaluasi bukan untuk dilepas melainkan tidak sebandingnya nilai tercatat dengan nilai fisik karena kesalahan estimasi manfaat dan beban penyusutan.

Untuk meningkatkan nilai relevansi dalam kaitannya dengan prediksi arus kas, sebagai jalan tengah bila menginginkan menggunakan ROA ROE versi laba komprehensif, sebaiknya hanya menggunakan laba bersih dipadu dengan item penghasilan komprehensif lain kelompok “yang akan direklasifikasi”, karena item ini akan direalisasi oleh perusahaan, sehingga mempengaruhi arus kas dari penjualan aset dan pelunasan liabilitas yang

sebelumnya nilai tercatatnya disesuaikan ke nilai wajar. selama periode penelitian 2016 – 2020, item penghasilan komprehensif lain yang paling sering masuk kelompok ini dalam penyajian perusahaan adalah penyesuaian nilai wajar aset keuangan, disusul kemudian penyesuaian nilai wajar kontrak lindung nilai arus kas, dan penjabaran laporan keuangan unit usaha diluar negeri. Hal ini sejalan dengan tujuan kepemilikan aset keuangan kategori tersedia untuk dijual adalah mendapatkan capital gain dari kenaikan nilai wajar aset keuangan. Penggunaan ROA ROE versi laba komprehensif dengan hanya melibatkan penghasilan komprehensif lain kelompok yang akan direklasifikasi, menyempurnakan kelemahan ROA ROE versi laba komprehensif agregat, tanpa mengaburkan makna informasi laba bersih.

Penelitian ini mendukung kebijakan SAK Indonesia terkait penyajian item penghasilan komprehensif lain pada kelompok yang akan dan tidak akan direalisasi (akan direklasifikasi ke laba bersih), karena membantu pengguna untuk memprediksi laba bersih dan arus kas masa depan, mengukur kinerja keuangan dengan rasio profitabilitas berbasis laba bersih dan laba komprehensif dari item penghasilan komprehensif lain. Regulasi penyajian reklasifikasi penghasilan komprehensif lain menyempurnakan paradigma akuntansi nilai wajar dan pengakuan pendapatan “*all inclusive income*”, karena mengaitkan arus kas dan laba bersih dengan penghasilan komprehensif lain. Penghasilan komprehensif lain tidak terkait dengan arus kas dan laba bersih pada periode penyajian, ia hanya selisih penilaian aset dan liabilitas dari nilai historis ke nilai wajar. Reklasifikasi membantu pengguna item yang berpotensi untuk direalisasi dan menambah atau mengurangi kas dan laba bersih di periode selanjutnya.

Penelitian ini memberi saran bagi manajemen bahwa analisis yang mendalam tentang profitabilitas berbasis laba bersih dan laba komprehensif, baik dalam jangka pendek dan jangka panjang, diperlukan oleh manajemen sebelum melakukan keputusan investasi strategis. Manajemen sangat memerlukan pengetahuan yang mendalam tentang pemanfaatan aset secara efektif dan efisien dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan, guna mendapatkan imbal hasil pemanfaatan aset yang optimal.

Saran bagi investor bahwa wawasan tentang rasio pengukuran pemanfaatan aset juga sangat diperlukan investor dalam menilai kinerja pemanfaatan aset oleh manajemen, tidak hanya profitabilitas. Pemanfaatan aset yang efektif dan efisien berdampak pada kinerja keuangan, sehingga terkait dengan prospek arus kas dan kemampuan memberi imbal hasil investasi di masa depan. Penggunaan rasio profitabilitas dengan melibatkan laba

komprehensif khususnya item penghasilan komprehensif lain yang dikelompokkan akan direklasifikasi, dapat memberikan ukuran kinerja keuangan yang lebih komprehensif dalam jangka waktu yang lebih panjang. Keterlibatan item penghasilan komprehensif lain yang dikelompokkan akan direklasifikasi berarti menilai tambahan laba bersih dari realisasi item penghasilan komprehensif lain.

Kepada para pengguna, dalam mengevaluasi kinerja keuangan, ketika fokus pada kinerja operasional, disarankan tetap menggunakan alat ukur ROA ROE basis laba bersih. Namun, jika menginginkan evaluasi secara komprehensif dengan melibatkan semua pendapatan yang menyebabkan kenaikan ekuitas, baik pendapatan terealisasi maupun pendapatan yang belum terealisasi, dapat menggunakan pengukuran berbasis laba komprehensif, namun disarankan tidak melibatkan semua item penghasilan komprehensif lain secara agregat, tetapi hanya item kelompok yang akan direklasifikasi saja, karena item ini ada potensi untuk direalisasi dan menambah (mengurangi) laba bersih dan arus kas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait data laporan keuangan yang terdampak pandemi Covid-19, hanya menggunakan satu periode laporan keuangan saja yaitu periode tahun 2020. Pandemi Covid-19 tentunya mempengaruhi daya beli masyarakat dan berdampak pada penjualan barang dan jasa, sehingga mempengaruhi ukuran rasio pemanfaatan aset. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode terdampak Covid-19 untuk memberi bukti empiris pengaruh Covid-19 terhadap keterkaitan pemanfaatan aset, kinerja keuangan berbasis laba komprehensif dan nilai perusahaan.

REFERENSI

- Būmane, I. (2018). The methodology of the statement of comprehensive income and its impact on profitability: The case of Latvia. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(1), 77–86. [https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1\(6\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2018.6.1(6))
- Chebaane, S., & Othman, H. Ben. (2014). The Impact of IFRS Adoption on Value Relevance of Earnings and Book Value of Equity: The Case of Emerging Markets in African and Asian Regions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 70–80. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.06.012>
- Dong, M., Ryan, S., & Zhang, X. J. (2014). Preserving amortized costs within a fair-value-accounting framework: Reclassification of gains and losses on available-for-sale securities upon realization. *Review of Accounting Studies*, 19(1), 242–280. <https://doi.org/10.1007/s11142-013-9246-7>
- Edinger, T., Moore, J., Wang, D., & Berger, D. (2019). *Other Comprehensive Income and the Market ' S Processing of Earnings Information*. 0–34.
- Elbakry, A. E., Nwachukwu, J. C., Abdou, H. A., & Elshandidy, T. (2017). Comparative evidence on the value relevance of IFRS-based accounting information in Germany and the UK. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 28, 10–30.

- <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2016.12.002>
- Frame, S. J., Tu, R., Martin, J. M., & Berding, J. M. (2019). The value of publicly available predicted earnings surprises. *Journal of Finance and Data Science*, 5(1), 33–47. <https://doi.org/10.1016/j.jfds.2018.10.004>
- Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2019). *Stock return and financial performance as moderation variable in influence of good corporate governance towards corporate value*. 4(1), 18–34. <https://doi.org/10.1108/AJAR-07-2018-0021>
- Hodgson, A., & Russell, M. (2014). Comprehending Comprehensive Income. *Australian Accounting Review*, 24(2), 100–110. <https://doi.org/10.1111/auar.12022>
- Jones, D. A., & Smith, K. J. (2011). Comparing the value relevance, predictive value, and persistence of other comprehensive income and special items. *Accounting Review*, 86(6), 2047–2073. <https://doi.org/10.2308/accr-10133>
- Kabir, M. H., & Laswad, F. (2011). Properties of net income and total comprehensive income: New Zealand evidence. *Accounting Research Journal*, 24(3), 268–289. <https://doi.org/10.1108/10309611111187000>
- Kanagaretnam, K., Mathieu, R., & Shehata, M. (2009). Usefulness of comprehensive income reporting in Canada. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 349–365. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2009.06.004>
- Kim, H. J., & Yoon, S. S. (2019). Value-relevance of the regulatory non-GAAP adjustments in the Korean banking industry. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 26(1–2), 160–171. <https://doi.org/10.1080/16081625.2019.1546974>
- Kusuma, M. (2017). Kontribusi informasi akuntansi biaya dalam meningkatkan nilai perusahaan dan tanggung jawab kepada stakeholder pada perusahaan manufaktur semen di Indonesia. *Ekuilibrium*, 12(2), 102–118. <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ekuilibrium/article/view/673/555>
- Kusuma, M. (2021). Measurement of Return on Asset (ROA) based on Comprehensive Income and its Ability to Predict Investment Returns: an Empirical Evidence on Go Public Companies in Indonesia before and during the Covid-19 Pandemic. *Ekuilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), 94. <https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v16i1.3238>
- Kusuma, M. (2020). Penghasilan komprehensif lain dan prediksi arus kas masa depan : Bukti dari Indonesia. *Seminar Nasional SENIMA Ke 5 Universitas Negeri Surabaya, Senima 5*, 815–832. <http://bit.ly/ProsidingSenima5>
- Kusuma, M., Zuhroh, D., Assih, P., & Chandrarin, G. (2021). The Effect of Net Income and Other Comprehensive Income on Future's Comprehensive Income With Attribution of Comprehensive Income as Moderating Variable. *International Journal of Financial Research*, 12(3), 205–219.
- Mai, M. U. (2017). Mediation of Csr and Profitability on the Influences of Gcg Mechanisms To the Firm Value. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(2), 253–264. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i2.393>
- Marchini, P. L., & D'Este, C. (2015). Comprehensive Income and Financial Performance Ratios: Which Potential Effects on RoE and on Firm's Performance Evaluation? *Procedia Economics and Finance*, 32(January 2009), 1724–1739. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01478-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01478-1)
- Oktavina, M., & Manalu, S. (2018). Pecking Order and Trade-off Theory in Capital Structure Analysis of Family Firms in Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(1), 73–82. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i1.1793>
- Pradana, H. G., & Naomi, P. (2018). The Impact of Hedging on Firm Value of Public Non-Bank State-Owned Enterprises. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 276–290.

- <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i2.1967>
- Rahayu, S. M. (2019). Mediation effects financial performance toward influences of corporate growth and assets utilization. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(5), 981–996. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-05-2018-0199>
- Rams, A. (2018). Capital Structure, Financial Flexibility and Real Options. *The 8th International Conference on Humanities, Psychology and Social Science*, 22(6), 684–685. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/174/1/011001>
- Rees, L. L., & Shane, P. B. (2012). Academic research and standard-setting: The case of other comprehensive income. *Accounting Horizons*, 26(4), 789–915. <https://doi.org/10.2308/acch-50237>
- Saymeh, A. A., Khalaf ALkhazaleh, A. M., & Musallam, E. M. (2019). The Impact of Other Comprehensive Income Items on Financial Performance: Case of Jordanian Commercial Banks. *The Journal of Social Sciences Research*, 5(54), 1216–1228. <https://doi.org/10.32861/jssr.54.1216.1228>
- Shi, L., Wang, P., & Zhou, N. (2017). Enhanced disclosure of other comprehensive income and increased usefulness of net income: The implications of Accounting Standards Update 2011–05. *Research in Accounting Regulation*, 29(2), 139–144. <https://doi.org/10.1016/j.racreg.2017.09.005>
- Siregar, I. F., Roekhudin, R., & Purwanti, L. (2018). Firm Value Predictor and the Role of Corporate Social Responsibility. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(3), 475–485. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i3.1804>
- So, S., & Smith, M. (2009). Value relevance of IAS 27 (2003) revision on presentation of non-controlling interest: Evidence from Hong Kong. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 20(2), 166–198. <https://doi.org/10.1111/j.1467-646X.2009.01029.x>
- Sueyoshi, T., & Goto, M. (2011). Operational synergy in the US electric utility industry under an influence of deregulation policy : A linkage to financial performance and corporate value. *Energy Policy*, 39(2), 699–713. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.10.043>
- Sun, J. (2019). *A Stock Selection Method Based on Earning Yield Forecast Using Sequence Prediction Models*. <http://arxiv.org/abs/1905.04842>
- Suvvari, A., S, R. S. D., & Goyari, P. (2019). *Financial performance assessment using Grey relational analysis (GRA) An application to life insurance companies in India*. <https://doi.org/10.1108/GS-05-2019-0010>
- Utomo, S. D., Kumalasari, M. A., & Machmuddah, Z. (2017). Financial Performance, Audit Delay and Firm Values Banking in Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(2), 312–320. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i2.1555>
- Veltri, S., & Ferraro, O. (2018). Does other comprehensive income matter in credit-oriented systems? Analyzing the Italian context. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 30, 18–31. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2017.12.006>
- Zhao, X., Zhao, K., & Wei, W. (2018). *Earnings Management using Other Comprehensive Income Items: A Multi-Case Study on Chinese Listed Companies*. *Ssah*, 198–201. <https://doi.org/10.25236/ssah.2018.042>



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Tantangan dan Strategi UMKM Milik Keluarga (Bisnis Keluarga) Bidang Makanan dan Minuman dalam Menghadapi Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar selama Pandemi Virus Corona (Covid-19) di Indonesia

Laura Stefanie Kwa

Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung, Villa Puncak Tidar No.1, Karangwidoro, Dau, Malang,
Indonesia, Jawa Timur 65151

Correspondence: Liem Gai Sin, SE., M.Bus(Adv) (liem.gaisin@machung.ac.id)
Sarbin Wono (sarbinwono@gmail.com)

Received: 29 07 21 – Revised: 29 07 21 - Accepted: 17 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Keberadaan UMKM sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, sejak Covid-19 pertama kali dikonfirmasi menyebar di Indonesia, kinerja UMKM mengalami penurunan penjualan. UMKM dalam bidang makanan dan minuman, khususnya yang dikelola oleh keluarga, merupakan salah satu industri yang paling terdampak akibat Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan penurunan penjualan UMKM dalam bidang makanan dan minuman, khususnya yang dikelola oleh keluarga. Hasil penelitian menunjukkan penurunan terjadi setelah ditetapkannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar sebagai salah satu upaya pemerintah (daerah) untuk meminimalisir penularan Covid-19. Penelitian menunjukkan penurunan omzet hingga 50%, bahkan penurunan penjualan hingga hingga 90% pada UMKM keluarga dalam bidang makanan dan minuman. Oleh karena itu, strategi-strategi pengelolaan usaha untuk mempertahankan UMKM selama masa pandemi Covid-19 perlu dilakukan meskipun pemerintah telah menetapkan kebijakan untuk memperpanjang tenggat waktu dan mengurangi bunga pinjaman untuk UMKM.

Kata kunci: UMKM, UMKM keluarga bidang makanan dan minuman, Covid-19, PSBB.

Citation Format: Kwa,L.S., (2020). Tantangan dan Strategi UMKM Milik Keluarga (Bisnis Keluarga) Bidang Makanan dan Minuman dalam Menghadapi Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar Selama Pandemi Virus Corona (Covid-19) di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 78-89.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sebagian besar UMKM termasuk ke dalam 95% bisnis di Indonesia yang dikategorikan sebagai bisnis keluarga (PwC, 2014), karena menurut survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia dan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (2015), UMKM seringkali dikelola oleh keluarga. Karena itu, UMKM juga dapat disebut sebagai penopang perekonomian rumah tangga.

Selain menjadi penopang bagi perekonomian rumah tangga, keberadaan UMKM juga sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Hayashi dalam Hamzani & Achmad, 2017). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM memiliki pangsa pasar sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia (Haryanti & Hidayah, 2018). Sedangkan, menurut UKM Crisis Center, UMKM berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Hidranto, 2020). UMKM juga merupakan lapangan kerja terbesar di Indonesia yang telah menyerap 97,30% dari tenaga kerja negara (Yasa, 2016).

Meskipun demikian, sejak Covid-19 (wabah penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernafasan akut yang parah virus Corona 2 (SARS-CoV-2) pertama kali dikonfirmasi menyebar di Indonesia pada 2 Maret 2020 (Staff, 2021), kinerja UMKM di beberapa wilayah Indonesia mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan UMKM terjadi setelah ditetapkannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai salah satu upaya pemerintah (daerah) di Indonesia untuk memutus dan mencegah penyebaran Covid-19 agar tidak semakin meluas (Wijaya, 2020).

Penurunan penjualan pada UMKM dipaparkan oleh Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), Shinta W. Kamdani (Herlinda, 2020), bahwa secara umum kalangan pebisnis sangat mengapresiasi kebijakan pemerintah mengenai PSBB. Namun, secara ekonomi, dampak yang diberikan PSBB terhadap dunia bisnis cukup signifikan. Ia menyatakan, PSBB mendorong beberapa bisnis untuk menurunkan kapasitas produksinya akibat bahan baku dan operasional yang terbatas karena pergerakan rantai pasok yang tertekan oleh PSBB. Hal ini didukung oleh pernyataan Bhima Yudhistira Adhinegara (2020), seorang ekonom Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) yang menyatakan bahwa pemberlakuan PSBB berdampak terhadap sektor bisnis Indonesia, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Lidyana, 2020).

Dalam telekonferensi pada 16 April 2020, Staf Khusus Menteri Koperasi dan UKM Bidang Pemberdayaan Ekonomi Kreatif, Fiki Satari, mengatakan bahwa secara umum, 56% usaha kecil dan menengah di Indonesia mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut 22% disebabkan oleh permodalan, 15% karena terhambatnya proses distribusi, dan 4% disebabkan oleh kelangkaan bahan baku akibat Covid-19 (Nurhidayat, 2020). Sedangkan menurut survei UKM Crisis Center sebanyak 36,7% UMKM mengaku penjualan terhenti selama pandemi Covid-19, dan 26% persen UMKM menyebutkan mereka mengalami penurunan penjualan lebih dari 60% (Hidranto, 2020).

UMKM yang bergerak dalam industri makanan dan minuman merupakan salah satu yang paling terpuak selama pandemi Covid-19 (Deloitte, 2020). Berdasarkan catatan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), UMKM yang bergerak dalam industri makanan dan minuman telah mengalami penurunan penjualan sekitar 30% (Aminah, 2020).

Penurunan penjualan secara terus-menerus selama pandemi Covid-19 dapat menyebabkan kerugian yang semakin besar bagi pelaku usaha yang kemudian dapat mengakibatkan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), bahkan penutupan usaha. Mengingat kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia ((Haryanti & Hidayah, 2018); UKM Crisis Center dalam Hidranto (2020); dan (Yasa, 2016)), dampak dari kerugian UMKM tersebut dapat mengganggu stabilitas perekonomian nasional, seperti penurunan PDB dan meningkatkan tingkat pengangguran.

Oleh karena itu, mengingat pentingnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masalah terkait (1) bagaimana pengaruh kebijakan PSBB terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah yang dimiliki oleh keluarga, khususnya yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman selama masa pandemi Covid-19, (2) apa saja tantangan yang dihadapi UMKM, khususnya bagi UMKM di bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga dalam masa PSBB selama pandemi Covid-19, dan (3) bagaimana strategi-strategi preventif yang dapat dilakukan pelaku usaha UMKM sebagai bisnis keluarga untuk meminimalisir kerugian selama masa pandemi Covid-19 demi menjaga kesinambungan usaha dan stabilitas perekonomian nasional.

Berdasarkan uraian di atas, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi UMKM selama masa pandemi Covid-19, khususnya yang dimiliki oleh keluarga dan bergerak dalam bidang makanan dan minuman kepada pemerintah agar dapat dijadikan landasan dalam menetapkan kebijakan-kebijakan lainnya

mengenai UMKM yang terdampak Covid-19, maupun pedoman bagi pelaku usaha dalam mengimplementasikan strategi khususnya lingkup mikro, kecil dan menengah yang bergerak sebagai bisnis keluarga, terutama dalam bidang makanan dan minuman agar dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan atau penelitian kepustakaan merupakan metode penelitian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang obyek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan (Syaodih, 2009). Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh atau dikumpulkan dari orang lain yang telah melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002). Data sekunder yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah (tercetak dan/atau non-cetak), berita-berita, hasil survey, maupun undang-undang yang berkenaan dengan topik yang dikaji. Penulis kemudian menguraikan dan mendeksripsikan secara sistematis data yang telah diperoleh untuk memberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia Tenggara. Seperti negara-negara berkembang lainnya, UMKM merupakan sarana pemerataan kesejahteraan ekonomi dan sosial terbesar di Indonesia, dimana keberadaan UMKM merupakan solusi yang efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat khususnya bagi kelas kecil dan menengah. Hal ini didukung oleh data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tentang Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2016-2017, Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) berjumlah sebesar 62.922.617 unit usaha dan mencakup sekitar 99% dari perusahaan bisnis yang ada di Indonesia (Capri, 2018). Dengan itu, UMKM memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan mengurangi pengangguran di Indonesia (Samsiah & Lawita, 2017). UMKM juga berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebanyak 57-60% dan menyerap tenaga kerja hingga 97% (LPPI & BI, 2015).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia tahun 2014, UMKM di Indonesia terdiri dari beberapa unit usaha dengan jumlah sebagai berikut:



Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM, 2014

Gambar

1. Persentase

UMKM Indonesia 2014

Sehingga, kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia merupakan akumulasi dari beberapa sektor ekonomi, yaitu (i) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan (48,85%), (ii) Perdagangan, Hotel dan Restoran (28,83%), (iii) Pengangkutan dan Komunikasi (6,88%), (iv) Industri Pengolahan (6,41%), (v) Jasa-jasa (4,52%), (vi) Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan (2,37%), (vii) Bangunan (1,57%), (viii) Pertambangan dan Penggalian (0,53%), (ix) Listrik, Gas dan Air Bersih (0,03%) (LPPI dan BI, 2015).

Sejak tahun 2017, UMKM dalam bidang makanan dan minuman berkembang dengan pesat di Indonesia. Hal ini didukung oleh data yang diterbitkan oleh Kementerian Perindustrian Republik Indonesia pada tahun 2017 mengenai pertumbuhan industri makanan dan minuman yang mencapai 9,23%. Persentase tersebut menunjukkan peningkatan dari 2016 yang mencapai 8,46%. Pertumbuhan yang pesat tersebut membuat Menteri Perindustrian Republik Indonesia, Airlangga Hartarto (n.d) menyatakan bahwa UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman (masuk ke dalam unit perdagangan, hotel dan restoran) menjadi salah satu subsektor motor pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh Mahardika dalam Forbil (n.d.), menyatakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman didorong oleh keterlibatan UMKM. Pada tahun 2010, jumlah usaha makanan dan minuman dengan kategori usaha kecil dan mikro mencapai 960.305 perusahaan dan meningkat hingga mencapai 1.614.149 perusahaan pada tahun 2015. Sedangkan, berdasarkan survey yang dilakukan oleh *The Indonesian Institute*, pada tahun 2017, jumlah UMKM dalam bidang makanan dan minuman adalah 3.694.122 unit dan

jumlah tenaga kerja yang terserap 13.892.453 orang, dengan jumlah output sebesar 4.857 triliun rupiah (Amelia, Purbolaksono, & Syahayani, 2017).

Dengan tingginya tingkat pertumbuhan UMKM bidang makanan dan minuman, menurut data terbaru Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pada tahun 2018 sektor UMKM bidang makanan dan minuman mampu memberikan kontribusi tertinggi dibandingkan sektor-sektor lainnya terhadap PDB industri pengolahan nonmigas hingga 35,87% (Paramaesti, 2018).

Meskipun demikian, PSBB yang diterapkan pada beberapa daerah di Indonesia sebagai upaya pemerintah dalam mengurangi dan mencegah penyebaran maupun penularan Covid-19 telah memberikan dampak penurunan yang signifikan terhadap perekonomian. Menurut Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani, kebijakan PSBB memperlambat aktivitas ekonomi (*supply and demand*), sehingga menurunkan pendapatan masyarakat secara drastis, dan bahkan memaksa beberapa usaha untuk menutup bisnis mereka dalam jangka waktu yang tidak pasti (Widyamurti, 2020). Berdasarkan survei Moka, UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang paling terdampak akibat penyebaran virus corona atau Covid-19 yang makin meluas di tanah air (Pernando, 2020).

Hasil survei yang dilakukan oleh Moka didukung oleh hasil survei Smesco Indonesia, salah satu institusi dibawah naungan Kementerian Koperasi dan UKM, yang juga memaparkan hasil bahwa UMKM dalam bidang makanan dan minuman merupakan yang paling banyak terpuak akibat Covid-19 (Waseso, 2020). Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih, bisnis makanan dan minuman dengan skala mikro, kecil, dan menengah pada daerah-daerah yang diberlakukan PSBB mengalami penurunan omzet hingga 50%, bahkan penurunan penjualan hingga hingga 90% (Putra, 2020).

Menurut hasil SurveySensum, penurunan pendapatan pada UMKM dalam bidang makanan dan minuman diakibatkan oleh penurunan drastis akitivitas konsumen di luar rumah selama pandemi Covid-19 (Burhan, 2020). Sekitar 90% konsumen merasa kehidupan sehari-harinya terganggu sejak merebaknya Covid-19. Para konsumen mengalami kondisi psikologis takut tertular penyakit sehingga lebih memilih untuk berada di rumah. Sehingga, transaksi untuk makan dan minum di tempat selama PSBB diberlakukan hanya 5%. Selain itu, kebijakan PSBB juga mengganggu aktivitas produksi dan distribusi produk UMKM, karena distribusi pasokan barang mentah untuk produksi UMKM tersendat akibat

pemberlakuan penutupan wilayah maupun pengurangan aktivitas pengiriman barang (Harmawan, 2020).

Berdasarkan kepemilikannya, UMKM dalam bidang makanan dan minuman sebagai bisnis keluarga terdampak lebih dari signifikan, baik dalam sisi finansial maupun non finansial. Selama masa kebijakan PSBB diberlakukan, alasan lain dari penyebab menurunnya pendapatan pada UMKM bidang makanan dan minuman yang dikelola dan dijalankan oleh keluarga selain penurunan drastis aktivitas konsumen di luar rumah dan menurunnya kapasitas produksi akibat terganggunya proses distribusi bahan baku akibat PSBB adalah menurunnya produktivitas dan konsentrasi kerja karena sebagian besar pekerja (yang umumnya merupakan pemilik langsung ataupun pekerja yang merupakan anggota keluarga pemilik) harus menjadi lebih fokus pada anak-anak mereka karena sistem pembelajaran *online* yang dilakukan dari rumah.

Selain itu, UMKM yang dikelola oleh keluarga dalam bidang makanan dan minuman cenderung menggunakan teknologi yang relatif sederhana, sistem manajemen tidak profesional, kurang memiliki akses terhadap permodalan, kondisi keuangan yang tidak stabil, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi sehingga seringkali mengakibatkan minimnya inovasi strategi maupun produk (Mahlizal, Priatna, & Burhanuddin, 2016; Rahadi, 2017). Hal tersebut inilah yang membuat beberapa UMKM di bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga seringkali kalah bersaing dan terpuruk dalam masa pandemi Covid-19.

Oleh karena itu, meskipun pemerintah telah menetapkan kebijakan untuk memperpanjang tenggat waktu dan mengurangi bunga pinjaman untuk UMKM yang terkena dampak pandemi Covid-19 pada 16 Maret 2020 (Regulasi OJK (POJK) No. 11/POJK.03/2020) maupun membebaskan pajak penghasilan akhir untuk UMKM dan memberikan bantuan keuangan untuk modal bagi UMKM yang terdampak pandemi Covid-19, strategi-strategi pengelolaan usaha selama masa pandemi tetap perlu dilakukan oleh pelaku usaha UMKM, khususnya dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga demi terjaganya kesinambungan usaha dan stabilitas perekonomian nasional. Berikut ini adalah beberapa upaya yang dapat dilakukan UMKM bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga:

1) Penjualan dan Pemasaran Secara *Online*.

Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki mengungkapkan transaksi penjualan *online* meningkat hingga 350% di tengah pandemi Covid-19 (CNN, 2020).

Sedangkan, menurut data *e-commerce enabler* Sirclo, peningkatan permintaan yang terjadi pada produk UMKM makanan dan minuman secara online mencapai 143% selama masa PSBB (Iskandar, 2020). Oleh karena itu, agar dapat bersaing dan bertahan dalam masa pandemi Covid-19, pelaku usaha perlu bersikap adaptif terhadap kemajuan teknologi dengan memanfaatkan sistem penjualan online. Penjualan online harus didukung dengan pemasaran online melalui sosial media.

2) Inovasi Produk.

UMKM makanan dan minuman menerapkan strategi khusus seperti mengeluarkan produk makanan beku, ataupun minuman literan yang dapat disimpan oleh konsumen dalam jangka waktu yang lebih lama sehingga menciptakan tren baru dalam bisnis kuliner (Setyowati, 2020). Hal ini menuntut pelaku UMKM untuk harus mampu melakukan inovasi terhadap produk agar sesuai dengan permintaan konsumen selama masa pandemi Covid-19 berlangsung.

3) Menjaga Kepercayaan Konsumen Dengan Menerapkan dan Menginformasikan Penerapan Kebersihan sesuai dengan anjuran pemerintah serta Standar Keamanan Terpadu untuk Layanan Pesan-antar Makanan.

Pelaku usaha harus mewajibkan pemakaian masker dan sarung tangan untuk seluruh karyawan serta melakukan pengecekan harian suhu tubuh karyawan. Hal ini dilakukan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk makanan dan minuman yang dibeli tidak menjadi perantara penyebaran Covid-19.

4) Mengkomunikasikan dan Merencanakan Kebijakan untuk 3 sampai 18 Bulan ke Depan dengan Anggota Keluarga yang Terlibat dalam UMKM.

Sulit untuk mengukur berapa lama pandemi Covid-19 akan berlangsung. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha UMKM, khususnya dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga untuk mempersiapkan berbagai macam skenario. Misal, jika kritis terjadi selama 3 bulan, strategi dengan meminimalisir pengeluaran secara sementara dapat meringankan beban bisnis. Namun, apabila krisis berlanjut selama 9 bulan hingga 1 tahun, maka pelaku usaha harus mampu mengkonfigurasi ulang strategi bisnis untuk mengurangi biaya variabel, menegosiasikan kembali biaya tetap (sewa, gaji, pembayaran sewa peralatan, dan lain sebagainya), serta fokus pada hal-hal krusial lainnya untuk mempertahankan keberlangsungan UMKM. Apabila pandemi Covid-19 berlanjut hingga 18 atau lebih, maka beberapa pertimbangan serius diperlukan bulan atau lebih. Misalnya,

UMKM perlu merevisi kembali target pendapatan penjualan dengan rencana operasional yang baru.

5) Pro Aktif dalam Mencari Informasi Terbaru Mengenai Covid-19 di Indonesia.

Bersikap pro aktif dalam mencari sumber informasi terpercaya mengenai perkembangan terbaru tentang informasi yang berkaitan dengan Covid-19. Kebijakan yang sewaktu-waktu dapat diterapkan oleh pemerintah sebagai upaya penangan Covid-19 dapat mempengaruhi strategi-strategi yang telah ditetapkan UMKM.

6) Memisahkan Keuangan UMKM dengan Keuangan Pribadi dan Menyusun Laporan Keuangan.

Salah satu karakteristik dari UMKM yang dimiliki dan dikelola oleh keluarga adalah tidak ada pemisahan keuangan UMKM dengan keuangan pribadi dan laporan keuangan yang tidak tersusun dengan baik. Di tengah kondisi dimana ekonomi mengalami penurunan, pemisahan keuangan dan keberadaan laporan keuangan dapat membantu UMKM sebagai alat ukur pertumbuhan bisnis. Apabila laporan keuangan menunjukan peningkatan laba dan aset yang cukup signifikan, hal ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan mengalami perkembangan dan artinya pencapaian usaha sangatlah baik. Sebaliknya, apabila laporan keuangan menunjukan penurunan laba, maka perusahaan harus segera dapat segera melakukan strategi-strategi untuk mencegah kerugian yang lebih besar. Misalnya dengan mengevaluasi dan mengubah sistem pemasaran dengan metode yang lebih efektif, memperbaiki kualitas pengelolaan keuangan dengan kalkulasi yang lebih detail, ataupun inovasi produk.

Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut, UMKM khususnya yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga diharapkan dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19, dan juga dapat berkembang setelah pandemi Covid-19 usai.

KESIMPULAN

Cepatnya penyebaran virus Corona (Covid-19) membuat beberapa daerah di Indonesia menetapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berdampak negatif terhadap operasional dan keberlangsungan bisnis, khususnya bisnis dalam lingkup UMKM. UMKM yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman merupakan UMKM yang dianggap paling terdampak akibat adanya Covid-19 karena penurunan persentase penjualan yang cukup besar.

UMKM dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga terdampak lebih dari signifikan, baik dalam sisi finansial maupun non finansial. Hal ini disebabkan karena UMKM makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga cenderung masih menggunakan teknologi yang relatif sederhana dengan sistem manajemen tidak profesional. Selain itu, UMKM yang dikelola oleh keluarga umumnya kurang memiliki akses terhadap permodalan. Ditambah dengan kemampuan pengelolaan manajemen keuangan yang minim, pelaku usaha UMKM keluarga dalam bidang makanan dan minuman seringkali tidak melakukan pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Hal-hal tersebut secara tidak langsung menyebabkan kondisi keuangan UMKM yang dikelola keluarga dalam bidang makanan dan minuman tidak stabil, yang kemudian berdampak pada minimnya ruang gerak untuk inovasi strategi maupun produk. Minimnya ruang gerak untuk inovasi strategi maupun produk semakin mendukung keterpurukan UMKM karena PSBB akibat adanya pandemi Covid-19.

Kekuatan mental, adaptasi serta kemauan untuk terus belajar dan berkembang para pelaku UMKM keluarga bidang makanan dan minuman sangat diuji selama masa pandemi Covid-19. Peran pemilik bisnis dan kekompakan keluarga sangat dibutuhkan.

Pelaku usaha perlu memahami jika hanya mengandalkan bantuan dari pemerintah, UMKM tetap akan sulit untuk bertahan selama masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, sembari memanfaatkan bantuan finansial yang diberikan oleh pemerintah, UMKM makanan dan minuman milik keluarga harus tetap bersikap pro-aktif dalam menerapkan strategi-strategi pengelolaan usaha yang dapat membantu bisnis menghadapi masa kritis pada masa PSBB karena pandemi Covid-19. Strategi yang diterapkan harus bersifat adaptif dimana strategi yang diterapkan harus sesuai pada kondisi keuangan UMKM maupun kebijakan pemerintah yang terus berubah akibat pandemi Covid-19.

Dengan demikian, UMKM khususnya yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga diharapkan dapat bertahan selama masa pandemi Covid-19, dan dapat berkembang setelah pandemi Covid-19 usai.

Adapun di bawah ini adalah beberapa saran dari peneliti terkait dengan kepentingan penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Memperdalam penelitian mengenai UMKM yang dikelola oleh keluarga (merupakan bisnis keluarga) di wilayah Indonesia.
2. Memperluas penelitian mengenai UMKM dalam bidang makanan dan minuman di Indonesia.

3. Mengadakan penelitian mengenai UMKM yang mengkhususkan pada UMKM bidang makanan dan minuman yang dikelola oleh keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus, peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak Liem Gai Sin dan Bapak Sarbini Wono selaku dosen pembimbing pada saat penelitian ini dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., Purbolaksono, A., & Syahayani, Z. (2017, February). *Analisis Peta Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Retrieved from The Indonesian Institute: <https://adoc.pub/queue/analisis-peta-industri-makanan-dan-minuman-di-indonesia.html>
- Aminah, A. N. (2020, March 17). *Ini Usulan Hipmi untuk Gairahkan UMKM Makanan dan Minuman*. Retrieved from REPUBLIKA: <https://republika.co.id/berita/q7cgdn384/ini-usulan-hipmi-untuk-gairahkan-umkm-makanan-dan-minuman>
- Burhan, F. A. (2020, April 15). *Bisnis Anjlok akibat Pandemi Corona, UMKM Bisa Ubah Strategi Usaha*. Retrieved from Kata Data: <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5e9a41c9131dc/bisnis-anjlok-akibat-pandemi-corona-umkm-bisa-ubah-strategi-usaha>
- Capri, A. (2018, October). *MICRO AND SMALL BUSINESSES IN INDONESIA'S DIGITAL ECONOMY: KEYS TO DEVELOPING NEW SKILLS AND HUMAN CAPITAL*. Retrieved from Asian Pasific Foundation of Canada: <https://apfcanda-msme.ca/sites/default/files/2019-03/Micro%20and%20Small%20Businesses%20in%20Indonesia's%20Digital%20Economy.pdf>
- CNN. (2020, April 28). *Transaksi Online Produk UMKM Naik 350 Persen Saat Corona*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200428194546-92-498232/transaksi-online-produk-umkm-naik-350-persen-saat-corona>
- Deloitte. (2020). *Deloitte Indonesia Business and Industry Updates*. Retrieved from Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/consumer-business/id-consumer-covid19-2020.pdf>
- Hamzani, U., & Achmad, D. (2017). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Coaching Program. *Journal of Business and Economics Review*, 2(3), 20-25.
- Harmawan, B. N. (2020, April 13). *Stimulus UMKM di Tengah Badai Corona*. Retrieved from Detik News: <https://news.detik.com/kolom/d-4974884/stimulus-umkm-di-tengah-badai-corona>
- Haryanti, D. M., & Hidayah, I. (2018, July 24). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. Retrieved from www.ukmindonesia.id: <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Herlinda, W. D. (2020, April 18). *Sepekan Lebih PSBB di Jakarta, Bagaimana Saran dan Kritik dari Dunia Usaha? Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Sepekan Lebih PSBB di Jakarta, Bagaimana Saran dan Kritik dari Dunia Usaha?", Klik selengkapnya di sini: <https://ekonomi.bisn>*. Retrieved from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200418/12/1229069/sepekan-lebih-psbb-di-jakarta-bagaimana-saran-dan-kritik-dari-dunia-usaha>
- Hidranto, F. (2020, April 19). *Ekstra Insentif Agar UMKM Tetap Aktif*. Retrieved from indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/1780/ekstra-insentif-agar-umkm-tetap-aktif>
- Iskandar. (2020, April 20). *Dampak Covid-19, Belanja Makanan dan Minuman Online Naik 143 Persen di Indonesia*. Retrieved from Liputan6: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4232324/dampak-covid-19-belanja-makanan-dan-minuman-online-naik-143-persen-di-indonesia>
- Lidyana, V. (2020, April 8). *Dampak PSBB ke Ekonomi dan Pesan untuk Anies*. Retrieved from Detik Finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4969028/dampak-psbb-ke-ekonomi-dan-pesan-untuk-anies>
- LPPI, & BI. (2015, September). *PROFIL BISNIS USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Retrieved from www.bi.go.id: <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>
- Mahardika, R. B. (n.d.). *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Era Industria 4.0*. Retrieved from Forbil Institute: https://forbil.org/manage/statics/publication/21/Forbil_EBook_Series_Okt-I_Industri_Makanan_dan_Minuman.pdf
- Mahlizal, F., Priatna, W. B., & Burhanuddin. (2016). Pengaruh Keluarga Dan Lingkungan Ekonomi Terhadap Kinerja Usaha Tahu Di Kabupaten Bogor. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4(1), 17-26.
- Nurhidayat, D. (2020, April 16). *Pemerintah Siap Bantu 37 Ribu UMKM Terdampak Covid-19*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/ekonomi/304617/pemerintah-siap-bantu-37-ribu-umkm-terdampak-covid-19>
- Paramaesti, C. (2018, September 16). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 8,67 Persen Triwulan II 2018*. Retrieved from Bisnis Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/1127039/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-867-persen-triwulan-ii-2018/full&view=ok>
- Pernando, A. (2020, March 27). *Riset : Industri F&B Paling Terdampak Pandemi Corona*. Retrieved from Ekonomi Bisnis: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200327/12/1218688/riset-industri-fb-paling-terdampak-pandemi-corona>
- Putra, D. A. (2020, April 12). *Dampak Virus Corona, Industri Makanan Kesulitan Bahan Baku & Harga Mahal*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/uang/dampak-virus-corona-industri-makanan-kesulitan-bahan-baku-harga-mahal.html>
- PwC. (2014, September). *Survey Bisnis Keluarga 2014 Indonesia*. Retrieved from www.pwc.com/id: <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/indonesia-report-family-business-survey-2014.pdf>
- Rahadi, D. R. (2017). ranformasi Inovasi Bisnis Keluarga Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ecoment Global*, 2(1), 1-11.

- Samsiah, S., & Lawita, N. F. (2017). Review the Readiness of MSMEs in Indonesia Compliance with Accounting Standards Micro, Small and Medium Enterprise (SAK EMKM). *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 7(2), 115 – 120.
- Setyowati, D. (2020, April 21). *UMKM Bertahan, Pandemi Corona Ciptakan Tren Baru di Bisnis Kuliner* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul "*UMKM Bertahan, Pandemi Corona Ciptakan Tren Baru di Bisnis Kuliner*", <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9e858dbacb4/u>. Retrieved from Kata Data: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9e858dbacb4/umkm-bertahan-pandemi-corona-ciptakan-tren-baru-di-bisnis-kuliner>
- Staff, M. C. (2021, July 14). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19)*. Retrieved from Mayo Clinic: <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963?p=1>
- Syaodih, N. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Waseso, R. (2020, April 21). *Bisnis UMKM olahan makanan paling terdampak corona*. Retrieved from Nasional Kontan: <https://nasional.kontan.co.id/news/bisnis-umkm-olahan-makanan-paling-terdampak-corona>
- Widyamurti, E. (2020, April 18). *Gov't Braces for Economic Slowdown Due to Large-Scale Social Restrictions*. Retrieved from Cabinet Secretariat of The Republic of Indonesia: <https://setkab.go.id/en/govt-braces-for-economic-slowdown-due-to-large-scale-social-restrictions/>
- Wijaya, C. (2020, April 16). *Virus corona: Sejumlah usaha kecil dan menengah 'tutup hingga rumahkan karyawan', pemerintah diminta 'dahulukan bantuan bagi usaha strategis'*. Retrieved from BBC News Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-52283321>
- Yasa, G. N. (2016). *Indonesia SMEs: Increased Government Support to Overcome Challenges*. Retrieved from Global Business Guide Indonesia: http://www.gbgingonesia.com/en/main/why_indonesia/2016/indonesia_smes_increased_government_support_to_overcome_challenges_11603.php



Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata melalui Orientasi Pasar dan Strategi *Competitive Advantage* bagi Pemulihan Sektor Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia

Rut Juni Grace Silalahi¹, Mariana Simanjuntak²

^{1,2} Manajemen Rekayasa, Institut Teknologi Del, Jalan P.I.Del, Laguboti, Indonesia, 22381

Correspondence: Rut Juni Grace Silalahi (rutsilalahi654@gmail.com)

Received: 30 07 21 – Revised: 04 08 21 - Accepted: 06 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata menggunakan strategi *competitive advantage*. Penelitian ini dapat menjadi salah satu rekomendasi kepada pelaku UMKM Pariwisata dan pemerintah untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM khususnya bagi pemulihan sektor pariwisata. Pemilihan variabel diperoleh melalui wawancara terhadap pelaku UMKM dan studi literatur. Variabel penelitian terdiri dari orientasi pasar (X1), orientasi kewirausahaan (X2), lingkungan (X3), strategi *competitive advantage* (Y1) dan kinerja pemasaran (Y2). Sampel penelitian menggunakan 100 pelaku UMKM Pariwisata. Metode yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan pendekatan PLS Versi 3. Hasil nilai *R square* menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan lingkungan terhadap kinerja pemasaran sebesar 76,1%. Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan lingkungan terhadap strategi *competitive advantage* sebesar 74,8%. Hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar dan strategi *competitive advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran yang dijadikan sebagai variabel atau faktor untuk meningkatkan kinerja pemasarannya UMKM.

Kata kunci: UMKM Pariwisata, Kinerja Pemasaran, *Competitive Advantage*, Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Lingkungan

Citation Format: Silalahi1, R.J.G, Simanjuntak, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata melalui Orientasi Pasar dan Strategi *Competitive Advantage* bagi Pemulihan Sektor Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2021, 103-113.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pariwisata memberikan dampak positif bagi pariwisata Indonesia melalui peran masyarakat khususnya para pelaku pariwisata untuk memperkenalkan aset-aset kepariwisataan Indonesia (Samosir, 2018). Menurut Tambunan (2020) sektor pariwisata dapat menumbuhkan ekonomi secara inklusif untuk mendorong dan mengembangkan bisnis lokal, seperti kerajinan, kuliner, dan penyewaan kendaraan yang akan menyerap tenaga kerja dengan demikian mengurangi kemiskinan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008, Danau Toba sebagai KSPN (Kawasan Strategis Pariwisata Nasional). Danau Toba dikelilingi oleh delapan kabupaten, salah satunya Kabupaten Toba dengan ibukota Balige. Pada tahun 2019, pemerintah Kabupaten Toba membentuk Asosiasi UMKM dengan tujuan agar pengurus dapat bersinergi dan menjalin kerja sama antar pelaku UMKM di Toba. Keberadaan asosiasi diharapkan mampu meningkatkan potensi UMKM Toba dan wirausaha baru. Ketua Asosiasi UMKM Toba, menyebutkan:

“Saat ini, program kerja Asosiasi masih terhambat karena pandemi akan tetapi kegiatan tahunan, seperti melakukan pameran wajib dilakukan tiga kali dalam setahun sebagai bentuk apresiasi terhadap pelaku UMKM. Selain itu, asosiasi menerima aspirasi pelaku UMKM yang terdaftar ke asosiasi dan aspirasi diajukan ke pemerintah terkait. Jika dilihat dari perkembangan UMKM Toba dari segi kuantitasnya dapat dikatakan bertumbuh, namun dari segi pertumbuhan penjualan, keuntungan dan cakupan pasar belum dapat dikatakan bertumbuh. Ini terjadi karena pelaku UMKM belum berorientasi secara maksimal untuk mengembangkan usahanya”.

Menurut Mulyani dalam (Primanita, 2017) pelaku UMKM harus mampu membenah diri agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja pemasarannya. Menurut Winata dalam (Primanita, 2017) penilaian kinerja perusahaan secara keseluruhan dilakukan dengan mengevaluasi hasil kinerja pemasaran perusahaan. Sebuah bisnis membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan bisnis atau organisasi. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi *competitive advantage* atau keunggulan bersaing. Menurut Ekawati et al. (2016) untuk menjalankan bisnis dengan kinerja yang baik dibutuhkan strategi keunggulan bersaing.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata. Metode yang digunakan adalah SEM PLS Versi 3. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah strategi *competitive advantage*, dan kinerja pemasaran, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan lingkungan.

Menurut Agustinus dalam (Mohamad, R., & Niode, 2020) dengan menerapkan *competitive advantage* memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan pesaing. Strategi bersaing bertujuan untuk memperketat persaingan agar tujuan dari rencana perusahaan dapat terwujud. Semakin banyak keunggulan yang dimiliki perusahaan maka keuntungan juga akan besar.

Menurut Sugiyarti, G., & Ardyan (2017) kinerja pemasaran sebagai alat untuk mengukur tercapainya strategi yang diterapkan perusahaan dalam memasarkan produk ke konsumen. Menurut Kohli & Jaworski dalam (Jayaningrum, 2017) orientasi pasar bertujuan untuk menjawab keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan dimasa yang akan datang dengan menerapkan intelijen pasar dan membagi tugas ke berbagai divisi dalam perusahaan. Orientasi kewirausahaan mencakup proses, implementasi, serta aktivitas membuat keputusan untuk mendorong new entry (Cahyani, 2017). Lingkungan adalah kondisi yang bergantung pada kekuatan yang mempengaruhinya (Sukarno, 2018). Berikut variabel dan indikator penelitian yang digunakan.

Variabel Eksogen/Bebas

Tabel 1. Variabel dan Indikator Bebas

Variabel	Indikator	Simbol
Orientasi Pasar (X1)	Orientasi pelanggan	X1,1
	Orientasi pesaing	X1,2
	Koordinasi <i>interfungsional</i>	X1,3
	Bekerja secara efektif dan efisien	X1,4
	Aktivitas yang menciptakan kepuasan	X1,5
Orientasi Kewirausahaan (X2)	Keinovasian	X2,1
	Kemandirian	X2,2
	Keberanian mengambil risiko	X2,3
	Pengalaman berwirausaha	X2,4
	Proaktif	X2,5
Lingkungan (X3)	Perubahan peraturan	X3,1
	Teknologi	X3,2
	Permintaan konsumen berubah-ubah	X3,3
	Faktor kebudayaan	X3,4
	Tingkat pesaing	X3,5

Variabel Endogen/Terikat

Tabel 2. Variabel dan Indikator Bebas

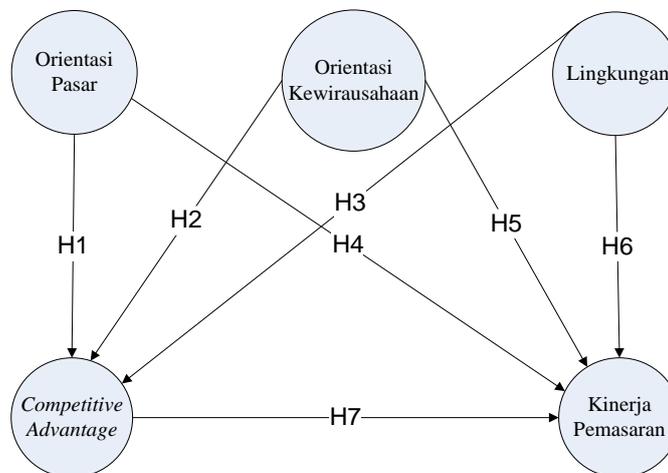
Variabel	Indikator	Simbol
Strategi <i>Competitive Advantage</i> (Y1)	Diferensiasi produk	Y1,1
	Kepemimpinan biaya	Y1,2
	Harga bersaing	Y1,3
	Produk yang unik atau strategi <i>focus</i>	Y1,4
	Produk tidak mudah ditiru	Y1,5
Kinerja Pemasaran (Y2)	Pelanggan baru	Y2,1
	Profitabilitas atau keuntungan	Y2,2
	Jumlah penjualan produk meningkat/pertumbuhan penjualan	Y2,3
	Pangsa pasar	Y2,4
	Tingkat kepuasan pelanggan	Y2,5

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dimulai dengan observasi ke beberapa UMKM di Kabupaten Toba. Setelah mengetahui permasalahan selanjutnya penulis melakukan studi literatur untuk mengetahui variabel dan indikator yang mempengaruhi kinerja pemasaran UMKM, untuk mendukung terbentuknya indikator maka penulis melakukan wawancara terhadap beberapa pelaku UMKM untuk mengetahui indikator kinerja pemasaran. Selanjutnya 25 indikator tersebut digunakan untuk membentuk 25 butir pertanyaan yang kemudian dilakukan uji instrumen yaitu kuesioner. Uji instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah disusun sudah valid dan reliabilitas sebelum disebar. Ketika kuesioner sudah teruji secara instrumen maka selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner. Maka langkah pengolahan data dan analisis dapat dilakukan. Analisis terlebih dahulu dilakukan dengan langkah-langkah yang di ada di PLS. Jika tujuan dari analisis sudah terpenuhi maka hasil berupa hipotesis dapat diperoleh melalui analisis pengujian validitas dan reliabilitas

Model Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Hipotesis

Berdasarkan model hipotesis pada Gambar 1, maka penulis dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap *Competitive Advantage*

Hipotesis yang dilakukan oleh Fatmawati et al. (2016) menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi *competitive advantage*. Selain itu, Jayaningrum (2017) juga membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap strategi *competitive advantage*. Menurut Narver dkk dalam (Wirawan, 2017) orientasi pasar sangat efektif dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap *competitive advantage*.

H_1 : terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap *competitive advantage*.

2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap *Competitive Advantage*

Menurut Byarwati, A., & Hidayati (2017) orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap strategi *competitive advantage*. Menurut Jayaningrum (2017) orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap strategi *competitive advantage*. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap *competitive advantage* .

H_1 : terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap *competitive advantage* .

3. Pengaruh Lingkungan terhadap *Competitive advantage*

Menurut Prasetya (2008) pengaruh lingkungan terhadap keunggulan bersaing diterima dengan indikator seperti perubahan peraturan, teknologi, permintaan konsumen yang berubah-ubah. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap *competitive advantage*.

H_1 : terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap *competitive advantage*.

4. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran

Menurut Wirawan (2017) orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Kemudian, menurut Fatmawati (2016) terdapat pengaruh orientasi pasar beserta indikator yang menciptakan kepuasan pelanggan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.

H_1 : terdapat pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.

5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran

Menurut Merakati et al. (2017) orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran sebesar 18%. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

H_1 : terdapat pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

6. Pengaruh Lingkungan terhadap Kinerja Pemasaran

Menurut Hessels et al. dalam (Rosyafah, 2017) dinamika lingkungan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, demikian oleh Cohen yang menyatakan bahwa lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap kinerja pemasaran.

H_1 : terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap kinerja pemasaran.

7. Pengaruh *Competitive Advantage* terhadap Kinerja Pemasaran

Menurut Prasetya (2008) bahwa semakin tinggi keunggulan kompetitif maka akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selain itu, menurut Wulandari, E., & Murniawaty (2019) bahwa keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan teori di atas, dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat pengaruh antara *competitive advantage* terhadap kinerja pemasaran.

H_1 : terdapat pengaruh antara *competitive advantage* terhadap kinerja pemasaran.

Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode SEM PLS, sehingga menurut Hair et al. dalam (Haryono, 2016) ukuran sampel minimum PLS yaitu sama atau lebih besar dengan kondisi:

a. Sepuluh kali dari jumlah indikator formatif terbesar dalam penelitian,

b. Sepuluh kali dari jumlah jalur structural terbesar yang mengarah ke suatu konstruk tertentu.

Berdasarkan ketentuan tersebut, jika menerapkan poin b, sampel penelitian adalah $10 \times 4 = 40$ sampel, di mana variabel dominan mengarah ke variabel kinerja pemasaran. Akan tetapi, dalam analisis SEM disebutkan bahwa semakin banyak sampel penelitian maka pengujian akan semakin baik. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden/pelaku UMKM Pariwisata (terdiri dari pemilik, manajer, karyawan UMKM yang masih beroperasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum analisis model struktural dilakukan, terlebih dahulu melakukan analisis model pengukuran. Pada analisis model pengukuran dilakukan percobaan pertama dan kedua yang

menghasilkan adanya indikator yang tidak memenuhi, sehingga indikator tersebut dihilangkan.

Merancang Model Pengukuran

Model pengukuran terdiri dari 2 tahap uji, yaitu:

- Uji validitas yang terdiri dari *convergent validity* dan *diskriminan validity*.
- Reliabilitas dilakukan dengan menguji *composite reliability* dan *cronbach's alpha*

Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas konvergen yang dihasilkan menghasilkan bahwa semua variabel telah valid karena nilai *factor loading* $\geq 0,7$ yang artinya semua indikator valid dan ideal. Uji validitas diskriminan dengan memperhatikan nilai AVE. Berikut hasil nilai AVE pada setiap variabel dapat di lihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai AVE Valid

Variabel	AVE
Kinerja Pemasaran (Y2)	0.825
Lingkungan (X3)	0.792
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0.790
Orientasi Pasar (X1)	0.775
Strategi Competitive Advantage (Y1)	0.711

Dikarenakan nilai AVE yang dihasilkan $> 0,5$ maka dapat dikatakan variabel baik.

Hasil uji validitas diskriminan dengan memperhatikan nilai cross loading dengan syarat bahwa setiap konstruk memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai korelasi yang sebenarnya, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Cross Loading Valid

	Orientasi Pasar (X1)	Orientasi Kewirausahaan (X2)	Lingkungan (X3)	Strategi Competitive Advantage (Y1)	Kinerja Pemasaran (Y2)
X1.1	0.891	0.651	0.700	0.677	0.699
X1.2	0.872	0.693	0.676	0.710	0.762
X1.3	0.888	0.659	0.641	0.619	0.720
X1.4	0.923	0.730	0.693	0.753	0.747
X1.5	0.869	0.708	0.721	0.691	0.647
X2.2	0.797	0.920	0.716	0.692	0.739
X2.3	0.631	0.909	0.617	0.578	0.598
X2.4	0.667	0.895	0.595	0.586	0.696
X3.1	0.752	0.649	0.922	0.773	0.713
X3.3	0.559	0.529	0.843	0.665	0.601
X3.5	0.713	0.690	0.875	0.773	0.693
Y1.1	0.700	0.641	0.764	0.836	0.739
Y1.2	0.558	0.451	0.564	0.779	0.567
Y1.3	0.674	0.646	0.710	0.871	0.706
Y1.4	0.677	0.550	0.769	0.883	0.723

	Orientasi Pasar (X1)	Orientasi Kewirausahaan (X2)	Lingkungan (X3)	Strategi Competitive Advantage (Y1)	Kinerja Pemasaran (Y2)
Y2.1	0.711	0.695	0.684	0.706	0.923
Y2.2	0.750	0.700	0.712	0.740	0.921
Y2.3	0.678	0.651	0.683	0.737	0.912
Y2.4	0.751	0.683	0.735	0.762	0.870
Y2.5	0.693	0.711	0.562	0.685	0.819

Uji Reliabilitas

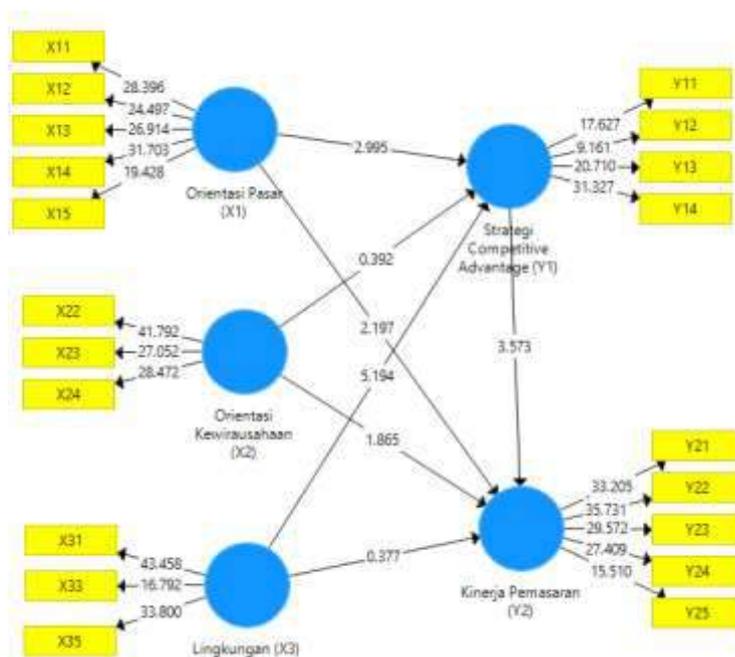
Uji ini dilakukan untuk menunjukkan keakuratan alat ukur yang digunakan dalam mengukur suatu konsep yaitu dengan memperhatikan nilai composite reliability dan cronbach's alpha. Berdasarkan hasil uji *construct reliability* dan *validity* menghasilkan setiap variabel memiliki nilai composite reliability and cronbach alpha > 0,70.

Tabel 5. Hasil Construct Reliability dan Validity

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kinerja Pemasaran (Y2)	0.934	0.950
Lingkungan (X3)	0.855	0.912
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0.894	0.934
Orientasi Pasar (X1)	0.933	0.950
Strategi Competitive Advantage (Y1)	0.864	0.907

Merancang Model Struktural

Setelah uji validitas terlaksana selanjutnya merancang model struktural pada penelitian ini. Berikut hasil model struktural penelitian dapat di lihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Model Struktural

Estimasi: Koefisien Jalur, Loading dan Weight

Di dalam PLS, estimasi parameter dihitung dengan *least square methods*. Di mana proses perhitungan dengan cara iterasi dan akan selesai ketika iterasi sudah mencapai kondisi yang konvergen. Adapun pendugaan parameter, diantaranya:

Weight estimate atau estimasi bobot: untuk membuat bobot dan menciptakan skor pada variabel laten.

Menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y1 = 0,298X1 + 0,040X2 + 0,581X3; Y2 = 0,284X1 + 0,220X2 + 0,043X3 + 0,409Y1$$

Selain itu, terdapat korelasi yang lebih dominan terhadap strategi *competitive advantage* (Y1) adalah variabel lingkungan sebesar 58,1%, sedangkan korelasi yang lebih dominan terhadap kinerja pemasaran (Y2) adalah variabel orientasi kewirausahaan sebesar 40,9%.

Evaluasi Goodness of Fit (GOF)

Berdasarkan perolehan nilai Q^2 untuk variabel endogen memiliki korelasi yang sangat kuat. Selanjutnya, dilakukan perhitungan nilai GOF agar diketahui kelayakan model.

- a. Penilaian GOF untuk strategi *competitive advantage*

$$GOF = \sqrt{AVE \times R^2} = \sqrt{0,711 \times 0,761}$$

$$GOF = 0,735575$$

- b. Penilaian GOF untuk kinerja pemasaran

$$GOF = \sqrt{AVE \times R^2} = \sqrt{0,792 \times 0,748}$$

$$GOF = 0,769685$$

Nilai yang dihasilkan $> 0,36$ maka nilai GOF yang bersifat besar dan pemodelan baik.

Berdasarkan Gambar 2 di atas diperoleh nilai *t-statistics* antara variabel independen ke variabel dependen dalam Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Bootstrapping

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Lingkungan -> Kinerja Pemasaran	0.043	0.045	0.115	0.377	0.706
Lingkungan -> Strategi <i>Competitive Advantage</i> Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Pemasaran Orientasi Kewirausahaan -> Strategi <i>Competitive Advantage</i>	0.581	0.585	0.112	5.194	0,000
Orientasi Pasar -> Kinerja Pemasaran Orientasi Pasar -> Strategi <i>Competitive Advantage</i>	0.220	0.208	0.118	1.865	0,063
Orientasi Pasar -> Kinerja Pemasaran	0.040	0.044	0.103	0.392	0.695
Orientasi Pasar -> Kinerja Pemasaran	0.284	0.279	0.129	2.197	0.028
Orientasi Pasar -> Kinerja Pemasaran	0.298	0.286	0.100	2.995	0,003

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Strategi <i>Competitive Advantage</i> -> Kinerja Pemasaran	0.409	0.422	0.115	3.573	0,000

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat dijelaskan bahwa empat dari tujuh hipotesis terdukung secara statistik dikarenakan nilai *t-statistics* $\geq 1,96$.

KESIMPULAN

Orientasi pasar dapat dilakukan dengan aktivitas UMKM yang memusatkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dari segi kualitas produk, proses pengiriman produk yang tidak memakan waktu lama, hingga produk digunakan dalam keadaan aman dan nyaman sehingga pelanggan tidak kecewa dengan pelayanan atau produk UMKM. Memenuhi kebutuhan pelanggan dilakukan dengan menganalisis target pelanggan yang bagaimana diinginkan UMKM. Pengiriman produk sudah dapat diestimasi dan adanya kerja sama dengan pihak pengiriman seperti JNE agar tidak memakan waktu lama sampai ke pelanggan. Serta produk tidak rusak ketika sampai ke pelanggan dan tidak memiliki efek samping bagi tubuh ketika dikonsumsi. Di mana semakin baik penerapan kegiatan tersebut maka kinerja pemasaran juga akan semakin baik atau meningkat. Namun, berdasarkan hasil penelitian juga diperoleh bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh untuk meningkatkan strategi *competitive advantage*, sehingga dapat dikatakan secara tidak langsung orientasi pasar mempengaruhi keunggulan bersaing. Strategi *competitive advantage* dapat dilakukan dengan produk yang diciptakan berbeda dengan pesaing pada industri yang sama. Seperti produk kuliner memiliki varian rasa, warna menarik, dan bentuk menarik yang dapat memikat perhatian pelanggan untuk membeli. Setelah kegiatan tersebut dilakukan, harga produk akan memiliki nilai yang bersaing dan UMKM memiliki keuntungan karena memiliki keunggulan. Serta, UMKM memiliki target pasar yang lebih luas dan pertumbuhan penjualan akan meningkat. Di mana semakin baik penerapan strategi *competitive advantage* maka kinerja pemasaran juga akan semakin baik dan meningkat. Namun, berdasarkan hasil penelitian juga diperoleh bahwa terdapat pengaruh lingkungan terhadap keunggulan bersaing atau *competitive advantage*, sehingga lingkungan melalui tingkat persaingan UMKM secara tidak langsung mempengaruhi keunggulan bersaing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Ibu Mariana Simanjuntak, dosen-dosen Manajemen Rekayasa IT Del, pihak-pihak yang terlibat selama pengumpulan data mulai dari dinas pariwisata dan kebudayaan Toba, dinas Koperindag Toba, dan para pelaku UMKM di Kabupaten Toba.

DAFTAR PUSTAKA

- Byarwati, A., & Hidayati, R. (2017). Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk UMKM di Kampung Wisata Tegalwaru Kabupaten Bogor. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 6(1), 268–276.
- Cahyani, V. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Lingkungan Industri terhadap Kinerja Pemasaran melalui Strategi Pemasaran pada UMKM Genteng Kabupaten Kebumen*. Universitas Negeri Semarang.
- Ekawati, N. W., Rahyuda, I. K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). The

- Implementation of Ecopreneurship and Green Innovation in Building Competitive Advantage to Generate Success of New Spa Products in Bali. *International Business Management*, 10(14), 2660–2669.
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Jayaningrum, E. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe Kota Malang) [Universitas Brawijaya]. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 54, Issue. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>
- Merakati, I., Rusdarti, R., & Wahyono, W. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13, 1–14. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/view/7062>
- Prasetya, G. L. (2008). *Membangun Keunggulan Kompetitif melalui Aliansi Strategik untuk meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT. POS Indonesia Wilayah VI Jateng dan DIY)*. Universitas Diponegoro.
- Primanita, N. (2017). *Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran dan Inovasi pada UMKM Tenun di Kabupaten Jepara*. Universitas Negeri Semarang.
- Rosyafah, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Bisnis terhadap Kinerja (Studi Pada UKM Produk Unggulan di Kabupaten Sidoarjo). *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Ilmu Manajemen Indonesia (AIMI): Peningkatan Nilai Tambah Resources Dalam Lingkungan Yang Penuh Ketidakpastian*, 459–466.
- Samosir, E. R. (2018). *Analisa Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perkembangan Bisnis Pariwisata di Kabupaten Toba Samosir dengan Adanya Pembangunan Danau Toba*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Sugiyarti, G., & Ardyan, E. (2017). Market Sensing Capability and Product Innovation Advantages in Emerging Markets: The Case of Market Entry Quality and Marketing Performance of Batik Industry in Indonesia. *LSU Business & Economics Review*, 27(1), 1–12.
- Sukarno, G. (2018). Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Peran Lingkungan, Inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 15(3), 332–351. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2011.v15.i3.372>
- Tambunan, T. (2020). *Politik Ekonomi UMKM dan Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19*. Pustaka LP3ES.
- Wirawan, Y. R. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 5(1), 56–69. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v5i1.1006>
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra serta Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Analisis Efisiensi Pelaksanaan Sistem Informasi Pengelolaan Inventarisasi Aset Daerah Pada Kecamatan Purwokerto Selatan

Ria Manurung¹, Miftha Rizkina²

¹ Komputerisasi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso,
Jalan SMP 5 Karang Klesem, Purwokerto 53144

² Akuntansi, Universitas Pembangunan Panca Budi,
Jalan Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Sei Sikambing, Medan 20122

Received: DD MM YY – Revised: DD MM YY - Accepted: DD MM YY - Published: DD MM YY

Abstrak. Tujuan penelitian yaitu mengelola data inventarisasi aset daerah di kantor kecamatan Purwokerto Selatan menjadi efisien, cepat dan akurat. Evaluasi terhadap pelaksanaan sistem informasi inventarisasi aset dilakukan untuk menilai sejauh mana efisiensi dan manfaat yang dapat dicapai. Metode yang digunakan untuk penelitian adalah wawancara, observasi, survei dan kepustakaan. Metode Pengembangan Sistem menggunakan metode System Development Life Cycle (SDLC) dengan model Waterfall. Uji Hipotesis menggunakan Paried Sampel t-Test untuk membandingkan waktu dan banyaknya jumlah barang yang diinventarisasi sebelum dan sesudah menggunakan sistem informasi inventarisasi aset dengan alat bantu aplikasi SPSS. Uji Normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui persebaran data apakah terdistribusi normal atau tidak. Pengujian terhadap sistem menggunakan metode White-Box Testing dan Black-Box Testing. Metode penentuan sampel penelitian dengan purposive sampling yang berjumlah 30 responden dengan kriteria yang dapat mengoperasikan komputer, merupakan pegawai PNS di kantor kecamatan Purwokerto Selatan dan di kantor kecamatan Purwokerto Barat. Penentuan jumlah populasi sebanyak 33 orang dengan menggunakan Rumus Slovin. Hasil penelitian yang diperoleh dari uji hipotesis yaitu parameter waktu yang menghasilkan mean waktu sebesar 13,4917 menit sebelum adanya sistem informasi inventarisasi aset dan mean waktu sesudah adanya sistem informasi inventarisasi aset yaitu sebanyak 3.2533 menit. Hasil yang diperoleh dari uji manfaat yaitu rata-rata untuk indikator “Kegunaan” sebesar 84%, “Mudah Dipelajari” sebesar 82%, “Efisiensi” yaitu 88% dan “Akurat” sebesar 87%. Kesimpulan penelitian bahwa Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah Kecamatan Purwokerto Selatan sangat efisien sebagai alternatif pengelolaan inventarisasi aset.

Kata kunci: Waterfall, Inventarisasi, Aset, Hipotesis, Purposive sampling

Citation Format: Manurung, R. Rizkina, M. (2020). Analisis Efisiensi Pelaksanaan Sistem Informasi Pengelolaan Inventarisasi Aset Daerah Pada Kecamatan Purwokerto Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 114-124

PENDAHULUAN

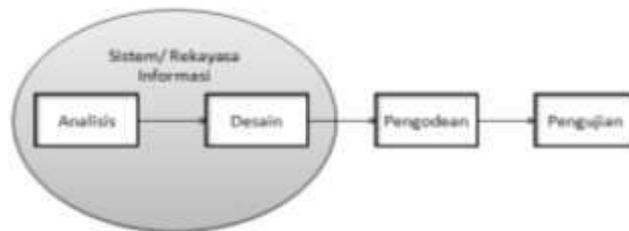
Kantor Kecamatan Purwokerto Selatan merupakan salah satu kantor yang berada di wilayah Purwokerto yang terdiri dari 4 kecamatan yaitu Kecamatan Purwokerto Selatan, Barat, Utara dan Timur. Purwokerto adalah ibu kota Kabupaten Banyumas yang berada di wilayah Propinsi Jawa Tengah. Kantor Kecamatan merupakan instansi pemerintah yang bergerak di bidang pelayanan masyarakat. Kelemahan dalam kegiatan pelayanan di kantor kecamatan Purwokerto Selatan yaitu pengelolaan dan penyimpanan data inventaris aset yang dalam hal ini adalah barang inventarisasi dilakukan secara manual dengan menggunakan buku besar. Sehingga untuk catatan barang-barang di tahun-tahun sebelumnya sebagian sudah tidak ada lagi karena pengelolaan yang digunakan masih sangat sederhana. Apabila ada pihak yang membutuhkan data-data barang tersebut maka akan kesulitan untuk menemukannya atau membutuhkan waktu yang lama untuk mencari data barang tersebut. Fakta yang ditemukan juga yakni sebagian barang tidak ada lagi wujudnya namun masih terdaftar di buku besar dan beberapa barang yang ada wujudnya namun tidak tercatat dalam buku besar. Hal ini disebabkan karena keamanan data masih kurang terjamin serta proses penyediaan informasi cukup lama karena membutuhkan waktu dalam pencatatan secara manual. Dalam upaya mengatasi semua permasalahan tersebut, maka perlu solusi yang tepat guna yaitu sistem informasi untuk mengelola inventarisasi aset daerah pada kantor kecamatan di Purwokerto Selatan. Dengan adanya Sistem Informasi Pengelolaan Inventarisasi Aset Daerah ini, diharapkan pengelolaan data inventarisasi aset daerah di kantor kecamatan akan lebih efisien, cepat dan akurat. Evaluasi terhadap pelaksanaan sistem informasi inventarisasi aset ini dilakukan untuk menilai sejauh mana efisiensi dan manfaat yang dapat dicapai.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk penelitian ini yaitu :

1. Wawancara yaitu untuk mendapatkan data dengan cara melakukan komunikasi dua arah antara peneliti dan responden yang dalam hal ini adalah Kepala Camat dan petugas bagian inventaris. barang, dan peluangnya.
2. Observasi merupakan pengukuran data dengan melakukan peninjauan langsung ke tempat dilakukannya penelitian yang dalam hal ini adalah di kantor Kecamatan Purwokerto Selatan, dengan mengamati objek data dan sistem yang sedang berjalan di kantor Kecamatan Purwokerto Selatan.

3. Survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memberi batasan yang jelas atas data yang dikumpulkan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuisisioner (Paath & Manurung, 2019).
4. Kepustakaan yaitu metode pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara mencari referensi artikel yg dipublikasikan di jurnal, prosiding dan referensi dari buku-buku ilmiah untuk mendukung penelitian (Durahman & Munir, 2019).
5. Metode Pengembangan Sistem dalam penelitian ini menggunakan metode *System Development Life Cycle (SDLC)* dengan model *Waterfall* menurut (Sataria & Siahaan, 2018) terdiri dari tahapan-tahapan sebagai berikut :
 - 1) Analisis Kebutuhan
 - 2) Desain Sistem
 - 3) Implementasi & Pengujian Unit
 - 4) Pengujian Sistem
 - 5) Maintenance
 - 6) Evaluasi Sistem



Gambar 1. Ilustrasi model *Waterfall*

6. Metode untuk evaluasi sistem terdiri dari 5 proses menurut (Maulidiya Kasrina & Kasrina Della, 2016) yaitu :
 - a. Pengumpulan Sumber Data untuk pengujian hipotesis adalah data kuantitatif berupa waktu dan banyaknya jumlah barang yang diinventarisasi sebagai data ratio yang diperoleh secara langsung sebelum dan sesudah menggunakan sistem informasi inventarisasi. Sedangkan sumber data untuk pengujian manfaat sistem informasi inventarisasi adalah data kualitatif berupa kuesioner yang disebarakan kepada para responden.
 - b. Menentukan Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

Ho: Tidak ada perbedaan waktu dan kevalidan data yang signifikan dalam pengelolaan inventarisasi aset daerah sebelum dan sesudah menggunakan Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah.

-
- Hi: Ada perbedaan waktu dan kevalidan data yang signifikan dalam pengelolaan inventarisasi aset daerah sebelum dan sesudah menggunakan Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah.
- c. Uji Normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui persebaran data apakah terdistribusi normal atau tidak (Wijoyo & Hermanto, 2020).
 - d. Uji Hipotesis menggunakan *Paried Sampel t-Test* untuk membandingkan waktu dan banyaknya jumlah barang yang diinventarisasi sebelum dan sesudah menggunakan sistem informasi inventarisasi aset dengan alat bantu aplikasi SPSS (R Manurung, 2016).
 - e. Interpretasi Hasil adalah kesimpulan yang akan menyatakan diterima atau ditolak H_0 . Penolakan H_0 berdasarkan tingkat signifikansi (α) untuk mendapatkan t hitung. Jika tingkat signifikansi (α) < 0,05 maka H_0 ditolak, jika (α) > 0,05 maka H_0 diterima (R Manurung & Paath, 2020).
7. Pengujian terhadap sistem yang dilakukan peneliti terdiri dari 2 metode menurut (Subagia et al., 2020) yaitu:
- 1) *White-Box Testing* yaitu cara pengujian dengan melihat ke dalam modul untuk meneliti kode-kode program yang ada dan menganalisis apakah ada kesalahan atau tidak. Jika ada modul yang menghasilkan *output* yang tidak sesuai dengan proses bisnis yang dilakukan maka baris-baris program, variabel, dan parameter yang terlibat pada unit tersebut akan dicek satu persatu dan diperbaiki, kemudian *dicompile* ulang.
 - 2) *Black-Box Testing* yaitu pengujian yang dikonsentrasikan terhadap unit program apakah memenuhi kebutuhan (*requirement*) yang disebutkan dalam spesifikasi. Cara pengujian dilakukan dengan mengeksekusi unit atau modul, kemudian diamati apakah hasil dari unit sesuai dengan proses bisnis yang dibutuhkan.
8. Uji Manfaat yakni untuk mengetahui apakah Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah Pada Kecamatan Purwokerto Selatan dapat digunakan dan bermanfaat untuk efisiensi, cepat, dan akurat dalam pengelolaan inventarisasi aset daerah.
9. Metode penentuan sampel penelitian dengan *purposive sampling* yaitu peneliti menentukan kriteria sampel. Sampel berjumlah 30 responden dengan kriteria sampel adalah yang dapat mengoperasikan komputer, merupakan pegawai PNS di kantor kecamatan Purwokerto Selatan dan di kantor kecamatan Purwokerto Barat sebagai tetangga kantor kecamatan terdekat. Penentuan jumlah populasi yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin (Prehanto, 2015) yakni:

$$n = N / (1 + N (e)^2) \quad (1)$$

Dengan ketentuan :

n = ukuran sampel

N= populasi

e = tingkat persentase kelonggaran atau ketidaktelitian/ kesalahan

Jumlah populasi (N) ditentukan sebanyak 33 maka jumlah sampel sebanyak 30 orang dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= N / (1 + N (e)^2) & (2) \\ &= 33 / (1 + 33 (0.05)^2) \\ &= 33 / 1,0825 \\ &= 30,4 \rightarrow \text{pembulatan 30 orang} \end{aligned}$$

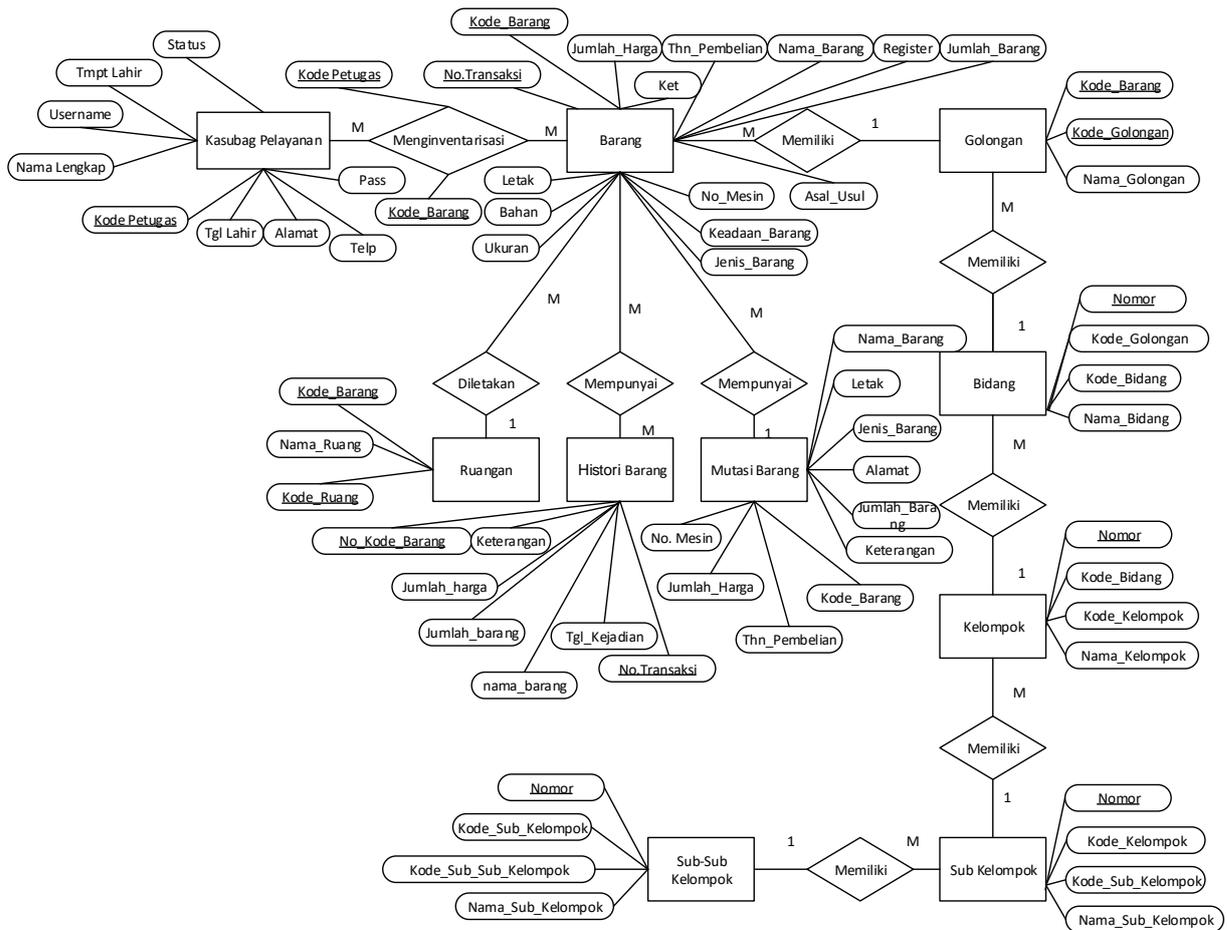
Rincian sampel yaitu camat dan pegawai kantor kecamatan Purwokerto Selatan sebanyak 20 orang dan pegawai kantor kecamatan Purwokerto Barat sebanyak 10 orang dengan kriteria dapat mengoperasikan komputer atau laptop dan status sebagai pegawai PNS di kantor kecamatan tersebut.

10. Pengembangan sistem pada penelitian meliputi seluruh entitas yang terlibat dan arah arus data yang masuk dan ke luar melalui sistem (Irnawati & Darwati, 2020) seperti yang dapat dilihat pada diagram konteks berikut ini :



Gambar 2. Diagram Konteks Sistem Informasi Inventarisasi Aset

Model pengembangan data *Entity Relationship Diagram* (ERD) digunakan untuk menjelaskan hubungan antara data pada *database* dengan *user* secara terstruktur (Ibeng, 2018) seperti gambar ERD di bawah ini.



Gambar 3. ERD Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Perancangan Antarmuka Inventarisasi Aset Daerah

- a. Halaman tampilan utama Inventarisasi Aset Daerah terdiri dari *Login* yang berfungsi sebagai penunjang akses utama untuk masuk ke dalam sistem informasi inventarisasi aset daerah dan *Exit* berfungsi sebagai pembatalan untuk masuk ke sistem informasi.



Gambar 4. Form Login

- b. Menu Utama terdiri dari enam menubar yaitu File, Master Data, Transaksi, Laporan, Setting dan Tools seperti pada gambar berikut.



Gambar 5. Form Menu Utama

Uji Normalitas

Data yang diperoleh diuji normalitasnya dengan menggunakan *Chi Square* model untuk mengetahui apakah persebaran data normal atau tidak (Ria Manurung, 2019). Dasar pengambilan keputusan yaitu Jika $\text{sig} > 0,05$ maka distribusi data dinyatakan normal dan jika $\text{sig} < 0,05$ maka distribusi data dinyatakan tidak normal. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1. One Sample Chi Square Test
Test Statistics**

	waktu sebelum menggunakan sistem	waktu sesudah menggunakan sistem	Kevalidan data sebelum menggunakan sistem
Chi-Square	1.733^a	5.000^b	24.333^c
df	27	24	4
Asymp. Sig.	1.000	1.000	.000

- 28 cells (100.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 1.1.
- 25 cells (100.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 1.2.
- 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 6.0.

Pada tabel *One-sample chi squer test* dapat dilihat bahwa nilai *asym.sig* 1,000 dan 1,000. Dengan demikian data dinyatakan terdistribusi normal karena nilai signifikansinya $> 0,05$.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Paired Samples Test

Paired Samples Test

		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	waktu sebelum menggunakan sistem - waktu sesudah menggunakan sistem	10.2383 3	.72123	.13168	9.96902	10.5076 4	77.753	29	.000
Pair 2	Kevalidan data sebelum menggunakan sistem - Kevalidan data sesudah menggunakan sistem	-.16667	.21064	.03846	-.24532	-.08801	-4.334	29	.000

Tabel *Paired Samples Test* di atas menjelaskan hasil uji sampel berpasangan yang berupa nilai t hitung dan tingkat signifikan dengan tingkat kepercayaan 95%. Pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi:

- Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000.
- Pengambilan keputusan didasarkan pada ketentuan jika nilai signifikan > 0,005 maka H_0 diterima, sebaliknya jika signifikansi < 0,005 maka H_0 ditolak yang berarti H_1 diterima. Maka kesimpulannya yaitu signifikansi pada output sebesar $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak yang berarti H_1 diterima yaitu ada perbedaan waktu dan tingkat akurasi sebelum dan sesudah menggunakan sistem informasi inventarisasi aset daerah.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Tabel 4. Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	21

Pada tabel *Case processing Summary* diperoleh data valid sebanyak 30 dan dari tabel *Reliability Statistics* diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.737 dengan jumlah item sebanyak 21 karena nilai lebih dari 0.7 maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dinyatakan *reliable*.

Uji Manfaat

Hasil pengolahan jawaban responden untuk uji manfaat dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini dengan menggunakan skala *Likert* yaitu kriteria Setuju = S, Sangat Setuju = SS, Sangat Tidak Setuju = STS, dan Tidak Setuju = TS (Hertanto, 2017).

Tabel 5. Rangkuman Uji Manfaat (dalam %)

Kegunaan	Kriteria	Pertanyaan					Rata-rata
		V1	V2	V3	V4	V5	
Total	S	66	70	70	60	56	84
	SS	17	17	13	23	27	
	Total	83	87	83	83	83	
Mudah Dipelajari	Kriteria	Pertanyaan					Rata-rata
		V6	V7	V8	V9	V10	
Total	S	23	57	33	53	54	82
	SS	54	23	47	37	30	
	Total	77	80	80	90	84	
Efisiensi	Kriteria	Pertanyaan					Rata-rata
		V11	V12	V13	V14	V15	
Total	S	60	56	54	60	67	88
	SS	27	27	33	34	23	
	Total	87	83	87	94	90	
Akurat	Kriteria	Pertanyaan					Rata-rata
		V16	V17	V18	V19	V20	
Total	S	67	56	77	57	50	87
	SS	27	27	10	23	43	
	Total	94	83	87	80	93	

Keterangan:

V1 – V20 : variabel pertanyaan 1 sampai 20 pada kuesioner uji manfaat

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Tabel 6. Persentase Hasil Uji Manfaat

Kegunaan	Mudah Dipelajari	Efisiensi	Akurat
84	82	88	87

Pada tabel 5 dan 6 dapat dilihat bahwa hasil uji manfaat yang dilakukan memperoleh kesimpulan yaitu persentase jawaban kriteria setuju dan sangat setuju lebih besar dibandingkan dengan jawaban kriteria tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Interpretasi hasil

Hasil yang ditampilkan pada tabel rangkuman Uji Manfaat dan persentase hasil Uji Manfaat dapat diketahui bahwa persentase terbesar dari tiap parameter dengan kriteria jawaban setuju dan sangat setuju yang lebih besar. Pada tabel persentase menunjukkan bahwa indikator “Kegunaan” sebesar 84%, “Mudah dipelajari” sebesar 82%, “Efisiensi” sebesar 88%, dan “Akurat” sebesar 87%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah Kecamatan Purwokerto Selatan sangat berguna dan Efisien sebagai alternatif pengelolaan laporan inventarisasi barang yang mempunyai keunggulan-keunggulan berdasarkan kegunaan, kemudahan mempelajari, efisiensi sistem dan keakuratan data.

KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis yaitu parameter waktu yang menghasilkan mean waktu sebesar 13,4917 menit sebelum adanya sistem informasi inventarisasi aset dan mean waktu sesudah adanya sistem informasi inventarisasi aset yaitu sebanyak 3.2533 menit. Hasil yang diperoleh dari uji manfaat yaitu rata-rata untuk indikator “Kegunaan” sebesar 84%, “Mudah Dipelajari” sebesar 82%, “Efisiensi” yaitu 88% dan “Akurat” sebesar 87%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Inventarisasi Aset Daerah Kecamatan Purwokerto Selatan sangat efisien sebagai alternatif pengelolaan inventarisasi aset. Sistem ini mempunyai keunggulan berdasarkan kegunaan, kemudahan mempelajari, efisiensi sistem dan keakuratan data jika dibandingkan dengan inventarisasi secara manual.

DAFTAR PUSTAKA

- Durahman, N., & Munir, S. (2019). Sistem Informasi Inventaris Data Barang Di Pt Nata Bersaudara Sejahtera Menggunakan Metode Garis Lurus. *Jurnal Teknik Informatika*.
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Metodologi Penelitian*.

- Ibeng. (2018). Pengertian Entity Relationship Diagram (ERD). *Www.Pendidikanku.Org*.
- Irnawati, O., & Darwati, I. (2020). Penerapan Model Waterfall Dalam Analisis Perancangan Sistem Informasi Inventarisasi Berbasis Web. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*. <https://doi.org/10.33330/jurteks.v6i2.406>
- Manurung, R. (2016). Sistem Informasi Inventory dan Penggajian Sales Distributor Sparepart Motor Untuk UD. Berkah Abadi Purwokerto. *Media Aplikom*.
- Manurung, R., & Paath, D. K. (2020). Pengaruh Regulasi Digital Cryptocurrency Model Bitcoin Terhadap Sistem Pembayaran Pada UMKM. @ *Is The Best: Accounting Information*
- Manurung, Ria. (2019). Perancangan dan Analisis Sistem Informasi Persediaan Barang pada CV UMA HANA. *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)*. <https://doi.org/10.30864/jsi.v14i1.239>
- Maulidiya Kasrina, D. K., & Kasrina Della, K. M. (2016). Pengembangan Modul Inventarisasi Tanaman Obat Pada Sistem Informasi Tanaman Obat Bengkulu. *Jurnal Media Infotama*.
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus : layanan Go-Pay "Gojek" di Purwokerto). *Jurnal HUMMANS*.
- Prehanto, D. R. (2015). Rancang Bangun Sistem Informasi Inventarisasi Peralatan dan Bahan Laboratorium Berbasis Web di Jurusan Teknik Elektro UNESA. *Jurnal Manajemen Informatika*.
- Sataria, I., & Siahaan, K. (2018). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Inventarisasi Barang Milik Negara (BMN) Kantor DPD RI di Ibukota Provinsi Berbasis Web pada Sekretariat Jenderal DPD RI. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*.
- Subagia, R., Alit, R., & Akbar, F. A. (2020). Pengujian white box pada sistem informasi monitoring skripsi program studi informatika. *Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi (JIFoSI)*.
- Wijoyo, A. C., & Hermanto, D. (2020). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Inventory pada PT Insan Data Permata. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*. <https://doi.org/10.30998/jrami.v1i02.231>



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Gaya Kepemimpinan Direktur Utama, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Wulan Purnamasari¹, Moch Dawud Syaifudin² dan Mukti Ali³

^{1,2,3} Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif, Megare Ngelom, Sidoarjo, Indonesia 61257

Correspondence: Wulan Purnamasari (wulan_purnamasari@dosen.umaha.ac.id)

Received: 05 08 21 – Revised: 06 08 21 - Accepted: 06 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Didalam penelitian ini terdapat maksud identifikasi pengaruh peran gaya kepemimpinan direktur utama, kinerja karyawan, disiplin kerja dan motivasi kerja pada kinerja karyawan pada PT. X Surabaya. Didalam penelitian ini menggunakan 53 responden karyawan yang memiliki pekerjaan dengan jabatan tetap pada PT. X Surabaya karena menggunakan metode purposive sampling. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode statistika Partial Least Square (PLS) dalam proses pengujian hipotesis dan pengaruh dari variabel – variabel yang ada, seperti gaya kepemimpinan Direktur utama (gaya kepemimpinan partisipatif, gaya kepemimpinan delegatif dan gaya kepemimpinan otoriter), disiplin kerja (hubungan kemanusiaan, teladan kepemimpinan dan sanksi hukum) dan motivasi kerja (kebutuhan akan keselamatan, keamanan, kebutuhan sosial dan juga kebutuhan fisik) kinerja karyawan (kualitas kerja dan kuantitas kerja)

Hasil dari penelitian didapatkan dari T-Statistic dan P-Value dengan presentase nilai (<0.05) maka dari data tersebut diperoleh variabel gaya kepemimpinan Direktur utama pada motivasi kerja (0,462), variabel gaya kepemimpinan Direktur utama pada kinerja karyawan (0,387), motivasi kerja pada kinerja karyawan (0,388), disiplin kerja pada motivasi kerja (0.525) dan disiplin kerja pada kinerja karyawan (0.034). Dan didapatkan kesimpulan hasil yaitu yang berpengaruh positif signifikan adalah disiplin kerja pada kinerja karyawan pada perolehan presentase di bawah p-value (0,05) yaitu (0,034)

Kata kunci: Disiplin Kerja, Motivasi Kerja, Gaya Kepemimpinan Direktur Utama Kinerja Karyawan

Citation Format: Purnamasari. W. Syaifudin, M.D, Ali. M. (2021). Gaya Kepemimpinan Direktur Utama, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 125-133

PENDAHULUAN

Melalui perencanaan SDM yang optimal, akan produktivitas kerja karyawan bisa mengalami peningkatan. Hal ini dapat terwujud melalui proses penyesuaian.

Seperti peningkatan kepemimpinan Direktur utama, motivasi kerja dan disiplin kerja yang baik. Sehingga organisasi didalam corporate bisa menghasilkan apa yang ingin dicapai corporate tersebut. Dan didalam Organisasi corporate terdapat pengaruh gaya kepemimpinan pemimpin.

Gaya kepemimpinan seorang pemimpin suatu corporate secara umum memiliki prinsip dan cara tersendiri ketika bertindak, dalam memimpin dan menggerakkan corporate tersebut supaya menjadi efektif. Karena sifat leadership yang dimiliki pemimpin merupakan ciri khas yang ada pada diri seorang pemimpin, karena sifat pemimpin yang satu dengan pemimpin yang lainnya memiliki orientasi dan daya pemikiran yang relatif beragam dan berbeda. Oleh karena itu berhasil atau tidaknya pemimpin dalam memimpin suatu corporate dapat dilihat dari tanggung jawab dan tugas yang dikerjakan oleh organisasi yang terdapat didalamnya, karena didalam corporate tersebut terdapat konektivitas antara pemimpin dengan bawahannya

Motivasi kerja merupakan keadaan pribadi seseorang atau individu yang terdorong keinginannya untuk melakukan suatu kegiatan guna mencapai tujuan tertentu. Dan merupakan hasil sebuah proses yang bersifat internal atau eksternal bagi seorang individu yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi dalam hal melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu.

Disiplin kerja merupakan media atau cara yang digunakan pimpinan untuk berkomunikasi dengan karyawan supaya mereka mau dan bersedia dalam mengubah suatu tindakan atau perilaku serta mediator untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang untuk mentaati dan menjalankan peraturan dan norma-norma sosial yang ada dan berlaku didalam organisasi corporate tersebut. Menjadikan suatu sikap, tingkah laku dan peraturan yang sesuai dengan peraturan bak tertulis maupun tidak tertulis. Kinerja karyawan merupakan hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam satu periode tertentu. Dan merupakan pencapaian atas tujuan organisasi dalam bentuk kuantitatif atau kualitatif, kreatifitas dan fleksibilitas yang dapat diandalkan ataupun perihal lain yang menjadi keinginan organisasi corporate tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Metode Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian survei, dimana peneliti melakukan observasi, dengan pengumpulan data dengan cara peneliti melakukan pencatatan data yang terjadi apa adanya, dengan cara penafsiran dan penganalisaan data tersebut.

Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Operasional variabel pada penelitian merupakan unsur penelitian yang terkait dengan variabel yang terdapat dalam judul penelitian atau yang tercakup dalam paradigma penelitian sesuai dengan hasil perumusan masalah. Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel bebas (Independen variable)
 - a. Kepemimpinan Direktur utama (X1)
 - b. Disiplin kerja (X2)
2. Variabel terikat (Dependen variabel)
 - a. Kinerja Karyawan (Y)
3. Variabel Intervening
 - a. Motivasi Kerja (Z)

Metode dan Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi di penelitian ini yang dipilih peneliti adalah jumlah karyawan didalam corporate sebanyak 80 karyawan. Dalam pengambilan sampel sesuai populasi diatas maka peneliti menggunakan metode sampel purposive sampling. Menurut Sugiono (2018). Purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Maka dari itu peneliti mengambil anggota sampel dari populasi dengan pemilahan karakter khusus yaitu karyawan tetap dan didapat dari sebagian karyawan tetap di PT. X Surabaya sebanyak 52 orang.

Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan:

- a. Study Pustaka
- b. Studi Lapangan
- c. Penyebaran Kuisisioner

d. Wawancara

Pengukuran Data

Penelitian ini pengukuran datanya memakai skala Likert.

Metode Analisis

Adapun metode yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Struktural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis Partial Least Square (PLS) dengan aplikasi smart PLS 2.03.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam uji Bootstrapping didalamnya akan mengetahui pengaruh secara langsung atau tidak langsung dari variabel ke variabel lainnya. Berikut ini gambar dari Bootstrapping dengan Smart PLS 3.0

Uji Cronbach Alpha

Uji Cronbach Alpha merupakan tempat dimana uji Reliability dan Validity didalamnya. Dengan keterangan apabila nilai indikator konstruk yang ada pada setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,6 maka variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Berikut hasil olah data menggunakan Smart PLS 3.0

Tabel 1. Cronbach Alpha

	Cronbach Alpha
X1	0.934
X2	0.912
Z	0.901
Y	0.909

Uji Composite Reliability

Uji Composite Reliability merupakan sebuah uji yang diproses pada Smart PLS untuk menguji suatu reliabilitas variabel dengan tolak ukur dari hasil nilai Composite Reliability dari blok indikator yang mengukur nilai variabel. Hasil olah data sebagai berikut:

Dari data tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa nilai dari setiap variabel diatas 0.6 dengan artian variabel yang ada dikatakan reliabel.

Tabel 2. Composite Reliability

Composite Reliability

X1	0.929
X2	0.925
Z	0.924
Y	0.922

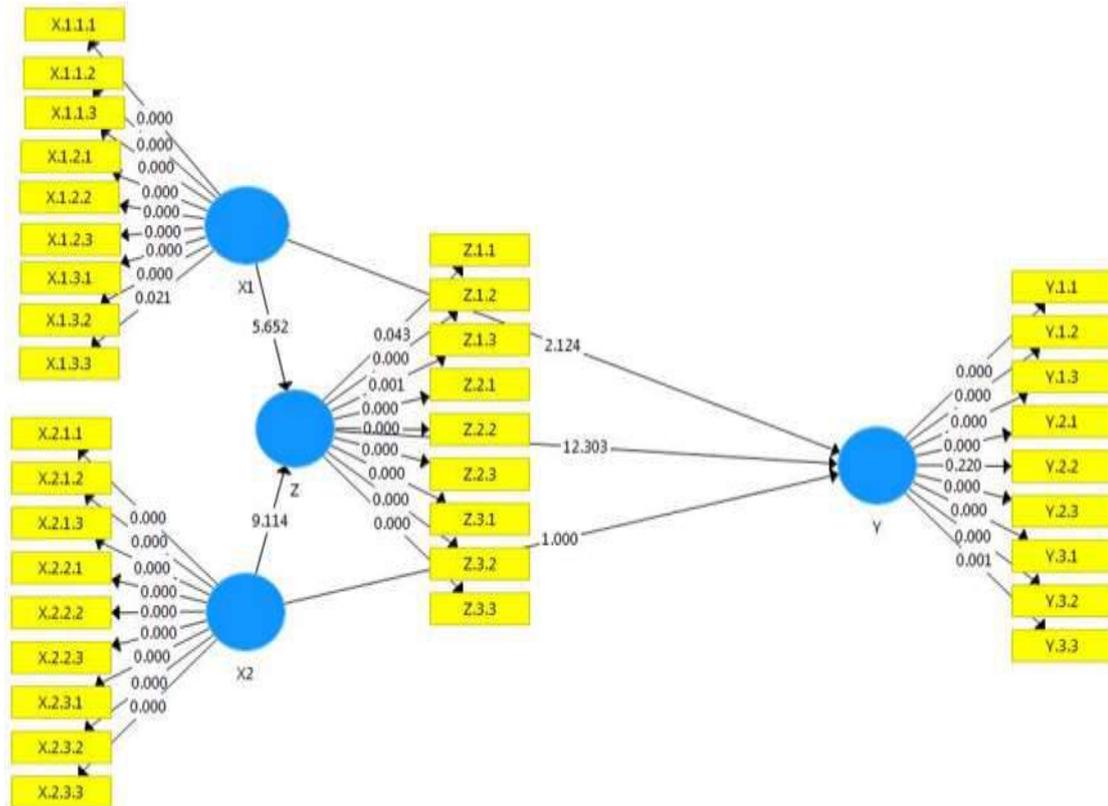
Composite Reliability merupakan kelompok indikator yang mengukur suatu variabel yang terdapat reliabilitas komposit yang baik jika memiliki composite reliability lebih dari 0.7 meskipun bukan standart absolute.

Uji AVE (Average Variance Extracted)

Tabel 3.AVE (Average Variance Extracted)

X1	0.598
X2	0.579
Z	0.581
Y	0.577

Discriminan validity merupakan perbandingan nilai square roat of average variance (AVE) yang menjelaskan setiap konstruk dan korelasi antar konstruk lainnya dengan model, apabila square roat of average variance (AVE) konstruk lebih besar dari korelasi dibanding keseluruhan konstruk lainnya maka dapat dihasilkan Discriminan validity baik. Dengan ketentuan nilai pengukuran harus lebih dari 0.50.



Sumber data perhitungan Smart PLS 3.0

Gambar 1. Bootstrapping

Hasil nilai sebagai berikut:

Table 4. Path Coefficients

	Original	Sample	Standart	T. Statistic	P. Values
	Sample	Mean	Deviation		
X1-> Z	0.288	0.154	0.390	0.738	0.461
Z -> Y	0.293	0.248	0.343	0.853	0.394
X2 -> Z	-0.213	-0.117	0.335	0.636	0.525
X1 -> Y	0.257	0.286	0.292	0.879	0.380
X2 -> Y	-0.451	-0.484	0.209	2.155	0.032

Dari data tabel 4 diatas terdapat nilai jumlah besaran nilai pengaruh diantara variabel yang ada yaitu variabel intervening dan variabel terikat atau pengaruh positif dan signifikan apabila P value kurang dari 0.05 atau nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1.996). Sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Variabel Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (GPDU) terhadap Motivasi Kerja (MK) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan nilai p value 0.461 lebih dari 0.05 dan nilai t 0.738 kurang dari 1.996.
- b. Variabel Motivasi Kerja (MK) terhadap Kinerja Karyawan (KK) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan p value 0.394 lebih dari 0.05 dan nilai t 0.853 kurang dari 1.996
- c. Variabel Disiplin Kerja (DK) terhadap Motivasi Kerja (MK) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan p value 0.525 lebih dari 0.05 dan nilai t 0.636 kurang dari 1.996.
- d. Variabel Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (GKDU) terhadap Kinerja Karyawan (KK) tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan p value 0.380 lebih dari 0.05 dan nilai t 0.879 kurang dari 1.996.
- e. Variabel Disiplin Kerja (DK) terhadap Kinerja Karyawan (KK) berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan p value 0.03 kurang dari 0.05 dan nilai t 2.155 lebih dari 1.966.

Selain dari tabel path coefficient pengaruh tidaknya suatu variabel dapat juga dilihat dari tabel total Indirect Effect. Berikut ini olah data yang terdapat nilai tersebut.

Tabel 5. Indirect Effect

	Original sample	Sample Mean	Standart Deviation	T. Statistic	P. Values
X1-> Z					
Z -> Y					
X2 -> Z					
X1 -> Y	0.084	0.0031	0.164	0.514	0.608
X2 -> Y	-0.062	-0.068	0.131	0.477	0.633

Dari tabel 5 diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (GKDU) Terhadap Kinerja Karyawan (KK) tidak memiliki hubungan Secara Langsung dikarenakan nilai p value 0.608 lebih besar dari 0.05 dan T statistik kurang dari T tabel 1.996
- b. Variabel Disiplin Kerja (DK) terhadap Kinerja Karyawan (KK) tidak memiliki hubungan secara langsung dikarenakan p value 0.633 lebih dari 0.05 dan T statistik kurang dari T tabel 1.996.

Uji hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T tabel dan T statistik. Jika T statistik lebih tinggi dibandingkan nilai T tabel berarti hipotesis terdukung atau diterima dan dapat diartikan berpengaruh signifikan dan positif didalam penelitian ini T-tabel yang dipergunakan adalah 2.00575 dan hasil T-statistik hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan nilai T-statistics 2.01 lebih dari T-tabel 2.00.
2. Variabel Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (X1) terhadap Motivasi Kerja (Z) berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan nilai T-statistics 4.78 lebih dari T-tabel 2.00.
3. Variabel Disiplin Kerja (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) tidak berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan nilai T-statistics 0.89 kurang dari 2.00.
4. Variabel Disiplin Kerja (X2) terhadap Motivasi Kerja (Z) berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan T-statistic 8.16 lebih dari T-tabel 2.00.
5. Variabel Motivasi Kerja (Z) terhadap Kinerja Karyawan (Y) berpengaruh positif dan signifikan dikarenakan T-statistics 10.87 lebih dari T-tabel 2.00.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil analisis yang dilakukan. Maka penelitian menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: Penelitian dilakukan dengan study lapangan, yaitu dengan menyebar kuisioner kepada 52 responden karyawan tetap PT. X Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Gaya Kepemimpinan Direktur Utama (GKDU), Disiplin Kerja (DK) dan Motivasi Kerja (MK) terhadap Kinerja Karyawan (KK). Dengan menggunakan analisis hubungan antar variabe dan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan software Smart PLS versi 3.0. Setelah melakukan analisis maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan signifikan antara Disiplin Kerja (DK) dengan Kinerja Karyawan (KK) maka dari itu untuk meningkatkan hasil Kinerja Karyawan (KK) pada Corporate maka perlu ditingkatkan dari segi Disiplin Kerja (DK) untuk semua belah pihak yang ada didalam perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Mukhlisoh, I. (2016). *Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai di sekretariat*

dewan perwakilan rakyat daerah (dprd) provinsi banten.

Purnamasari, W., Mardiningrum, A. L., & Halik, A. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Situasional, Disiplin Kerja Terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan Pada Yatim Mandiri. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 178–192. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.83>

Purnamasari, W. (2019). Effect Of Work Environment, Motivation Of A Work And Organizational Commitments To Performance Of Employees In Puskesmas. In *Paradigma Accountancy* (Vol. 2, Nomor 1). <http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/pac/>

Purnamasari, W. L. D. A. I., & Fitriya, N. L. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Internal dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 193–205. <https://doi.org/10.32493/jee.v1i3.3456>

Sanjaya, R. (2018). *PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*. <http://repository.radenintan.ac.id/3563/1/SKRIPSI.pdf>

Sumardianti. (2016). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI KERJA PEGAWAI PADA KANTOR PT. PLN (PERSERO) RAYON SUNGGUMINASA*. [file:///C:/Users/Admin/Downloads/SKRIPSI SUMARDIANTI.pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/SKRIPSI%20SUMARDIANTI.pdf)



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasional dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pegawai Fakultas X di Perguruan Tinggi Y

Donny Setyawan¹, Dwi Ratmawati²

^{1,2} Program Magister Sains Manajemen, Universitas Airlangga, Kampus B Jln Airlangga 4-6 Surabaya, 60286

Correspondence: Donny Setyawan (dontyei@gmail.com)

Received: 08 08 21 – Revised: 15 08 21 - Accepted: 16 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Pandemi yang melanda di berbagai belahan dunia pada saat ini mempengaruhi pola kerja setiap individu dan organisasi, saat pandemi, tantangan organisasi Pendidikan Tinggi adalah untuk bertahan atau meraih sukses dengan memenuhi semua indikator keberhasilan kinerjanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan kinerja organisasi perguruan tinggi adalah komitmen organisasional yang dipengaruhi gaya kepemimpinan, Kepemimpinan pada organisasi pendidikan tinggi pada umumnya menerapkan kepemimpinan demokratis/transformatif sedangkan komitmen organisasional memberikan pengaruh terhadap perilaku kerja seperti kinerja, kepuasan kerja, absensi pegawai dan juga *turn over* pegawai. Obyek penelitian pada fakultas X di Institusi Pendidikan Tinggi Y di Jawa Timur yang mengalami penurunan performa pada awal pandemik dan harus memperbaiki performa pada tahun kedua pandemi dan seterusnya memerlukan berbagai masukan dari sisi kajian manajemen sumber daya manusia, didapatkan hasil kajian Kepemimpinan Transformasional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja, Kepuasan Kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap Komitmen Organisasional, dan Kepemimpinan Transformasional memiliki pengaruh signifikan terhadap Komitmen Organisasional melalui Kepuasan Kerja sebagai variabel intervening dengan menggunakan analisis metode PLS.

Kata kunci: Kepemimpinan Transformasional, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional, Intervening

Citation Format: Setyawan, D. Ratmawati, D. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Komitmen Organisasional dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pegawai Fakultas X di Perguruan Tinggi Y . *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 134-146.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dengan pengetahuan dan kompetensi merupakan aset utama dalam membantu organisasi untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka (Imtiaz Ahmed *et al*, 2013). Kepemimpinan memainkan peran penting dalam menentukan komitmen anggota organisasi. Para peneliti menemukan bahwa pegawai yang senang dengan supervisor/pemimpin dan merasa diperlakukan dengan hormat dan dihargai oleh pemimpin, maka mereka merasa lebih terikat dengan organisasi (Stup, 2006). Salah satu faktor yang mempengaruhi komitmen organisasional yaitu dari gaya kepemimpinan, kepemimpinan adalah hubungan mempengaruhi antara pemimpin dan pengikutnya yang bertujuan untuk mencapai perubahan nyata dan memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan bersama (Daft, 2011). Selain itu, kepemimpinan adalah kemampuan individu untuk mempengaruhi, memotivasi dan membuat orang lain mampu memberikan kontribusinya demi efektivitas dan keberhasilan organisasi (Yukl, 2010).

Kepemimpinan pada organisasi pendidikan seperti di universitas pada umumnya menerapkan kepemimpinan demokratis dimana pemimpin melibatkan penetapan keputusan yang memungkinkan orang lain atas beberapa pengaruh pada keputusan-keputusan pemimpin. Dalam kepemimpinan demokratis, bawahan ikut serta dalam penetapan sasaran dan pemecahan masalah. Pemimpin yang demokratis atau partisipatif mendesentralisasikan otoritas kepada pegawai. Keputusan dibuat tidak secara sepihak tetapi partisipatif. Putusan-putusan itu adalah hasil dari konsultasi pemimpin dengan para bawahan (Badeni, 2013). Ciri-ciri gaya kepemimpinan demokratis sebagai berikut:

- a. Pendelegasian wewenang terdesentralisasi
- b. Keputusan yang diambil pemimpin melibatkan opini dari bawahan
- c. Komunikasi pemimpin dan bawahan dua arah
- d. Berorientasi pada hubungan
- e. Asumsi pada pegawai pegawai dapat bekerja sama dan bermoral
- f. Perencanaan tujuan dilakukan oleh keterlibatan pegawai

Sehubungan dengan kepemimpinan dalam organisasi, tolak ukur keberhasilan kepemimpinan adalah kinerja yang baik, kualitas hasil karya personil baik, maupun kuantitas penampilan individu maupun kelompok kerja, penampilan hasil karya tidak terbatas kepada personil yang memangku jabatan fungsional maupun struktural tetapi juga kepada keseluruhan jajaran personil di dalam organisasi (Ilyas, 2005:55). Selain itu, menurut konsep kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas

serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik. (Donnelly, Gibson dan Ivancevich dalam Rivai, 2005:309). Pada dasarnya pegawai yang puas terhadap pekerjaannya akan cenderung memiliki kinerja yang tinggi pula. (Miller et.al.,1991) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan kerja para pegawai.

Kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual, kepuasan kerja sebagai efektivitas atau respon emosional terhadap berbagai aspek pekerjaan (Kreitner & Kinicki, 2005). Oleh sebab itu, kepuasan kerja sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan kerja setiap individu. Semakin banyak faktor yang mendukung individu di dalam melakukan pekerjaannya, maka akan semakin besar pula kepuasan di dalam bekerja. Pegawai yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam bekerja dan tidak mempunyai keinginan keluar dari organisasi merupakan modal dasar untuk mendorong produktifitas yang tinggi. Moncrief (1997) mengungkapkan bahwa komitmen pegawai terhadap organisasi yang tinggi akan berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Komitmen organisasional menjadi perhatian penting dalam banyak penelitian karena memberikan dampak signifikan terhadap perilaku kerja seperti kinerja, kepuasan kerja, absensi pegawai dan juga *turn over* pegawai. Komitmen dalam organisasi akan membuat pekerja memberikan yang terbaik kepada organisasi tempat dia bekerja. Van Scooter (2000) menyatakan bahwa pekerja dengan komitmen yang tinggi akan lebih berorientasi pada kerja. Disebutkan pula bahwa pekerja yang memiliki komitmen organisasi tinggi akan cenderung senang membantu dan dapat bekerja sama.

Komitmen organisasional didefinisikan oleh Luthans (1995) sebagai sikap yang menunjukkan loyalitas pegawai dan merupakan proses berkelanjutan bagaimana seorang anggota organisasi mengekspresikan perhatian mereka kepada kesuksesan dan kebaikan organisasinya. Lebih lanjut sikap loyalitas ini diindikasikan dengan tiga hal, yaitu : (1) keinginan kuat seseorang untuk tetap menjadi anggota organisasinya, (2) kemauan untuk mengerahkan usahanya untuk organisasinya, (3) keyakinan dan penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Komitmen organisasional berkaitan dengan mutu pelayanan organisasi. Pada Fakultas X Perguruan Tinggi Y terindikasi terdapat penurunan mutu pelayanan organisasi yang terjadi pada tahun 2019 ke tahun 2020

Perguruan Tinggi Y mempunyai visi menjadi perguruan tinggi berkelas dunia yang membuat Perguruan Tinggi Y melakukan banyak perubahan, salah satu perubahan adalah sistem organisasi dan tata kelola, salah satunya perubahan struktur organisasi fakultas, dari awalnya berjumlah 4 departemen pada tata Kelola 2014-2019 dirubah menjadi 6 departemen pada tata Kelola 2019-2024, dekan fakultas memiliki target untuk mencapai indikator kinerja yang tertuang dalam kontrak kerja yang selalu diperbarui setiap tahunnya, departemen A, B, C, D, E dan F adalah departemen dibawah fakultas X, tiga diantaranya adalah departemen dengan bidang keilmuan desain, sedangkan 3 lainnya adalah departemen dengan bidang keilmuan sosial, bisnis dan manajemen teknologi. Masa transisi sebagai fakultas baru yang wajib untuk mengikuti visi organisasi Perguruan Tinggi Y yang besar membuat Fakultas X harus mengelola organisasi fakultas dan departemen dibawahnya dengan baik. *Key Performance Indicator* Fakultas X pada tahun 2020 hingga masa semester Januari-Juli memiliki kinerja 48,90 % dari minimal 50% yang ditetapkan oleh Pimpinan Institusi untuk dikategorikan berperforma baik, dan fakultas X mencapai kinerja 98,75% akhir tahun 2020, pada tahun 2019 performa kinerja Fakultas X tercapai 52% pada masa semester kedua tahun 2019 atau ketika fakultas baru saja berdiri, sebelum menjadi fakultas X fakultas lama mencapai kinerja sebesar 70% atau pada saat fakultas masih menggunakan tata Kelola periode sebelumnya dengan jumlah departemen yang berbeda dengan jumlah departemen tahun 2020, pada tahun ajaran 2020 sebagai Fakultas yang masih baru, Fakultas X mendapat input nilai mahasiswa baru yang relative tinggi jika dibandingkan dengan fakultas lain sekampus yang didapat dari data nilai SBMPTN, sudah seharusnya Fakultas X memiliki performa kinerja yang terjaga baik. Capaian kinerja pegawai Fakultas X dapat dilihat dari Sistem Penjaminan Mutu Internal Perguruan Tinggi di kampus tersebut.

Dari data Perguruan Tinggi Y diketahui bahwa terjadi penurunan skor total nilai kinerja dari tahun 2019 ke tahun 2020 yakni dari 259,85 menjadi 249,65. Pada masa awal pandemi melanda dimana diberlakukan *lockdown* pada lingkungan kampus menyebabkan terjadinya kecemasan pada semua civitas akademik, perubahan cara belajar dan bekerja menjadi kekagetan perilaku pada setiap individu di kampus, cara pengawasan kerja, koordinasi kerja, cara bekerja menjadi pembiasaan baru bagi seluruh civitas akademik, persepsi negatif, kecemasan berlebih dari kondisi disekitar tidak dapat dihindari,

tantangan untuk beradaptasi dengan kondisi awal pandemi menjadi salah satu hipotesa kenapa terjadi penurunan performa kinerja.

Dari data Penjaminan Mutu Internal tahun 2019 dan 2020 didapatkan perbedaan jumlah nilai yang signifikan ada pada standar 2, standar 3 dan standar 8, dimana standar 2 adalah mengenai tata kelola, standar 3 mengenai mahasiswa dan lulusan, serta standar 8 mengenai pengabdian kepada masyarakat, pada standar 2 tahun 2020 deskriptor 2.3.2 didapatkan data isian kerjasama pendidikan, penelitian dan pkm ditingkat fakultas bernilai lebih rendah dibanding tahun 2019, pada deskriptor struktur organisasi dan keefektifan penyelenggara organisasi serta deksriptor komitmen UPPS mengalami penurunan skor nilai dibanding tahun 2019, pada standar 3 perbedaan signifikan ada pada isian nilai jumlah mahasiswa asing yang mengikuti kegiatan akademik di Fakultas X serta penurunan rasion keterlibatan dosen dan mahasiswa fakultas X dalam kegiatan pengabdian masyarakat baik dalam skala lokal maupun nasional, walaupun terdapat 3 kegiatan pengabdian masyarakat dari Fakultas X tersebut yang menjadi kegiatan nasional dengan dukungan dan kolaborasi satgas nasional Covid 19, pemerintah daerah propinsi dan kegiatan SDGs skala nasional namun secara rasio masih dibawah skor fakultas lainnya dalam lingkup Perguruan Tinggi Y.

Indikasi dari peningkatan kepuasan kerja individu dan kinerja suatu unit kerja itu sendiri dapat dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan yang efektif dalam mengelola sumber daya manusia dalam suatu unit kerja juga akan berpengaruh pada perilaku kerja, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan. Seorang pemimpin juga harus mampu menciptakan komitmen organisasional pada pegawainya dengan menanamkan visi, misi, dan tujuan dengan baik untuk membangun loyalitas dan kepercayaan dari pegawainya. Selain itu pemimpin juga dituntut untuk menciptakan suasana kerja yang baik, hubungan dengan pegawai yang baik, serta membuat sistem *reward* yang bagus untuk pegawainya, yang pada akhirnya bertujuan untuk mencapai kepuasan kerja yang baik untuk para pegawai. Kepuasan kerja diindikasikan menjadi mediasi pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap komitmen organisasional.

Mengingat urgensi masalah implikasi pada kondisi pandemi maka perlu diangkat penelitian mengenai gaya kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional Pada fakultas X Perguruan Tinggi Y. Berdasarkan pada uraian

latar belakang yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan ditelaah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja?
2. Apakah kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional?
3. Apakah gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional melalui kepuasan kerja sebagai variabel intervening?

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan bahwa gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, untuk mengetahui dan membuktikan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional dan mengetahui dan membuktikan gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasional melalui kepuasan kerja sebagai variabel intervening sehingga dapat menjadi referensi dan masukan bagi pelaku organisasi pendidikan tinggi lain dalam menentukan tata kelola organisasi yang baik untuk organisasinya.

METODE PELAKSANAAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode penelitian kuantitatif, dengan penggunaan variabel seperti deskripsi berikut :

- Variabel Bebas (X) Variabel independen dalam penelitian ini adalah gaya kepemimpinan transformasional.
- Variabel Dependen (Y) Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah komitmen organisasional (Y).
- Variabel *Intervening*/Mediasi (Z) Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel independen dan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2010).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*). Uji Validitas indikator dari variabel penelitian ini terdiri atas dua bagian, yaitu *convergent*

validity dan *discriminant validity*. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach Alpha*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis dalam penelitian ini sesuai rumusan sebelumnya adalah

- a. Kepemimpinan Transformasional (KT) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja (KK)
- b. Kepuasan Kerja (KK) berpengaruh signifikan terhadap Komitmen Organisasional (KO)
- c. Kepemimpinan Transformasional (KT) berpengaruh signifikan terhadap Komitmen Organisasional (KO) dengan Kepuasan Kerja (KK) sebagai variabel mediasi

Dari Hipotesis diatas analisis data yang pertama yang pertama kali dilakukan adalah analisis deskriptif untuk menjelaskan demografi responden dan tabel distribusi frekuensi karakteristik responden.

Tabel 1. Distribusi frekuensi jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi
Laki-laki	65
Perempuan	51

Tabel 1 memberikan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Responden perempuan dalam penelitian ini berjumlah 51 responden dan yang laki-laki berjumlah 65 responden. Pada tabel 2 menjelaskan proporsi usia responden didominasi usia kerja produktif pada rentang usia 32-38 tahun dan 39-45 tahun.

Tabel 2. Distribusi usia responden

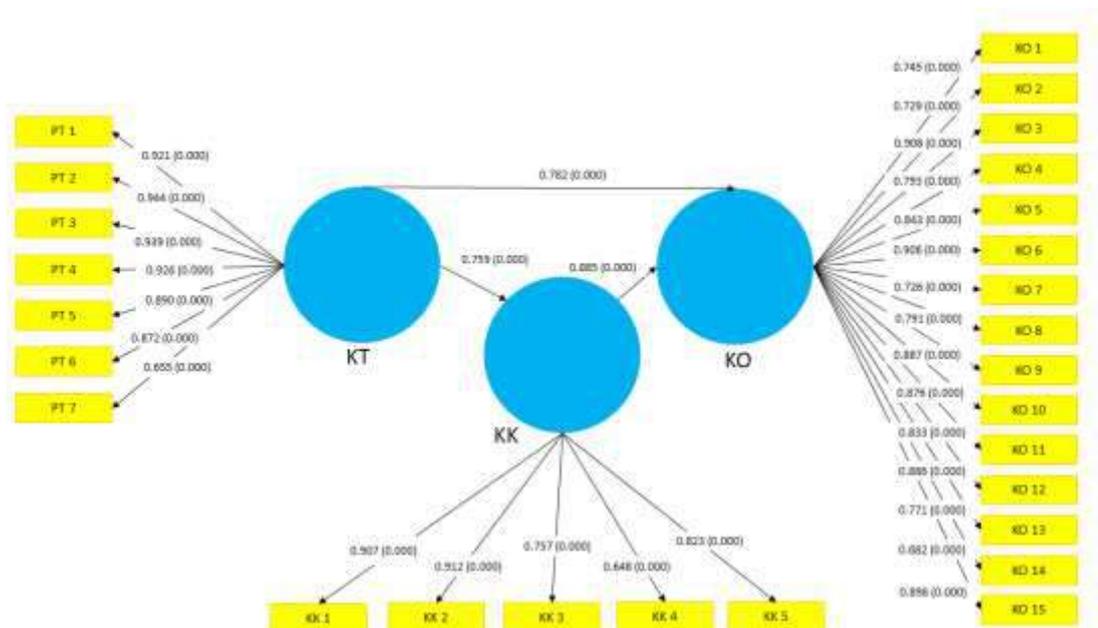
No.	Usia	Jumlah (Orang)
1	18 – 24 tahun	11
2	25 – 31 tahun	12
3	32 – 38 tahun	28
4	39 – 45 tahun	21
5	46 – 52 tahun	18
6	53 – 59 tahun	20
7	60 – 66 tahun	6
Total		116

Tabel 3 menjelaskan informasi tentang jenjang Pendidikan responden, pada fakultas X didominasi pegawai dengan jenjang Pendidikan magister.

Tabel 3. Distribusi jenjang pendidikan pegawai.

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)
1	Diploma/Sederajat	8
2	Sarjana/Sederajat	28
3	Magister	65
4	Doktor	15
Total		116

Tahap analisis selanjutnya adalah membuat diagram jalur dan melakukan analisis PLS. diagram jalur yang dibangun dan disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram jalur dengan koefisien pada *inner model* dan *outer model*

Analisis awal pada PLS sebelum pengujian hipotesis untuk memprediksi nilai hubungan antar variabel dalam model struktural, terlebih dahulu dilakukan validasi terhadap model pengukuran. Variabel dengan indikator pertanyaan dihubungkan dengan model pengukuran. Nilai *outer loading* antara variabel terhadap setiap indikator pertanyaan dan variabel yang dapat diuji selanjutnya dilakukan validasi. Indikator yang memiliki nilai *outer loading* di bawah 0,4 akan dieliminasi dari model pengukuran (Hair Jr et al., 2016).

Variabel kepemimpinan transformasional (KT) disusun oleh 7 indikator pertanyaan dengan nilai outer loading masing-masing indikator di atas 0,6. Nilai ini memberikan informasi bahwa variabel kepemimpinan transformasional (KT) dapat menjelaskan keragaman data pada KT1, KT2, KT3, KT4, KT5, KT6, dan KT 7 dengan persentasi di atas 60%. Nilai *outer loading* pada variabel Kepuasan Kerja (KK) dan Komitmen Organisasional (KO) di atas 0,8. Kesimpulan yang didapatkan bahwa variabel Kepuasan Kerja (KK) dan Komitmen Organisasional (KO) dapat menjelaskan keragaman data pada indikator-indikator pertanyaan penyusunnya dengan persentasi di atas 80%. Evaluasi terhadap indikator-indikator pertanyaan dalam menyusun variabel juga dapat dilihat dari nilai composite reliability dan *Average Variance Extracted* (AVE).

Tabel 4. Nilai *composite reliability*, dan AVE. Nilai AVE yang dihasilkan harus lebih besar dari 0,5. Untuk nilai *Composite Reliability* harus diatas 0,7.

Tabel 4. *Composite Reliability* dan AVE

Variabel	Composite Reliability	AVE
KT	0,87	0,79
KK	0,91	0,81
KK	0,89	0,61

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4, diketahui bahwa untuk nilai *Composite Reliability* dan AVE telah memenuhi kriteria. Model struktural merupakan model yang menjelaskan hubungan antar variabel, signifikansi hubungan antar variabel dapat dilihat pada nilai *t-statistic* yang didapatkan setelah dilakukan *bootsraping*. Variabel satu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel lainnya apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,645. Pengaruh antar variabel dapat dilihat dari *p value* yang nilainya kurang dari 0,05.

Tabel 5. Koefisien dan signifikansi model struktural

Hipotesis	Koefisien	t statistic	t tabel	P value	Kesimpulan
KT terhadap KK	0,651	13,567	1,645	0,000	terbukti
KK terhadap KO	0,602	8,392	1,645	0,000	terbukti
KT terhadap KO melalui KK	0,238	3,291	1,645	0,002	terbukti

Tabel 5 memberikan informasi nilai koefisien pada model struktural dan signifikansi setiap hubungan variabel. Pada hipotesis KT terhadap KK didapatkan nilai *t statistic* sebesar

13,567. Nilai ini lebih besar dari 1,645 sehingga hipotesis pengaruh KT terhadap KK terbukti. Koefisien antara kedua variabel ini sebesar 0,651. Nilai ini memiliki makna bahwa peningkatan pada variabel KT sebesar satu satuan, akan diikuti peningkatan pada variabel PU sebesar 0,651 kali.

Berdasarkan informasi tabel 5 di atas, hipotesis KK terhadap KO terbukti yang artinya variabel KK berpengaruh signifikan terhadap KO. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai *t statistic* nya lebih besar dari 1,645. Koefisien antara kedua variabel tersebut sebesar 0,602. Makna dari nilai koefisien tersebut adalah peningkatan pada variabel KK akan diikuti peningkatan pada variabel KO. Nilai *t statistic* untuk hipotesis KT terhadap KO melalui KK sebesar 3,291 sehingga dapat disimpulkan KT berpengaruh signifikan terhadap KK. Koefisien yang dihasilkan untuk kedua variabel tersebut sebesar 0,238. Dengan nilai ini, maka peningkatan KT akan berpengaruh terhadap peningkatan KO.

Tabel 6. Nilai R square

Variabel	R square
KT	0,57
KK	0,63
KO	0,46

Evaluasi terhadap model struktural pada PLS dapat diketahui dari nilai *goodness of fit* atau R². Nilai ini memberikan gambaran bahwa model dapat menjelaskan variasi atau keragaman data Kepemimpinan Transformasional sebesar 57%. Koefisien untuk variabel Kepuasan Kerja sebesar 63%, dan Komitmen Organisasional sebesar 46%. Hasil analisis menggunakan metode PLS memberikan kesimpulan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini terbukti

KESIMPULAN

Model konseptual hubungan gaya kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja dan komitmen organisasional didapat kesimpulan setelah menggunakan analisis metode PLS diketahui bahwa variabel Kepemimpinan Transformasional (KT) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja (KK), Kepuasan Kerja (KK) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap Komitmen Organisasional (KO), dan Kepemimpinan Transformasional (KT) memiliki pengaruh signifikan terhadap Komitmen Organisasional (KO) melalui

Kepuasan Kerja (KK) sebagai variabel intervening pada pegawai Fakultas X Perguruan Tinggi Y.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat, ridho, petunjuk dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam dihaturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW atas tuntunannya, serta para sahabat dan semua pihak yang senantiasa istiqomah berjuang dalam iman dan Islam. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Dr. Dwi Ratmawati, M.Com selaku dosen pembimbing orang tua, kakak, keluarga, kekasih, teman-teman serta semua pihak yang telah mendukung pembuatan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Imtiaz, et al. 2013. "Employee Performance Evaluation: a Fuzzy Approach". International Journal of Productivity and Performance Management. Vol. 62. No. 7. Pp. 718-754.
- Aranya, N., R. Lachman and J. Amernic. 1982. "Accountants' Job Satisfaction: A Path Analysis". Accounting, Organizations and Society. Vol. 7. No. 3. pp. 201-215.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, Michael. 1999. *The Art of HRD: Human Resource Management (Vol 2)* London: Crest Publishing House.
- Badeni. (2013). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1995). *MLQ, Multifactor leadership questionnaire*. Redwood City, CA; Mind Garden.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (2000). *MLQ Multifactor Leadership Questionnaire*. Redwood City: Mind Garden.
- Bavendam, J. 2000. "Managing Job Satisfaction". Special Report, Vol 6, Bavendam Research Incorporated, Mercer Island. <http://www.bavendam.com/>
- Bernardin, H. John and Joyce, E.A. Russel., 1993. *Human resource Management An Experiential Approach*. Series In Management. New York: McGraw-Hill.
- Burns, J. M.(1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.
- Byars, L.L and L.W. Rue., 2000. *Human Resource and Personal Management*. United State of America : Richard D. Irwin. Inc.
- Cummings, G. G., Macgregor, T., Davey, M., Lee, H., Wong, C. A., Lo, E., Muise, M., & Stafford, E. (2010). Leadership styles and outcome patterns for the nursing workforce and work environment: A systematic review. *International Journal of Nursing Studies*, 47, 363-385.
- Daft, Richard, L. (2011). *The Leadership Experience* (5th ed). South Western Publication.
- Davis, K dan Newstrom. (1995). *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Davis, Keith (1985). *Perilaku Dalam Organisasi*, Jilid I, Edisi 7. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Davis, Keith and Newstrom, John W. 1993. *Organizational Behavior*. United States of America: McGraw-Hill International Book Company.
- Dessler, Gary. 1998. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Bahasa Indonesia. Terjemahan. Jakarta : PT Prentice Hall Inc.
- Evan, J.R, and William M. Lindsay. 2006. *The Management and Control of Quality*. 5th

- edition. South Western: Thomson Learning.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Multivariat*. Edisi I. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gibson, James L, John M. Ivancevich dan James H. Donnely Jr.. 1996, *Organisasi dan Manajemen : Perilaku, Struktur, Proses*, Edisi Keempat, Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- Gruenberg, B. 1980. The happy worker: An analysis of educational and occupational difference in determinants of job satisfaction. *American journal of sociology*. 86,247–271.
- Handoko, T. Hani., 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Heidjrachman, Ranupandojo dan Husnan, Suad. 2002. *Manajemen Personalia*. Yogyakarta : BPFE.
- Hemphill, J. K., & Coons, A. E. (1957). Development of the leader behavior description questionnaire. Columbus: Bureau of Business Research, Ohio State University.
- Hersey, P., dan Blanchard, K. 1992. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayah, Noer. Fernanda, Jerhi Wahyu (2021) Analisis Penerimaan Aplikasi Pembelajaran Online Menggunakan Technology Acceptance Model 3 dan Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM). *Jurnal Factor M Vol 3 no.2*. DOI: 10.30762/factor-m.v3i2.3097
- Ilyas Yaslis. (2005). *Kinerja, Teori dan Penelitian*. Yogyakarta: Liberty.
- Jean, L. 2004. 'Effect of Leadership and Leader-Member Exchange on commitment Leadership and Organizational ', *Developmental Journal*, vol. 26 no 8, pp. 655–72.
- Karsono. 2008. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja dengan Motivasi dan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Akuntansi Bisnis*. Vol.8(2): 151 – 164.
- Kreitner dan Kinichi (1998), *Organization Behavior*. Irwin. McGraw-Hill, Boston.
- Luthans, Fred. 1995. *Organizational Behavior*. Seventh edition. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- . 2005. *Organizational Behavior*. Nine Edition. New York: McGraw-Hill.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- McShane, Steven L. dan Mary Ann Von Glinow, 2000. *Organizational Behavior*. United States of America: McGraw-Hill Companies.
- Miles, S. J., & Mangold, G. (2002). The impact of team leader performance on team members' satisfaction: the subordinate's perspective. *Team Performance Management: An International Journal*, 8(5/6), 113-121.
- Miller, L.E. 1991. *Aggr. Edu 885 research methods*. Ohio State University.
- Moncrief, W. C., Babakus, E., Cravens, D., Johnston, M. 1997. Examination the Antecedent and Consequences of Salespeoples Job Stress. *European Journal of Marketing Examining / Salesperson Job Stress*, Vol. 31, No. 11/12, pp. 786-798.
- Rivai, Veithzal. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Perilaku Organisasi*, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Roseman, Edward. 1981. *Managing turnover: A positive approach*. New York: Amacom.
- Schepers, J., Wetzels, M., & Ruyter, K. D. (2005). Leadership styles in technology acceptance: do followers practice what leaders preach? *Managing Service Quality*, 15(6), 496-508.
- Stup, R. E. (2005). *Human resource management and dairy employee organizational*

- commitment*. The Pennsylvania State University, Pennsylvania.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta.
- Van Scooter, J.R. 2000. "Relationship of Task Performance and Contextual Performance With Turnover, Job Satisfaction, and Affective Commitment", *Human Resource Management Review*, 10 (1) : 79-95.
- Yousef, D.A. (2000), "Organizational commitment: a mediator of the relationships of leadership behavior with job satisfaction and performance in a non-Western country", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 15 No. 1, pp. 6-24.
- Yukl, G.A. 1989. *Managerial Leadership A Review of Theory and Research*, *Journal of Management* Vol 15 No. 2, PP 251–289.
- Yukl, Gary. 2010. *Kepemimpinan Dalam Organisasi (Edisi Kelima)*. Alih bahasa: Budi Supriyanto. Jakarta: PT. Indeks.
- Yuwono, dkk. 2005. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Cetakan pertama. Surabaya: Fakultas Psikologi Unair.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Toward Using E-Wallet* pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19

Ryan Ariesco Wijaya¹, Dwi Andriyanti Agustin², Janviera Adriana Nugrahani³

^{1 2 3}Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung, Villa Puncak Tidar Blok N No.1, Malang, Indonesia 65151

Correspondence: Dwi Andriyanti Agustin (132020008@student.machung.ac.id)

Received: 09 08 21 – Revised: 10 08 21 - Accepted: 16 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak pandemi COVID-19 yang meningkatkan transaksi di berbagai *e-commerce*. Metode pembayaran di berbagai *e-commerce platform* sudah jarang menggunakan uang tunai karena digantikan dengan menggunakan *e-wallet* untuk mengurangi kontak fisik. Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan teori. Penelitian ini menguji pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using e-wallet* pada mahasiswa selama pandemi COVID-19. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Ma Chung. Sedangkan untuk sampel yang digunakan adalah mahasiswa S1 Program Studi Manajemen dan mahasiswa S2 Program Magister Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung dengan jumlah sebanyak 62 responden. Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala Likert. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using* mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*. Selain itu, *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*.

Kata kunci: *e-wallet*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*

Abstract. This research is motivated by the impact of the COVID-19 pandemic which increased transactions in various *e-commerce*. Payment methods on various *e-commerce platforms* have rarely used cash because they use *e-wallet* to reduce physical contact. This study uses the *Technology Acceptance Model* (TAM) as the theoretical basis. This study examines the effect of *perceived usefulness* and *perceived ease of use* on students' attitudes towards using *e-wallet* during the COVID-19 pandemic. The type of research used is causal research. The population that used in this research was all students of Ma Chung University. Meanwhile, the samples used were students of the Bachelor of Management Studies Program and students of the Master's Degree Program in Innovation Management at Ma Chung University with a total of 62 respondents. The variables in this study were measured using a Likert scale. This research uses validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis test. Based on the results of the study, *perceived usefulness* has no effect on student's attitudes toward using *e-wallet*. In addition, the perception ease of use has a positive effect on student's attitudes toward using *e-wallet*.

Keyword: *e-wallet*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*

Citation Format: Wijaya, R.A., Agustin, D.A., Nugrahani, J.A., (2020). Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Attitude Toward Using E-Wallet* pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 146-158

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di akhir tahun 2019, seluruh dunia merasakan dampak akibat pandemi COVID-19 (*Coronavirus disease 2019*) yang merupakan jenis penyakit baru yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Hampir seluruh sektor terdampak termasuk sektor ekonomi karena salah satunya pembatasan aktivitas masyarakat. Di sisi lain pandemi Covid-19 mempercepat pergeseran menuju dunia yang lebih digital dan memicu perubahan perilaku belanja *online*. Secara perlahan dampak pandemi Covid-19 meningkatkan transaksi di berbagai *e-commerce*. Metode pembayaran di berbagai *platform e-commerce* sudah jarang menggunakan uang tunai karena digantikan dengan menggunakan *e-wallet* untuk mengurangi kontak fisik. Berdasarkan survei oleh *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) terhadap sekitar 3.700 konsumen di sembilan negara maju dan berkembang yakni Brasil, China, Jerman, Italia, Korea Selatan, Federasi Rusia, Afrika Selatan, Swiss dan Turki, disampaikan bahwa lebih dari 50% responden berbelanja *online* dan lebih mengandalkan internet. Survei menunjukkan bahwa konsumen di negara berkembang telah melakukan peralihan terbesar ke belanja *online* (Lestari, 2020).

Sejarah munculnya *e-wallet* diawali dengan lahirnya *e-money* terlebih dahulu. *E-money* digagas pada tahun 1960 oleh IBM dan American Airlines dengan menciptakan SABRE (*Semi-Automatic Business Research Environment*) untuk melakukan reservasi penerbangan dengan sistem kredit. Pada tahun 1997, perusahaan Coca Cola menawarkan pembelian di *vending machine* dengan menggunakan *mobile payments*. Semenjak itu, banyak produk *e-money* dikembangkan dan diperkenalkan ke masyarakat (Pendidikan2, 2021). *E-money* kemudian menjadi ide bagi beberapa perusahaan *start up* untuk membangun bisnis di bidang *fintech* (*financial technology*) yang kemudian melahirkan *e-wallet*.

Data nominal omzet rata-rata per bulan transaksi *e-wallet* berdasarkan survei konsumen secara *online* yang dilakukan oleh Snapcart selama kuartal I di tahun 2021 disampaikan bahwa *e-wallet* dengan brand ShopeePay menguasai 38% dari total transaksi *e-wallet*, diikuti Ovo (19%), Gopay (19%), Dana (17%), dan LinkAja (7%). Dari survei tersebut juga menyatakan bahwa brand *e-wallet* ShopeePay yang paling diingat pelanggan, paling sering digunakan, dan paling disukai konsumen Indonesia (Prasetyo, 2021). Sedangkan untuk nominal transaksi uang elektronik melalui *e-wallet* yang ada di Indonesia sampai dengan tahun 2020 mencapai Rp 204.909.170.000 (www.bi.go.id, 2021).

Berdasarkan survei iPrice yang bekerja sama dengan Jakpat ditemukan bahwa 26% masyarakat telah menggunakan *e-wallet* untuk berbelanja secara *online*. Penelusuran lebih dalam dinyatakan bahwa konsumen lebih sering menggunakan *e-wallet* ketimbang *e-money*. Hal ini tercermin dari hasil riset Katadata Insight Center (KIC) bahwa 11,1% responden menggunakan aplikasi Dana setiap hari. Dana adalah salah satu jenis *e-wallet* yang beredar di masyarakat (Ridhoi, 2020).

Kemudahan penggunaan *e-wallet* juga dirasakan oleh kelompok konsumen dari kalangan mahasiswa. Pengertian mahasiswa menurut UU no 12 tahun 2012 tentang pendidikan tinggi adalah peserta didik pada jenjang Pendidikan Tinggi yang berbentuk akademi, institusi maupun universitas. Adapun jenjang pendidikan tinggi adalah dari strata 1 (satu) hingga strata 3 (tiga). Usia mahasiswa strata 1 (satu) berkisar antara 18-24 tahun, merupakan usai antara remaja dan dewasa muda. Usia remaja adalah usia 12 sampai dengan 20 tahun dan dewasa muda adalah usia antara 20-40 tahun (Mulyadi, 2010). Usia remaja memiliki gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang paling sesuai bagi dirinya (Saputro, 2018). Penelitian ini memposisikan mahasiswa sebagai konsumen *e-wallet*. Pengertian konsumen berdasarkan Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 pasal (1) ayat (2) tentang Perlindungan Konsumen didefinisikan sebagai individu yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan model pengembangan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menambah dua konstruk utama ke dalam model TRA, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*). Model TAM jauh lebih luas dibandingkan dengan model TRA. TAM menggunakan pendekatan teori perilaku dan banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Teori ini menjadi dasar untuk mengetahui pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap, dan tujuan dari penggunaannya. Bisa dikatakan bahwa TAM merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. Studi empiris terkait TAM yang dilakukan oleh (Rahmatika & Fajar, 2019) menunjukkan bahwa, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi minat responden untuk menggunakan *e-money*.

Studi empiris yang dilakukan pada mahasiswa terkait dengan penggunaan *e-wallet* dalam penelitian (Nawawi, 2020) menyatakan bahwa alasan mendasar mahasiswa menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran, yakni karena banyaknya promo yang

ditawarkan, serta pengguna mendapatkan kenyamanan dalam bertransaksi, juga mudah dalam pengoperasiannya. Dalam menggunakan *e-wallet*, mahasiswa tidak saja merasakan kenyamanan dalam berbelanja, tapi juga kenyamanan dalam pembayaran karena dapat dilakukan dimana saja selama pengguna terhubung dengan internet (Nawawi, 2020). Melalui penelitian ini penulis ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *attitude toward using* mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Dompot Elektronik (*Electronic Wallet- e-wallet*) menurut Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran pada Pasal 1 ayat 7 adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah model penelitian yang dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) penggunaan teknologi informasi. Fred D. Davis memperkenalkan TAM pertama kali pada tahun 1986, dibuat khusus untuk memodelkan efek penerimaan (*acceptance*) yang dirasakan pengguna terhadap sebuah teknologi informasi. Menurut (Davis, Marangunic, & Granic, 2021), tujuan utama TAM adalah memberikan acuan untuk menganalisa pengaruh eksternal berupa faktor keyakinan (*trust*), *intention*, dan tujuan pengguna. Ada dua faktor yang dominan dalam TAM yang mempengaruhi penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi yaitu yang pertama, persepsi pengguna tentang manfaat (*perceived usefulness*) yang dirasakan pengguna saat menggunakan teknologi tersebut, dan kedua, persepsi pengguna tentang kemudahan (*perceived ease of use*) penggunaan teknologi informasi.

Perceived usefulness menjelaskan bahwa dengan sikap penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi, para pengguna diharapkan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dalam melakukan pekerjaan. Jika pengguna percaya dengan menggunakan sistem teknologi informasi dapat bermanfaat dan dapat meningkatkan kinerja, maka pengguna akan menerima penggunaan sistem teknologi informasi. Sebaliknya, jika pengguna merasa sistem teknologi informasi kurang berguna, maka pengguna akan menolak penggunaan sistem teknologi informasi. *Perceived ease of use* sebagai kemudahan penggunaan sistem teknologi informasi yang dipersepsikan, meyakini bahwa pengguna akan lebih mudah memahami penggunaan sistem teknologi informasi tanpa harus menggunakan usaha yang keras dan terbebas dari kesulitan. Sedangkan *attitude toward using* merupakan perasaan seseorang

baik positif maupun negatif apabila diharuskan melakukan perilaku tertentu (Davis, Marangunic, & Granic, 2021). *Attitude toward using* dikonsepsikan sebagai suatu sikap seseorang yang berbentuk penerimaan atau penolakan terhadap penggunaan suatu sistem teknologi guna untuk pemenuhan berbagai kegiatan dalam pekerjaannya (Widodo & Azdy, 2017). Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap *information system technology*, ia mendukung penggunaan dan kemudian mendorong penggunaan dan pemanfaatan teknologi sistem informasi.

Model TAM diadopsi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang pertama kali diperkenalkan oleh Martin Fishbein dan Ajzen tahun 1980. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*believe*), sikap (*attitude*), minat (*intention*) dan perilaku (*behavior*). Minat merupakan prediktor utama perilaku pengguna, artinya jika ingin mengetahui apa yang seseorang akan lakukan, yang terpenting adalah mengetahui minat orang tersebut. Meskipun seseorang dapat membuat keputusan berdasarkan alasan-alasan yang lain, artinya tidak selalu berdasarkan minat, namun konsep utama dalam teori ini adalah fokus untuk memperhatikan dan mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting oleh pengguna. Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi informasi yaitu berdasarkan pada kepercayaan (*believe*), sikap (*attitude*), minat (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan (*acceptance*) teknologi informasi.

METODE PELAKSANAAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal, dimana tujuan penelitian ini untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel (Hermawan & Amirullah, 2016). Dalam penelitian ini, hubungan sebab akibat antar variabel sudah diprediksi dan dikembangkan oleh peneliti. Sedangkan untuk jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *cross-sectional*, dimana peneliti menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden dalam bentuk angka dengan menggunakan skala Likert pada suatu waktu.

Populasi dan Sampel

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Ma Chung. Sedangkan untuk pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik

Purposive Sampling atau *Judgemental Sampling*. Dalam teknik ini, sampel dipilih berdasarkan penilaian dari peneliti berdasarkan maksud dan tujuan penelitian, dimana sampel yang dipilih dapat mewakili populasi (Hermawan & Amirullah, 2016).

Oleh karena itu peneliti menentukan sampel yang digunakan adalah mahasiswa S1 Program Studi Manajemen dan mahasiswa S2 Program Magister Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung, yang diperkirakan akrab dengan penggunaan *e-wallet* dan memiliki probabilitas tinggi dalam mengisi kuesioner. Adapun jumlah respondennya adalah sebanyak 62 (enam puluh dua) orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner.

Pengukuran Variabel

Di dalam sebuah penelitian diperlukan variabel untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, dan menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel dependen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) jenis, yaitu variabel independen (x) dan variabel dependen (y). Berikut variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Variabel Independen

Atau disebut dengan variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) – (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *perceived usefulness* (X1) dan *perceived ease of use* (X2). Pengukuran *perceived usefulness* menggunakan 8 (delapan) pertanyaan. Kedelapan pertanyaan diberikan kepada responden yang telah ditentukan agar dapat diketahui kebermanfaatan *e-wallet* yang dipersepsikan oleh pengguna. Sedangkan pengukuran *perceived ease of use* dilakukan dengan menggunakan 7 (tujuh) pertanyaan. Ketujuh pertanyaan diberikan kepada responden yang telah ditentukan, agar dapat diketahui kemudahan *e-wallet* yang dipersepsikan oleh pengguna.

2. Variabel Dependen

Selain variabel independen, diperlukan juga variabel dependen atau biasa disebut variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen atau variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah *attitude toward using* (Y1). Pengukuran *attitude toward using* dilakukan dengan

menggunakan 7 (tujuh) pertanyaan yang diberikan kepada responden yang telah ditentukan, agar dapat diketahui sikap responden terhadap e-wallet.

Kerangka Penelitian

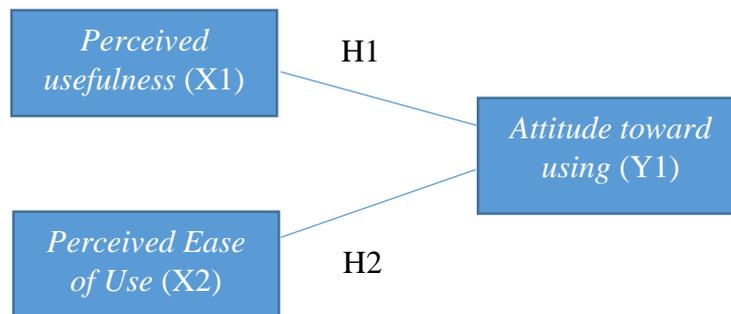
Berikut ini merupakan gambar kerangka penelitian dengan menggunakan variabel-variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini:

H1: Pengaruh *perceived usefulness* (X1) yang positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* (Y1)

H2: Pengaruh *Perceived ease of use* (X2) yang positif dan signifikan terhadap *attitude toward using* (Y1)

Gambar 1

Kerangka Penelitian



Skala Pengukuran Variabel

Di dalam penelitian ini, variabel diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap statement yang berkaitan dengan onjek yang dinilai (Hermawan & Amirullah, 2016). Dalam penelitian ini, skala Likert digunakan untuk mengetahui pendapat mahasiswa aktif Universitas Ma Chung terhadap variabel penelitian yang telah dirumuskan. Berikut merupakan pengukuran skala Likert.

Tabel 1

Skala Likert

Kategori	Simbol	Nilai Bobot
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	R	3

Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian bertujuan agar data yang digunakan dapat mewakili atau mencerminkan keadaan sesungguhnya. Berikut merupakan beberapa uji instrumen penelitian.

1. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana kuesioner dapat mengukur variabel yang akan diukur. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan korelasi Pearson. Teknik uji validitas item dengan korelasi Pearson yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi (Sig 2 tailed). Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid (Ghazali, 2018).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan tetap konsisten hasilnya jika dilakukan pengukuran berulang. Pada penelitian ini digunakan metode Cronbach's Alpha. Dimana dari nilai koefisien Cronbach's Alpha dapat diketahui apakah suatu instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau tidak. Jika koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 maka dapat dikatakan bahwa suatu instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antar variabel yang dipakai untuk penelitian, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas residual, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasitas.

a. Uji Normalitas Residual

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil dari populasi terdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas kemudian dibandingkan

dengan nilai signifikansi, jika hasil nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi normal (Ghazali, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui besarnya interkolerasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka diindikasikan terdapat permasalahan multikolinieritas. Hal tersebut dapat ditinjau dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), indikatornya adalah jika nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghazali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model persamaan regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik indikatornya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini digunakan diindikasikan bahwa model regresi pada penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas (Adam, 2018). heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Indikator hasil

uji Glejser adalah jika variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dapat

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hipotesis dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji, antara lain sebagai berikut:

a. Uji Simultan

Menurut (Ghazali, 2018) uji pengaruh simultan atau uji F digunakan untuk mempengaruhi apakah variabel independen bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Parsial

Uji Parsial atau uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial (Ghazali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*. *Perceived usefulness* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,143 > 0,050$ (tidak signifikan) dengan nilai t hitung sebesar 1,485 (tidak ada pengaruh). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using* mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19 sehingga H1 ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Tyas & Darma (2017). Tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Komalasari & Marjito (2019), Bangkara & Mimba (2016), Setyawati (2020), dan Sandi et.al (2021) yang menyebutkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*.

Peneliti menduga hal ini terjadi karena mahasiswa telah menggunakan *e-wallet* dalam jangka waktu yang lama. Pada penelitian ini, banyak sampel yang telah menggunakan *e-wallet* selama lebih dari 1 (satu) tahun, dengan intensitas lebih dari 5 kali dalam sebulan. Semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, maka kebermanfaatan yang dirasakan akan semakin menurun. Hal ini bisa juga disebabkan karena provider *e-wallet* jarang melakukan pembaruan fitur.

Peneliti menduga juga bahwa kebermanfaatan *e-wallet* belum secara signifikan dirasakan mahasiswa yang berkaitan dengan kegiatan transaksi. Belum terasanya kebermanfaatan oleh mahasiswa terlihat dari jawaban kuesioner yang banyak memilih skor 3 (tiga). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa ragu-ragu terhadap kebermanfaatan *e-wallet*. Adapun penyebabnya adalah mahasiswa masih memiliki kebiasaan menggunakan uang tunai dalam bertransaksi. Selain itu banyak *merchant* yang belum menerima sistem pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*.

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini adalah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using*. *Perceived ease of use* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,050$ (signifikan) dengan nilai t hitung sebesar 3,249 (positif). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* terhadap *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19, sehingga H2 diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Komalasari & Marjito (2019), Bangkara & Mimba (2016), Setyawati (2020). Tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Tyas & Darma (2017), Perangin-angin et.al. (2016), dan Sandi et.al. (2021) yang menyebutkan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using*.

Setiap orang mengeluarkan tingkat usaha yang berbeda-beda dalam penggunaan *e-wallet*. Ketika *e-wallet* mudah digunakan, pengguna tidak memerlukan tenaga dan waktu yang banyak untuk mempelajari, memahami, dan menggunakan *e-wallet* tersebut. Ada beberapa kemudahan yang ditawarkan oleh *e-wallet*, salah satunya adalah bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja. Persepsi kemudahan dari *e-wallet* dapat diwujudkan dengan syarat para *pengguna e-wallet* menerima sistem yang ada dan menaruh kepercayaan bahwa *e-wallet* memudahkan melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan *e-wallet* juga dirasakan oleh kalangan mahasiswa.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap *attitude toward using* mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan mahasiswa telah menggunakan *e-wallet* dalam jangka waktu yang lama, sehingga kebermanfaatan yang dirasakan akan semakin menurun. Hal ini juga dapat disebabkan karena pengembang *e-wallet* jarang melakukan pembaruan fitur.

Adapun *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward using* terhadap *e-wallet* pada masa pandemi Covid-19. Hal ini karena ada beberapa kemudahan

yang ditawarkan oleh *e-wallet*, dan mahasiswa menerima sistem yang ada dan menaruh kepercayaan bahwa *e-wallet* memudahkan melakukan transaksi.

Untuk penelitian selanjutnya maka disarankan untuk menambah jumlah sampel dan jumlah variabel pengukuran yang digunakan. Selain itu peneliti menyarankan kepada *e-wallet provider* untuk lebih sering memperbaharui fitur yang memudahkan pengguna. Hal tersebut bertujuan untuk menarik minat banyak orang untuk menjadi pengguna *e-wallet*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. (2018). *Practical Guide of the Integrated Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL and AMOS for Marketing & Social Sciences Thesis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.16 No. 3, pp. 2408-2434.
- Davis, F.D., Marangunic, A., & Granic, A. (2021). *The Technology Acceptance Model - 30 Years of TAM*. New York: Springer International Publishing
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Eloksari, E. A. (2020, March 20). Retrieved from <https://www.thejakartapost.com/https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/20/food-deliveries-online-game-purchases-up-as-people-stay-at-home-during-covid-19-pandemic.html>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://hukor.kemkes.go.id>. (2020, June 19). Retrieved from http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/KMK_No__HK_01_07-MENKES-382-2020_ttg_Protokol_Kesehatan_Bagi_Masyarakat_di_Tempat_dan_Fasilitas_Umum_Dalam_Rangka_Pencegahan_COVID-19.pdf
- Komalasari, Y., & Marjito. (2019). *Pengaruh Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using Pada Ojek Online Uber*. Jurnal Computech & Bisnis, Vol. 13 No. 1, pp. 11-17.
- Lestari, R. (2020, Oktober 13). Retrieved from www.kabar24.bisnis.com: <https://kabar24.bisnis.com/read/20201013/19/1304375/survei-unctad-pandemi-mengubah-tren-belanja-online>
- Pendidikan2, D. (2021, May 15). www.dosenpendidikan.id. Retrieved from https://www.dosenpendidikan.co.id/e-money-adalah/#Sejarah_Kelahiran_E-Money_di_Dunia
- Perangin-angin, W. A., Respati, A. D., & Kusumawati, M.D. (2016). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude Toward Using E-Faktur*. Journal of Research in Economics and Management., Vol. 16 No. 2, pp. 307-322.
- Prasetyo, W. B. (2021, Maret 29). <https://www.beritasatu.com>. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/ekonomi/752563/transaksi-uang-elektronik-gunakan-dompot-digital-meningkat>
- Ridhoi, M. A. (2020, Oktober 29). katadata.co.id. Retrieved from <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet>

- Sandi, A. S., Soedijono, B., & Nasiri, A. (2021). *Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Dengan Metode TAM Pada Sistem Informasi Magang*. IT Journal Research and Development (ITJRD), Vol. 5, No. 2, pp. 109-117.
- Setyawati, R. E. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention to Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 3 No. 1, pp. 39-51.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tyas, E. I. & Darma, E. S. (2017). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya*. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 1 No. 1, Hlm: 25-35, Juli 2017.
- Undang-Undang RI No.8 Tahun 1999 pasal (1) ayat (2) tentang Perlindungan Konsumen *Wikipedia*. (2021, May 17). Retrieved from [id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org/wiki/Dompel_elektronik):
https://id.wikipedia.org/wiki/Dompel_elektronik
- www.bi.go.id*. (2020). Retrieved from www.bi.go.id:
<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- www.bi.go.id*. (2021). Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/spp/uang-elektronik-jumlah.aspx>



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Analisis Peningkatan Kinerja UMKM Kuliner Destinasi Wisata Melalui Strategi Comparative Advantage dengan pendekatan The House Model Studi Empiris Toba Indonesia

Grace Esther Kirana Ziliwu¹, Mariana Simanjuntak²

^{1,2}Manajemen Rekayasa, Institut Teknologi Del, Jl. Sisingamangaraja Laguboti, Indonesia, 22381

Correspondence: Grace Esther Kirana Ziliwu (ziliwu@grace@gmail.com)

Received: 11 08 21 – Revised: 14 08 21 - Accepted: 04 09 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model peningkatan kinerja UMKM kuliner destinasi wisata di Kabupaten Toba. Perancangan model peningkatan kinerja UMKM kuliner dapat dijadikan sebagai motivasi pada pelaku UMKM kuliner sehingga UMKM kuliner dapat mempunyai daya saing terhadap kompetitor dalam jangkauan waktu tertentu. Populasi penelitian adalah UMKM kuliner di Kabupaten Toba dengan jumlah sampel 100 responden. Metode yang digunakan adalah The House model dengan menggambarkan permasalahan UMKM dengan *fishbone chart* dan imperial manajerial dengan *force field analysis*. Pengolahan data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software IBM SPSS 23. UMKM Kuliner pada penelitian ini adalah UMKM yang berasal dari 13 kecamatan yang ada di Kabupaten Toba. Wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak berasal dari Kota Balige hal ini menunjukkan bahwa destinasi ibukota dengan destinasi wisata terbanyak menjadi pilihan UMKM dalam mendirikan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel permasalahan UMKM kuliner terdiri dari variabel dependen yaitu kinerja pemasaran, variabel *specialized marketing capabilities* dan variabel independen yaitu *comparative advantage* Ketiga variabel dapat mempengaruhi peningkatan kinerja UMKM kuliner dalam mencapai visi pada rancangan *model the house model*.

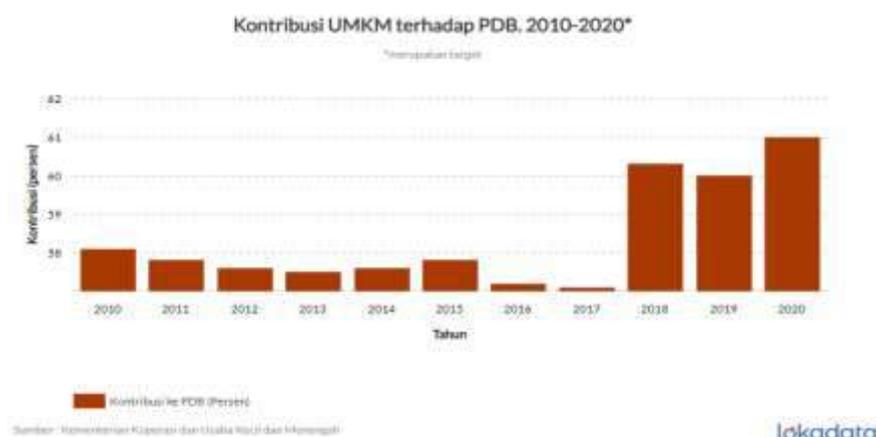
Kata kunci: Kinerja Pemasaran, Specialized Marketing Capabilities, Comparative Advantage, The House Model.

Citation Format: Ziliwu, G. E. K., Simanjuntak, M. (2021). The Analisis Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner Destinasi Wisata melalui Strategi Comparative Advantage Dengan Pendekatan The House Model dan Force Field Analysis Studi Empiris Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2021, 159-170

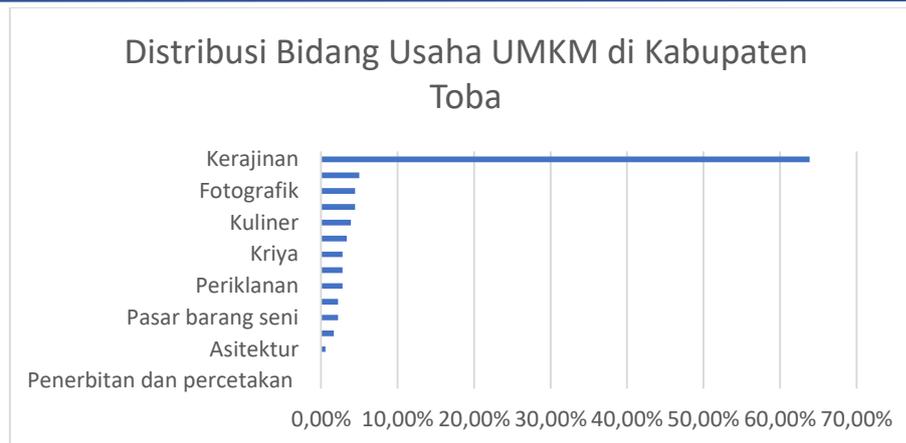
PENDAHULUAN

Indonesia yang terdiri dari berbagai keberagaman kekayaan alam, keanekaragaman tersebut menyebabkan banyaknya perbedaan terhadap budaya termasuk budaya kuliner yang berbeda pada setiap destinasi. Sebuah fenomena dapat terbentuk akibat adanya hasrat keinginan dalam mengetahui dan ingin mencicipi dari berbagai kuliner destinasi. Hasrat ini bisa terpuaskan dengan melakukan perjalanan sambil melaksanakan “Wisata Kuliner”. Hal inilah yang memberikan kontribusi ide dalam pembentukan sebuah bisnis kuliner pada destinasi wisata oleh ibu rumah tangga karena lebih menjanjikan. Berdasarkan survey snapcart tentang tren makanan rumahan menyebutkan bahwa sebesar 63 persen responden berencana dalam memulai bisnis kuliner. Fenomena ini pun tercatat pada google tren bahwa pencarian terkait bidang usaha kuliner meningkat sebanyak 300 persen.

Tren kuliner makanan rumahan semakin bertambah secara terus menerus karena adanya wabah Covid-19 dimana para pengangguran ikut serta berencana membangun usaha kuliner dengan produk yang lebih unik lagi di kawasan wilayah mereka. Penambahan jumlah akan usaha kuliner dapat meningkatkan jumlah UMKM kuliner yang terdaftar di Koperindag, pertumbuhan ini pastinya akan berdampak terhadap ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Nasional (2020) pencapaian jumlah tenaga kerja UMKM yang berhasil ternyata UMKM juga berperan dalam menyumbangkan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp850 triliun/tahun pada tahun 2020.



Gambar 1. Kontribusi UMKM pada PDB
Sumber: Kementerian Koperindag UMKM



Gambar 2. Distribusi Bidang Usaha UMKM di Kabupaten Toba 2021
Sumber: Disperindagkop Kabupaten Toba

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperindag di atas, dapat dilihat bahwa UMKM kuliner masih menempati posisi ke lima terhadap distribusi UMKM di Kabupaten Toba. Hal ini disebabkan oleh adanya permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kuliner yang membuat kinerjanya menjadi tidak maksimal. Penurunan kinerja ini pun ingin kembali ditingkatkan oleh pemerintah, hingga dibentuklah sebuah pelatihan yang berada di Kota Balige dengan upaya mempermudahnya proses pemasaran dari UMKM.

Fasilitas pemerintah dengan pelatihan diharapkan untuk dapat meningkatkan kinerja dari masing-masing UMKM dalam berkontribusi mengembangkan produk mereka, penambahan inovasi produk berupa variasi produk hingga dan teknologi proses produksi akan mengalami peningkatan jika tenaga kerja diberikan pelatihan secara berkala terhadap UMKM serta SDM pada organisasi tersebut. Hasil produk UMKM yang tepat guna serta tepat pada wilayah yang strategis mempunyai potensi dalam pengembangan produk UMKM.

Strategi *comparative advantage* dibutuhkan dalam peningkatan kinerja menjawab secara mendasar sebab-akibat, dengan menganalisis faktor penyebab terjadinya muncul fenomena tertentu. Sifat membandingkan antara dua UMKM atau lebih pada variabel tertentu. Menurut Ningsih (2019) faktor yang dapat membandingkan ini mewajibkan setiap UMKM harus dapat membenahi usaha untuk menjadi terbaik dan laris dipasarkan untuk menjaga kualitas makanan yang dihasilkan maka,UMKM harus menetapkan mitra kerja yang baik, pemilihan material yang sesuai, bahan baku makanan yang sesuai dan faktor lain yang mendorong kinerja dan meminimalkan penghambat kinerja.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahap, tahap pertama mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM kuliner destinasi wisata menggunakan diagram *fishbone chart*. Hasil sebagai input dalam perancangan model peningkatan kinerja UKM dengan *the house model*. Tahap terakhir adalah memberikan beberapa implikasi manajerial melalui *force field analysis*.

Penelitian dilaksanakan pada UMKM kuliner di Kabupaten Toba sejak Februari hingga Juni 2021. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah UMKM kuliner yang ada di Kabupaten Toba dengan sampel 100 responden.

Uji validitas dan reliabilitas kuesioner dilakukan kepada 30 responden pertama. Hasil uji validitas pemilik dan karyawan UMKM pada taraf signifikansi korelasi 5% menyatakan bahwa seluruh item valid. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik *cronbach's alfa*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* > 0.60. Hasil uji reliabilitas kuesioner pemilik dan karyawan UMKM pada penelitian ini bahwa nilai *cronbach's alfa* dari seluruh variabel adalah 0.963. Kesimpulannya, seluruh pertanyaan dari penelitian ini reliabel.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis Diagram Fishbone Chart

Menurut Ghaithi et al., (2017) *fishbone analysis* atau yang sering disebut juga *cause effect* diagram sebuah metode yang digunakan untuk membantu memecahkan masalah yang ada dengan melakukan analisis sebab dan akibat dari suatu keadaan dalam sebuah diagram yang terlihat seperti tulang ikan.

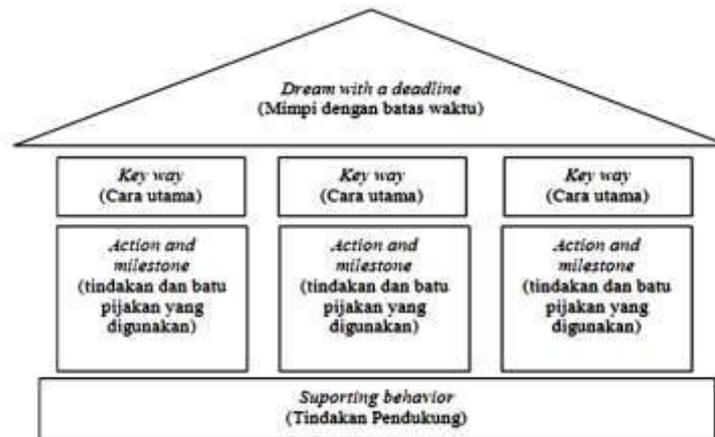
Menurut Widyahening, (2018) *fishbone analysis* dapat mengidentifikasi penyebab - penyebab yang mungkin timbul dari suatu spesifik masalah dan kemudian memisahkan akar penyebabnya, memungkinkan juga untuk mengidentifikasi solusi yang dapat membantu menyelesaikan masalah tersebut (bisa lebih dari satu masalah)

2. The House Model

Menurut Wahyuningrum et al., (2016) menyatakan bahwa *the house model* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam mendeskripsikan sebuah impian pada organisasi atau perusahaan menjadi sebuah tindakan. *the house model* terdiri dari atap, tiang (pilar) dan dasar (fondasi).

Menurut Novia et al., (2020) *the house model* merupakan konsep yang dibangun dalam menggambarkan usaha organisasi untuk mengubah mimpi menjadi sebuah

tindakan. Hal utama yang paling dibutuhkan oleh organisasi adalah sebuah visi inspirasi tentang masa depan organisasi, yaitu sebuah impian dengan batas waktu. impian dengan batas waktu ini memerlukan pilar-pilar yang dapat mendorong keberadaan dan pencapaiannya.



Gambar 3. The House Model

Sumber: Google.com

3. Force Field Analysis (FFA)

Menurut Cordell et al., (2019) analisis *force field analysis* digunakan secara meluas untuk menginformasikan pembuatan keputusan. Metode ini digunakan untuk memperoleh gambaran lengkap yang menyeluruh berbagai kekuatan pendorong dan penghambat yang ada dalam isu utama suatu kebijakan.

Force Field Analysis berguna untuk mempelajari situasi yang memerlukan perubahan. Hal ini didasarkan pada ide bahwa terdapat dua kekuatan yang saling berhadapan dalam sebuah usaha perubahan. Kekuatan pertama mendukung perubahan dan kekuatan kedua menolak perubahan. Analisis tersebut memberikan tawaran yang bisa dilakukan yaitu memperkuat kekuatan pendukung dan menetralkan kekuatan yang menolak.

Variabel Penelitian

Tabel 1 Variabel, Indikator dan Item

Variabel	Indikator	Item
Kinerja Pemasaran (X1)	Jumlah Penjualan (X11)	Pengelola UMKM merasakan pada tahun pada tahun 2021 merasakan adanya penurunan jumlah volume penjualan. Pengelola UMKM merasakan pada tahun 2021 adanya penurunan jumlah produksi produk

Variabel	Indikator	Item
Aulia et al. (2019)	Jumlah Pelanggan (X12)	Pengelola UMKM merasakan pada tahun 2021 adanya penurunan jumlah omset penjualan produk Pengelola UMKM merasakan pada tahun 2021 adanya penurunan jumlah pelanggan dari tahun sebelumnya. Pengelola UMKM merasakan pada tahun 2021 adanya penurunan jumlah konsumen baru dari tahun sebelumnya
	Mengembangkan Usaha (X13)	Pengelola UMKM kuliner pada tahun 2021 melakukan peningkatan standar mutu. Pengelola UMKM pada tahun 2021 menambah alternatif pengorderan dengan media sosial dan merasakan peningkatan dalam pengorderan lewat media sosial
	Manajemen Harga (X21)	Pengelola UMKM pada tahun 2021 melakukan penambahan jumlah variasi produk. Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam menentukan serta memantau harga dari pesaingnya serta mampu beradaptasi terhadap perubahan harga dalam kurun waktu tertentu. Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam mengembangkan usaha dengan mengembangkan produk
Specialized Marketing Capabilities (X2)	Manajemen Distribusi dan Pengiriman (X22)	Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam menentukan serta memantau harga dari pesaingnya serta mampu beradaptasi terhadap perubahan harga dalam kurun waktu tertentu. Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam mengembangkan usaha dengan mengembangkan produk
Guo et al. (2018)	Komunikasi Pemasaran (X23)	Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi yang baik kepada konsumen dengan layanan telepon operasional Pengelola UMKM mempunyai kemampuan menjalin komunikasi yang baik dengan aktif di media sosial serta kegiatan promosi lainnya
	Manajemen SDM (X24)	Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam memberikan pelatihan dalam proses produksi dan proses pemasaran yang baik terhadap SDM. Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam pengaturan sistem kompensasi (pemberian upah) dari SDM.
Comparative Advantage (Y) Saptana et al., (2016)	Kemampuan Keuangan (modal)	Pengelola UMKM mempunyai kelengkapan dalam pembukuan agar memudahkan melakukan pemutaran modal secara maksimal. Pengelola UMKM mempunyai kelengkapan dalam sarana prasarana dalam operasional yaitu rumah produksi, dan kendaraan motor sebagai kendaraan operasional.
	Kemampuan Inovasi Produk	Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam melaksanakan inovasi pada produknya dan bahan baku yang berbeda.

Variabel	Indikator	Item
	Kemampuan Teknologi dan Proses	Pengelola UMKM mempunyai alat dengan teknologi pada proses produksi produk kuliner. Pengelola UMKM kemampuan dalam menginovasikan teknik proses produksi, agar mempermudah proses produksi.
	Kemampuan Organisasi	Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam menjalin kerjasama dalam proses pembagian tugas agar saat proses produksi, <i>packaging</i> , dan pendistribusian lebih mudah dan efektif.
	Kemampuan Kerjasama dan Pemasaran	Pengelola UMKM mempunyai SOP masing-masing untuk mengatur proses produksi yang benar dan sumber daya manusia yang dapat mengatur waktunya. Pengelola UMKM mempunyai kemampuan dalam menjalin kedekatan dalam kerjasama kepada supplier, konsumen dan chanel di destinasi wisata.

Model Hipotesis

1. Uji t (Uji hipotesis parsial)

Menurut Ghozali (2016) uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa satu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, hipotesis parsial ini dijelaskan ke dalam berikut statistik sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

$H_0=0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel X1 terhadap X2

$H_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel X1 terhadap X2

b. Hipotesis 2

$H_0=0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel X1 terhadap Y

$H_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel X 1 terhadap Y

c. Hipotesis 3

$H_0=0$, artinya tidak terdapat pengaruh variabel X2 terhadap Y

$H_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh variabel X2 terhadap Y

Menguji hipotesis parsial dapat dilakukan pengujian yang digunakan adalah uji t. Disaat pengujian uji t telah dilakukan maka hasil pengujian tersebut t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Menentukan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan degree of freedom (df) sebesar (n-k-1) dimana k merupakan variabel bebas

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

2. Uji F (Pengujian secara simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kinerja pemasaran, *specialized marketing capabilities* terhadap *comparative advantage* secara simultan dan parsial

Menurut Sugiyono (2016) hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikansi level 5% atau dengan *degree freedom* = $k(n-k-1)$ dengan kriteria sebagai berikut:

a. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

b. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

Hipotesis simultan akan dijelaskan sebagai berikut:

$H_0: X_1 = X_2 = Y = 0$, artinya tidak berpengaruh signifikan

$H_1: X_1 \neq X_2 \neq Y \neq 0$, artinya berpengaruh signifikan

3. Interpretasi Hasil Hipotesis

1. Pengujian variabel kinerja pemasaran (X_1) terhadap variabel *specialized marketing capabilities* (X_2).

Berdasarkan output pada Tabel 12 dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh variabel kinerja pemasaran terhadap *specialized marketing comparative* $0.000 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} $8.476 > t_{tabel}$ 1.987 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh kinerja pemasaran dengan indikatornya berpengaruh terhadap variabel *specialized marketing capabilities* secara signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

2. Pengujian variabel kinerja pemasaran (X_1) terhadap variabel keunggulan komparatif (Y).

Berdasarkan output pada Tabel 13 dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh variabel kinerja pemasaran terhadap keunggulan komparatif $0.000 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} $9.835 > t_{tabel}$ 1.987 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat diartikan terdapat pengaruh kinerja pemasaran dengan indikatornya berpengaruh terhadap variabel keunggulan komparatif secara signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

3. Pengujian variabel *specialized marketing capabilities* (X_2) terhadap variabel keunggulan komparatif (Y).

Berdasarkan output pada Tabel 14 dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh variabel *specialized marketing capabilities* terhadap keunggulan komparatif $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $15.943 > t$ tabel 1.987 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh *specialized marketing capabilities* dengan indikatornya berpengaruh terhadap variabel keunggulan komparatif secara signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

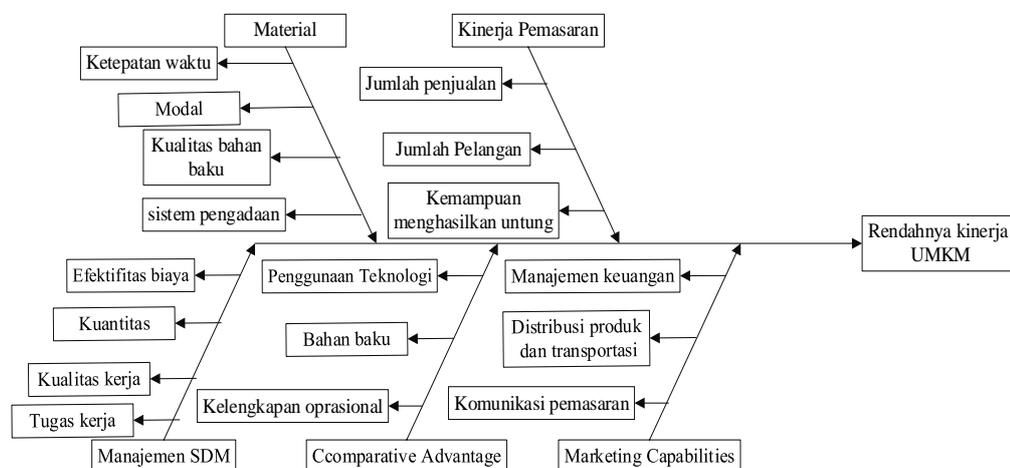
4. Pengujian variabel kinerja pemasaran (X_1) dan *specialized marketing capabilities* (X_2) terhadap keunggulan komparatif (Y).

Berdasarkan output pada Tabel 15 dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh variabel kinerja pemasaran dan *specialized marketing capabilities* terhadap keunggulan komparatif $0.000 < 0.05$ dan nilai f hitung $155.213 > f$ tabel 3.09 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh kinerja pemasaran dan *specialized marketing capabilities* dengan indikatornya berpengaruh terhadap variabel keunggulan komparatif secara signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Permasalahan UMKM Kuliner di Kabupaten Toba

Pada penelitian ini permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kuliner dapat dijelaskan pada *fishbone chart*. Ekor ikan melambangkan kategori penyebab utama, sedangkan duri-duri lainnya merupakan penjelasan kategori dari permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM kuliner destinasi wisata. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya kinerja dari UMKM kuliner. Permasalahan ini dapat dipetakan dalam kepala *fishbone chart*. Berikut merupakan gambaran permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM kuliner destinasi wisata di Kabupaten Toba.



Gambar 4. Fishbone Chart Diagram

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa kelompok penyebab utama adalah SDM. SDM yang dimaksud pada penelitian ini adalah keseluruhan pihak yang terlibat dari pemilik, manajer dan karyawannya. Penyebab variabel manajemen SDM adalah karena kurangnya kompetensi manajerial dari pemilik dalam mengelola. Menurut Dahlan et al., (2017) indikator dari manajemen SDM adalah tugas kerja merupakan serangkaian rincian dari kegiatan yang harus dijalankan oleh karyawan. Kualitas kerja merupakan kumpulan hasil kerja yang mempunyai standar mutu dan sesuai dengan yang diimpikan. Kualitas dari SDM yaitu menyatakan jumlah dari hasil produksi pekerjaan karyawan. Ketepatan waktu merupakan gambaran dari hasil produksi pekerjaan karyawan. Efektivitas biaya, merupakan bagaimana mengelola UMKM dalam menggunakan biaya yang tepat dan efisien. Masalah pada SDM dapat disebabkan oleh tidak adanya standar dalam sistem seleksi karyawan.

Material merupakan seluruh bahan yang diperlukan dan menjadi krusial dalam usaha UMKM. Sehingga material ini mempunyai penyebab primer yaitu masalah pada kekurangan modal yang dimiliki oleh pengelola UMKM, contohnya adalah lokasi bahan baku yang cukup jauh untuk dijangkau menjadi penyebab kesulitan dalam mendapatkan bahan baku, dan belum adanya sistem pembukuan dalam penyediaan stok produk dan pedoman proses pengerjaan produk.

Comparative Advantage pada variabel ini adanya perbandingan hasil yang dicapai oleh UMKM karena adanya faktor yang menghambat kinerja pada UMKM yang berasal dari kurangnya teknologi pada proses produksi, kurangnya fasilitas dalam mengetahui letak keberadaan dari *supplier* bahan baku yang menyulitkan UMKM melakukan inovasi atau variasi pada produk serta kurangnya kelengkapan operasional, seperti transportasi untuk melakukan distribusi produk.

Specialized Marketing Capabilities pada variabel ini menunjukan cara UMKM kuliner dalam memasarkan produknya. Penyebab dari variabel ini adalah UMKM tidak mempunyai sistem manajemen keuangan yang baik, pendistribusian pada produk UMKM kuliner yang tidak stabil, seperti penyetokan barang yang tidak direncanakan sehingga, sebagian besar dari konsumen merasa kurangnya pelayanan dan konsistensi dari UMKM karena kehabisan stok saat konsumen melakukan pembelian.

Kinerja pemasaran pada variabel ini menunjukan cara UMKM kuliner dalam menjaga stabilnya hasil produk pada saat pandemi Covid-19 yang berdampak pada UMKM

kuliner seperti penurunan jumlah pelanggan lama dan sulitnya untuk mendapatkan pelanggan baru dan volume penjualan produk menurun dari tahun sebelumnya. Hal ini mengakibatkan terjadinya penurunan dalam penjualan yang mempengaruhi omset bulanan usaha dan meresahkan pengelola UMKM kuliner karena sulit mendistribusikan dan memasarkan produk.

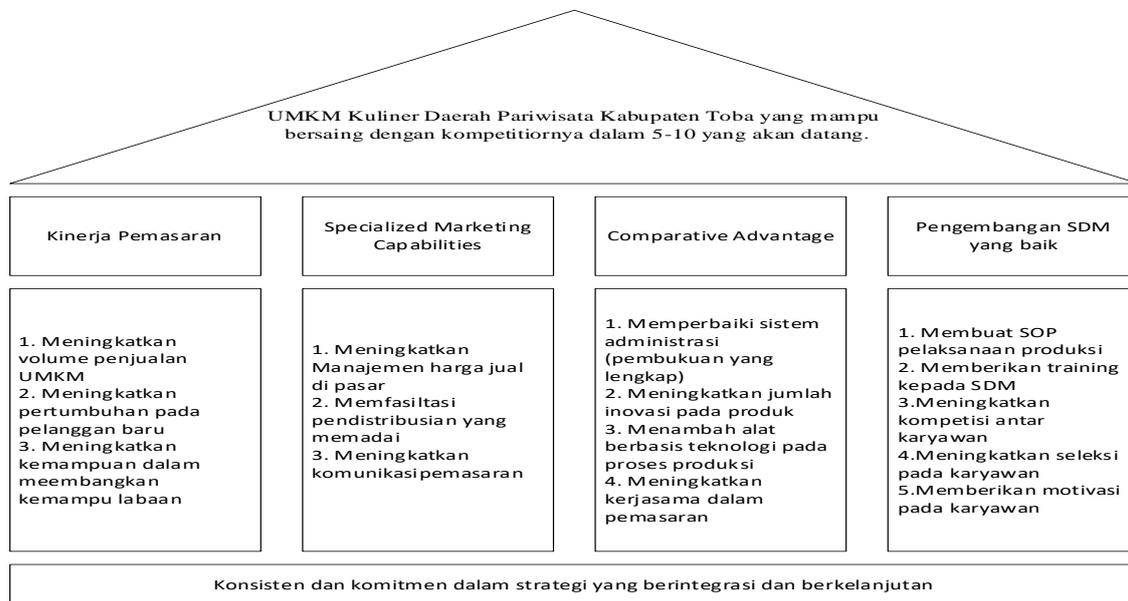
Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sebuah usaha dalam organisasi akan mempunyai kinerja yang berbeda-beda pada pengolahan ushan masing-masing, artinya pengelola UMKM kuliner juga dapat melakukan pengolahan yang berbeda dengan UMKM lainnya. Hal ini dapat dilihat dari kelima variabel permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kuliner dimana mayoritas dari pemilik UMKM kuliner masih menganggap bahwa aset fisik seperti sarana prasarana yang menjadi prioritas dalam perbaikan kinerja UMKM. Persepsi ini dapat berbeda pada penelitian ini yaitu adanya variabel-variabel lain yang akan menjadi pilar dalam rancangan model kinerja melalui The House Model.

IV.2 Model Peningkatan Kinerja UMKM Kuliner di Kabupaten Toba

The House Model pada penelitian ini akan mengangkat sebuah visi dari usaha UMKM kuliner yang terpendam, yaitu bukan mengenai bagaimana mencari keuntungan dalam membangun sebuah usaha melainkan bagaimana cara mempunyai visi dalam mewujudkan unit usaha yang dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Toba atau memberdayakan sumber tenaga kerja manusia yang ada di sekitar usaha UMKM kuliner destinasi wisata mempunyai penghasilan yang layak dan tetap. Dengan menggunakan The House Model dapat mengangkat visi tersebut menjadi “atap” yang mampu menerjemahkan visi tersebut menjadi sebuah impian yaitu menjadi UMKM kuliner yang mempunyai daya saing yang tinggi dan berkelanjutan dalam periode waktu lima sampai sepuluh tahun ke depan. Impian dengan batasan waktu ini diharapkan dapat memberikan sebuah tantangan besar bagi masing-masing UMKM akar mempunyai motivasi tinggi untuk mencapai omset yang lebih besar. Sebaliknya jika Impian ini dijadikan sebuah motivasi yang rendah maka pelaku UMKM tersebut sudah merasa cukup dengan pencapaiannya saat ini.

Pada The House Model terdapat pilar-pilar yang dapat menyokong atap, pilar-pilar tersebut terdiri dari variabel analisis pada diagram ishikawa. Berdasarkan permasalahan utama pada diagram *fishbone chart* adalah manajemen SDM dan material dengan pilar-pilar pelengkap diperoleh dari indikator-indikatornya maka, dijadikan pilar Utama yaitu pengembangan SDM yang baik. Variabel rancangan jangka menengah dan jangka Panjang membangun fondasi datar *the house model*, yaitu konsisten dan komitmen menjalankan

strategi yang terintegrasi dan berkesinambungan. The House Model ini lebih lengkap dijelaskan melalui gambar 5



Gambar 5. The House Model UMKM Kuliner Kabupaten Toba

IV.3 Implikasi Manajerial

Peran UMKM dalam mendukung perkembangan bidang ekonomi masih belum dapat dikatakan memberikan hasil yang optimal. Visi dan misi dari sebuah organisasi UMKM kuliner destinasi wisata seperti yang digambarkan melalui the house model mempunyai faktor hambatan yang bersifat internal dan eksternal. Namun hubungan oleh faktor-faktor yang dimiliki UMKM kuliner ini dapat dijadikan sebuah motivasi untuk mau meningkatkan usaha UMKM yang lebih berkembang secara berkelanjutan. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.Force Field Analysis

No	Faktor pendorong	Faktor penghambat
1	Mendukungnya akses dan infrastruktur tempat pemasaran agar mudah dijangkau	Tidak terdapat motivasi dan pengawasan karyawan
2	Meningkatnya inovasi produk dengan keunikan produk serta fokus menjadikan produk pada brandingnya	Adanya keterbatasan penggunaan teknologi proses produksi

3	Adanya bantuan modal yang disediakan oleh instansi yang berhubungan dengan permodalan	Tidak adanya SOP yang mendeskripsikan cara kerja data produksi sedang beroperasi
4	Meningkatkan kuantitas dari SDM	Tidak adanya sanksi dan penghargaan oleh pemilik usaha
5	Jalinan komunikasi yang baik dengan supplier dan konsumen	Tidak adanya pemberian pelatihan secara berkala
6	Hirarki manajerial yang pendek	Tidak lengkapnya fasilitas operasional

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dari sudut pandang internal seperti yang telah diuraikan melalui *fishbone chart* dapat menyelesaikan menggunakan komitmen dan konsistensi dari pengelola usaha UMKM kuliner dalam mengatur dan merencanakan strategi yang dibuat serta partisipasi dari seluruh pihak yang mengubah dan berkembang bersama dengan UMKM. Rancangan dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner ini dapat dilihat melalui *the house model* dapat diaplikasikan dalam upaya perbaikan tersebut perlu melibatkan pihak luar dari UMKM pula karena UMKM kuliner ini sendiri masih mengalami kekurangan dalam pengalaman dan modal yang tidak mendukung. Pembinaan dan pengembangan tersebut dapat dilakukan dari usaha berskala besar dalam bentuk program mitra binaan. Usaha Besar (perusahaan) dapat memberikan bantuan dalam bentuk binaan media promosi produk UMKM untuk meningkatkan akses pasar, daya saing pemasaran, dan bantuan terhadap permodalan sedangkan, dari pihak pemerintah diharapkan dapat memfasilitasi UMKM dan memberikan kemudahan dalam birokrasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan, jumlah pelanggan, dan kemampuan dalam meningkatkan keuntungan dari UMKM kuliner. Dalam mencapai tujuan tersebut, menerapkan SOP dalam rumah produksi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab individu dan organisasi secara keseluruhan. Karyawan akan bertanggung jawab dengan beban yang diberikan, mandiri dan percaya diri dalam mengambil keputusan selama bekerja. SOP menciptakan ukuran standar kinerja bagi karyawan, baik untuk mengevaluasi kinerja saat ini, maupun untuk perbaikan kinerja di masa yang akan datang. SOP pada yang dilakukan oleh UMKM kuliner akan mempermudah pengelola dalam menilai karyawan mengenai kualifikasi dan kompetensi karyawan yang harus dikuasai oleh karyawan dan melaksanakan tugasnya. Hal ini akan membantu mengelola UMKM dalam proses rekrutmen karyawan termasuk karyawan yang membutuhkan pelatihan untuk memperbaiki kinerjanya. Peningkatan dari manajemen SDM

ini akan mempermudah meningkatkan tujuan UMKM dalam meningkatkan penjualan, pelanggan dan keuntungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berperan dan mendukung selama pengerjaan dan pengumpulan data mulai dari Dinas Wisata dan Kebudayaan Toba, Dinas Koperindag Toba, Dekranasda dan para pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Toba.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- BPS Nasional. (2020). *Badan Pusat Statistik Nasional*. Laman Resmi Badan Pusat Statistik Nasional.
- Cordell, A., Thompson, I., Cordell, A., & Thompson, I. (2019). Force Field Analysis. In *The Procurement Models Handbook*. <https://doi.org/10.4324/9781351239509-51>
- Dahlan, Hasim, D., & Hamdan. (2017). Pengaruh Manajemen Sumber Daya Manusia dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Kantor Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Jurnal Administrare*.
- Ghaithi, A. K. Al, Kattiparuthi, R. A., & Koya, A. M. (2017). Delay Analysis in EPC Projects using Ishikawa Diagram. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*. <https://doi.org/10.24001/ijaems.3.7.7>
- Ghozali. (2016). Uji reabilitas. In *metodelogi penelitian*.
- Guo, H., Xu, H., Tang, C., Liu-Thompkins, Y., Guo, Z., & Dong, B. (2018). Comparing the impact of different marketing capabilities: Empirical evidence from B2B firms in China. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.010>
- Ningsih, V. Y. (2019). KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN DAMPAK KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP USAHA PEMBESARAN IKAN NILA PETANI PEMODAL BESAR DI KABUPATEN MUSI RAWAS. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*. <https://doi.org/10.32502/jsct.v7i2.1509>
- Novia, C., Santoso, I., Soemarno, S., & Astuti, R. (2020). The strategy for improving the competitiveness of SMEs apple chips in Malang Raya by using the concept of the house model. *Food Research*. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.4\(5\).207](https://doi.org/10.26656/fr.2017.4(5).207)
- Saptana, N., Sunarsih, N., & Indraningsih, K. S. (2016). Mewujudkan Keunggulan Komparatif Menjadi Keunggulan Kompetitif Melalui Pengembangan Kemitraan Usaha Hortikultura. *Forum penelitian Agro Ekonomi*. <https://doi.org/10.21082/fae.v24n1.2006.61-76>
- metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Alfabeta, cv. ____ (2016).
- Wahyuningrum, P., Sukmawati, A., & Kartika, L. (2016). Peningkatan Kinerja Usaha

Kecil dan Menengah (UKM) Kluster Kerajinan di Kota Depok Menggunakan The House Model. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.
<https://doi.org/10.29244/jmo.v5i2.12156>

Widyahening, C. E. T. (2018). Penggunaan Teknik Pembelajaran Fishbone Diagram. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Peran Wanita dalam Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Sampah Rumah Tangga melalui Pengelolaan Bank Sampah di Lingkungan Perumahan Larangan Mega Asri Sidoarjo

Ni Ketut Yulia Agustini¹, Indahwati² dan Dana Aditya³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Dukuh Kupang XXV No. 54, Surabaya, Indonesia, 60225

Correspondence: Dana Aditya (dana.aditya@gmail.com)

Received: 30 07 21 – Revised: 04 08 21 - Accepted: 04 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Persepsi masyarakat tentang sampah, kebiasaan masyarakat yang masih membuang sampah sembarangan dan terbatasnya lahan TPA (Tempat Pembuangan Akhir) menjadi persoalan yang hingga saat ini belum bisa ditangani. Manusia yang menghasilkan sampah maka seharusnya manusia tersebut yang harus bertanggung jawab untuk mengelolanya sendiri. Kebanyakan masyarakat hanya melihat sampah sebagai barang yang remeh, tidak berguna, tidak berharga, menjijikkan, dan sumber kuman serta penyakit. Bank Sampah menjadi salah satu solusi yang efektif untuk bisa mengurangi jumlah sampah yang dikirim ke TPA. Bank Sampah memberikan manfaat kepada lingkungan sosial dan ekonomi terhadap pengurangan sampah sebelum sampai ke TPA, sekaligus mampu untuk menciptakan peluang kerja.

Kata kunci: *zero waste, bank sampah, community development, pemilahan dan pengolahan sampah.*

Citation Format: Agustini, N. K. Y., Indahwati, Aditya, D. (2020). Peran Wanita dalam Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Sampah Rumah Tangga melalui Pengelolaan Bank Sampah di Lingkungan Perumahan Larangan Mega Asri Sidoarjo. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, xx-xx.

PENDAHULUAN

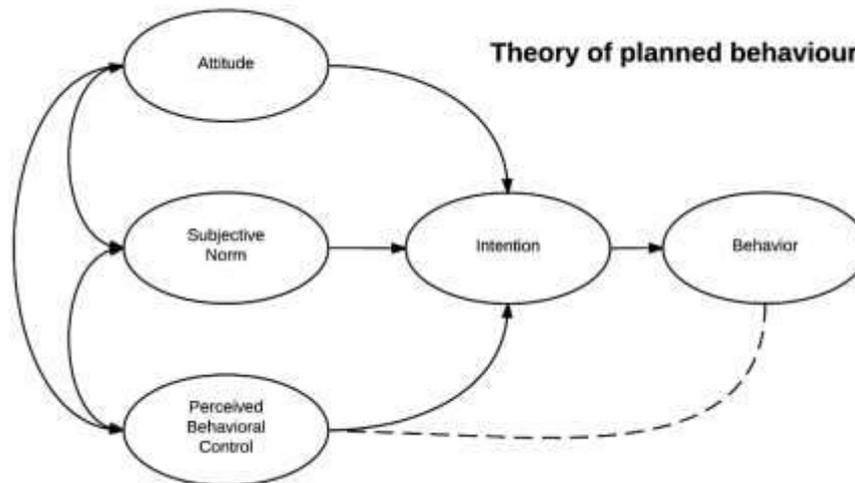
Kondisi pandemi Covid-19 menuntut ibu sebagai wanita di rumah untuk berpikir kreatif dan mandiri untuk mencukupi kebutuhan keluarga. Peran ibu sebagai untuk memenuhi kebutuhan keluarga dilakukan dengan berwirausaha, bekerja kantoran, buruh, bahkan mengerjakan pekerjaan berat. Disinilah peran ibu dalam pemberdayaan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga (Dan et al., 2012). Seorang ibu berperan aktif untuk mengurus rumah tangga serta sebagai penopang ekonomi keluarga, berdasarkan izin suami agar lancar dalam pekerjaan (Zuhdi, 2019).

Tugas pokok seorang ibu sebagai pengurus rumah tangga, perekonomian keluarga, pendidikan anak menunjukkan peran vitalnya terhadap kesejahteraan keluarga. Seperti yang terjadi saat pandemi Covid-19 dimana ibu-ibu rumah tangga berusaha untuk meningkatkan penghasilannya dengan ikut pengolahan sampah organik dan anorganik (Ankesa et al., 2016). Peluang usaha pengolahan sampah organik dan anorganik mampu untuk meningkatkan perekonomian keluarga tanpa harus keluar terlalu lama dari rumah, sehingga mempunyai waktu lebih dalam mendidik anak. Peningkatan kemandirian ekonomi keluarga melalui pengolahan sampah berdampak pada tingginya kesehatan lingkungan (Puspitawati et al., 2012).

Motivasi ibu-ibu dalam pengolahan sampah tidak hanya untuk membantu ekonomi keluarga namun juga peningkatan kualitas lingkungan sekitar. Sampah bisa menghasilkan uang dengan mengolahnya menjadi kompos, daur ulang plastik, pakan perikanan, dan berbagai bentuk lain. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya motivasi dan pemahaman untuk melakukan pengolahan sampah keluarga secara mandiri. Sampah dikelompokkan menjadi dua yaitu organik dan anorganik (Badan Pusat Statistik, 2018), pengolahan sampah organik lebih susah dibandingkan sampah anorganik dimana adanya bau menyengat dan munculnya belatung. Sampah Organik muncul dari bahan penyusun tumbuhan dan hewani melalui pengolahan pertanian, perikanan, perkebunan atau lainnya. Sampah organik akan mudah diuraikan secara alami namun hal ini membutuhkan proses yang cukup lama dan seringkali tidak familiar bagi ibu-ibu rumahtangga ketika menghadapi bau menyengat dan belatung (Sulistiyorini, 2005). Sampah anorganik diperoleh dari hasil pengolahan sumber daya alam tak terbarui seperti mineral dan minyak bumi untuk penggunaan bahan plastik dan aluminium rumah tangga. Bahan anorganik mempunyai sifat untuk tidak mudah terurai secara alami dibandingkan sampah organik (Puspitawati, 2012).

Pengolahan sampah anorganik untuk peningkatan nilai tambah ekonomi keluarga dalam pengelolaan hasil penjualan sampah anorganik rumah tangga melalui bank sampah. Penghasilan diperoleh dari pemilahan/pengelompokkan sampah berdasarkan kategorinya dalam upaya untuk peningkatan nilai ekonomi yang berbeda di setiap jenis sampahnya. Bank sampah dipergunakan untuk tempat menabung sampah yang telah terpilah, dimana sampah yang ditabung hanya sampah yang punya nilai ekonomis sedangkan yang tidak memiliki nilai ekonomis akan dibuang (Kristina, 2014). Cara kerja bank sampah menyerupai konsep bisnis perbankan dimana ada nasabah, pencatatan pembukuan dan manajemen risiko, perbedaannya adalah pada sampah yang disetorkan. Sampah yang sudah dipilih dan dikelola harus dijalankan oleh petugas yang berjiwa mandiri dan dapat dipercaya dalam mengembangkan usaha bank sampah untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga (Suryani, 2014). Pola kerja bank sampah dikelola dengan dasar keaktifan ibu-ibu rumah tangga, untuk menstimulasi keaktifannya maka diberikan hadiah kepada orang yang memilah dan menyetorkan sampah rumah tangga. Adopsi konsep perbankan kepada bank sampah berdasarkan pendekatan risiko dimana selalu memperhatikan fluktuasi harga sampah anorganik di pasaran. Bank sampah tidak hanya berperan untuk program penghijauan lingkungan, namun pengelolaan sampah mampu untuk mengedukasi program gemar menabung bagi anak sekolah dasar hingga menengah atas. Bank sampah juga berfungsi untuk membentuk komunitas masyarakat untuk peduli dan memperhatikan lingkungan hidup.

Pada pengeabdian masyarakat ini berdasarkan pemahaman dari *theory of planned behavior* (TPB) digunakan sebagai landasan teori untuk melihat pengaruh sikap terhadap perilaku, kontrol perilaku dan norma subjektif pada niat ibu-ibu rumah tangga untuk menabung di bank sampah.



Gambar 1. Theory Planned Behaviour
Sumber: Ajzen, 2005

Teori ini menjelaskan perspektif kepercayaan seseorang untuk bertingkah laku berdasarkan karakteristik, kualitas dan atribut tertentu dalam membentuk intensi berperilaku (I. Ajzen et al., 2005). Intensi atau niat merupakan keputusan untuk berperilaku secara sadar maupun tidak sadar berdasarkan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Teori *planned behavior* cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Icek Ajzen, 2011).

Teori *planned behavior* menjelaskan sikap perilaku merupakan dasar untuk memprediksi perilaku, pertimbangan sikap seseorang terhadap norma subyektif yang dipergunakan untuk malaukan kontrol perilaku seseorang. Sikap positif dari orang sekitar serta adanya persepsi kesenangan melalui aktivitas interaksi sosial akan meningkatkan niat seseorang untuk berperilaku positif (Ajzen, 2005). Seseorang yang bersikap positif pada program komunitas *zero waste*, karena mendapat dukungan dari lingkungannya serta munculnya persepsi kebahagiaan dalam suatu komunitas bank sampah.

METODE PELAKSANAAN

Edukasi kepada masyarakat terhadap peningkatan pelaksanaan sistem pengelolaan sampah terpadu dalam program *zero waste* yang menyatukan kemitraan operasional, manajemen lingkungan, peraturan dan pembiayaan antara pemerintah dengan masyarakat. Pemahaman akan sampah dan sumber sampah yang memunculkan dampak negatif dan permasalahan sosial akan muncul dimana pengelolaan sampah tidak berjalan baik.

Meningkatkan kemampuan masyarakat untuk melakukan pemilahan sampah berdasarkan kelompoknya yaitu organik dan anorganik (Badan Pusat Statistik, 2018):

1. Sampah Organik, terdiri dari sisa kegiatan rumah tangga, perkebunan, perikanan atau yang lainnya dan dapat diuraikan dalam proses alami. Sampah rumah tangga sebagian besar merupakan bahan organik berupa sisa tepung, sayuran, kulit buah, dan daun.
2. Sampah Anorganik, terdiri dari plastik dan aluminium, dimana zat anorganik tidak dapat dengan cepat untuk diproses secara alami misalnya botol, botol plastik, tas plastik, dan kaleng.

Karakter sampah rumah tangga dapat dikenali berdasarkan jumlah sampah, komposisi sampah, dan proses pembusukan yang terjadi.

Karakteristik sampah sangat dipengaruhi apakah sampah tersebut hanya dikumpulkan dan dibuang atau sudah melalui proses daur ulang ataupun pengolahan agar memberikan dampak ekonomis yang dipengaruhi oleh karakteristik penduduk, ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Kebutuhan akan sistem pengelolaan sampah terpadu maka pemerintah secara total ataupun mandiri bermitra dengan masyarakat untuk mengakomodasi proses pengolahan sampah. Menurut (Perdana et al., 2016) berdasarkan sumbernya maka sampah digolongkan menjadi sampah domestik dan non domestik dimana sampah domestik dalam pengelolaannya membutuhkan kesadaran orang di lingkungan tersebut.

Pengelolaan sampah untuk mendapatkan manfaat ekonomis berdasarkan unsur biologis dan kimia yang akan mengalami proses perubahan dan waktu diklasifikasikan sebagai berikut:

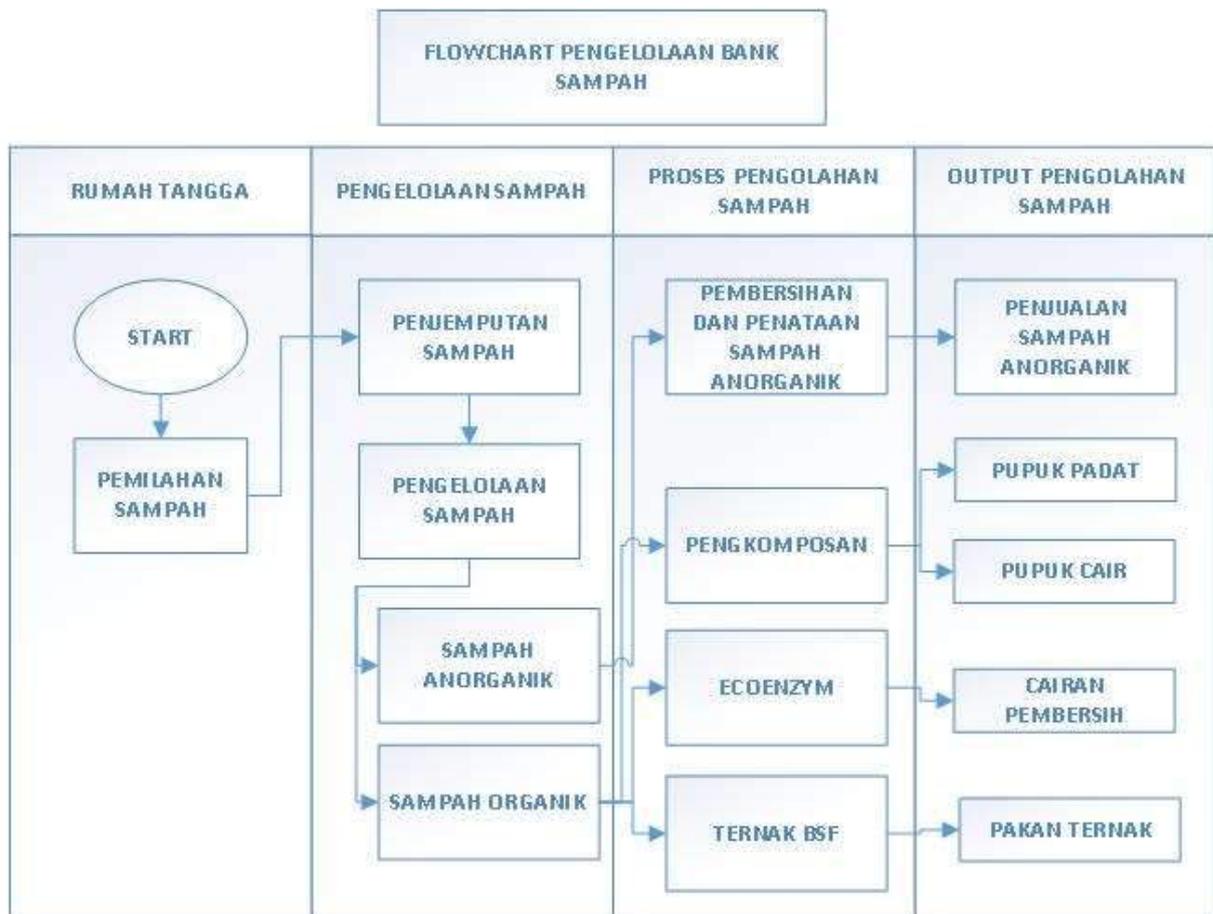
1. Sampah busuk akan menghasilkan gas metan dan H₂S dengan sifat beracun dan mudah terbakar. Sampah ini bisa diolah menjadi pupuk bahkan sumber energi terbarukan.
2. Sampah yang tidak dapat membusuk seperti plastik, logam, gelas, karet dan lain-lain. Sampah tersebut tidak hanya langsung dijual namun juga bisa sebagai karya seni bahkan sisanya dapat digunakan sebagai campuran aspal maupun batako untuk genteng rumah.
3. Sampah yang berupa debu atau abu sisa dari hasil sisa pembakaran.
4. Sampah yang berbahaya bagi kesehatan, yakni sampah B3 mengandung konsentrasi kimia yang dapat meningkatkan mortalitas dan morbiditas. Limbah B3 juga berakibat kepada munculnya penyakit seperti kanker, yang muncul secara tidak sengaja ketika

mengonsumsi sumber makanan dan minuman yang sudah tercemar dalam jangka waktu tertentu.

Limbah berbeda dengan sampah dimana limbah memerlukan pengelolaan khusus agar tidak mencemari lingkungan. Perbedaan sampah dan limbah dapat dilihat dari asal, wujud, tingkat pencemaran, kandungan di dalamnya dan metode pengolahannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diperoleh hasil masih banyaknya sampah organik yang dibuang ke TPA sehingga memberikan beban lebih kepada pengolahan sampah akhir. Maka disusunlah *flowchart* pengelolaan sampah rumah tangga sebagai kegiatan utama pendirian bank sampah. Bank sampah tidak hanya melakukan aktivitas kegiatan sosial pengolahan sampah rumah tangga namun juga bergerak ke arah komersialisasi hasil pengolahan sampah.



Gambar 2. Flowchart Pengelolaan Sampah

Proses Pengolahan Sampah

Sampah padat yang bertumpuk banyak tidak dapat teruraikan dalam waktu yang lama akan mencemarkan tanah. Dekomposisi sampah dapat terjadi secara aerobik, dilanjutkan secara fakultatif dan secara anaerobik apabila oksigen habis. Dekomposisi secara anaerobik akan menghasilkan cairan yang disebut *Leachate* beserta gas. Leachate atau lindi adalah cairan yang mengandung zat padat yang tersuspensi yang sangat halus dan hasil penguraian mikroba yang biasanya terdiri atas Ca, Mg, Na, K, Fe, khlorida, Sulfat, fosfat, Zn, Ni, CO₂, H₂O, N₂, NH₃, H₂S, asam organik dan H₂. Berdasarkan kualitas sampahnya *leachate* atau lindi bisa pula didapat mikroba patogen, logam berat dan zat lainnya yang berbahaya.

Sampah organik dapat diproses kembali menjadi berbagai produk yang memiliki nilai tambah ekonomi sebagai contohnya adalah lindi yang berfungsi sebagai pupuk organik. Tumpukan sampah organik tidak hanya menghasilkan lindi namun juga gas metan yang dapat digunakan sebagai bahan bakar alternatif. Sampah anorganik yang tidak laku seperti bungkus minuman, stereofom dan sobekan plastik bisa diolah lagi untuk karya seni, campuran batako bahkan genteng rumah.



Gambar 3. Kegiatan pengelolaan sampah anorganik



Gambar 4. Pengolahan limbah kulit buah menjadi *eco enzyme*



Gambar 5. Hasil sabun dari pengolahan sampah minyak jelantah setelah 1 bulan menghilangkan sisa bahan kimia yang digunakan

Lamanya proses pengolahan sampah organik dan dibutuhkannya peningkatan nilai tambah sampah anorganik, sangat membutuhkan peran serta masyarakat dalam program pengelolaan sampah. Salah satu pendekatan pada masyarakat untuk dapat membantu program pemerintah dalam kebersihan adalah membiasakan masyarakat pada tingkah laku yang sesuai dengan program persampahan yaitu merubah persepsi masyarakat terhadap pengelolaan sampah yang tertib, lancar dan merata, merubah kebiasaan masyarakat dalam pengelolaan sampah yang kurang baik dan faktor-faktor sosial, struktur dan budaya setempat.

Pengabdian Masyarakat pengelolaan bank sampah yang dilakukan di tahun pertama ini berdasarkan *theory planned behavior* (TPB) berada pada tahap edukasi warga terkait subyektifitas, attitude dan kontrol perilaku zero waste. Warga dibangun subyektifitas, *attitude* dan kontrol perilakunya pada sampah organik yang selama ini terkesan menjijikkan dan kotor dalam pengolahannya. Masih adanya kesulitan warga untuk melakukan proses pengolahan sampah anorganik karena adanya kesan-kesan negatif yang dimunculkan darinya seperti belatung, bau dan tidak ada waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada peninjauan yang telah dilakukan bahwa warga di RW 08 Perum Larangan Mega Asri terdiri dari 10 RT telah mempunyai pemahaman yang baik mengenai sampah anorganik. Yang dapat dibuktikan bahwa warga telah mempunyai bank sampah untuk proses pemilihan dan pemilahan sampah anorganik. Hal ini tentunya menunjukkan adanya kepedulian dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah dan mengurangi jumlah sampah yang dikirim ke TPA/Tempat Pembuangan Sampah. Warga RW 08 telah memiliki bank sampah, yang telah menghasilkan keuntungan ekonomi, namun hanya pengumpulan dan penjualan sampah anorganik berupa sampah plastik, kaleng dan sebagainya secara langsung. Dalam rangka menciptakan kemandirian dalam pengelolaan

sampah, tentunya penting untuk memahami manajemen pengelolaan sampah secara total baik anorganik maupun organik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang terlibat dalam pembuatan naskah. Ucapan terima kasih dapat pula ditujukan kepada LPPM dan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173–221). Lawrence Erlbaum Associates Publishers..
- Ankesa, H. A., Amanah, S., & Asngari, P. S. (2016). Partisipasi Kelompok Perempuan Peduli Lingkungan dalam Penanganan Sampah di Sub DAS Cikapundung Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 12(2), 105. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i2.10929>
- Dan, E., & Perempuan, P. (2012). Ekofeminisme Dan Peran Perempuan Dalam Lingkungan. *Indonesian Journal of Conservation*, 1(1), 49–60.
- Dongoran, Hamdani Harahap, Tarigan, U. (2018). Jurnal Administrasi Publik Implementasi Peraturan Walikota Medan tentang Unit Implementation of Mayor Regulation of Medan on Technical Implementation Unit of Cleaning Service and Waste Bank. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(1), 47–64.
- Dwiyanto, B. M. (2011). Model Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dan Penguatan Sinergi Dalam Pengelolaan Sampah Perkotaan *. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(2), 239. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i2.196>
- Kristina, H. J. (2014). Model Konseptual Untuk Mengukur Adaptabilitas Bank Sampah Di Indonesia. *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 19–28. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.19-28>
- Melyanti, I. M. (2014). Kebijakan dan Manajemen Publik Pola Kemitraan Pemerintah, Civil Society, dan Swasta dalam Program Bank Sampah di Pasar Baru Kota Probolinggo. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 2(1), 1–9. Retrieved from www.paskomnas.com
- Mirwan, M. (2008). Optimasi Pengelolaan Sampah Di Kampus Upn “ Veteran ” Jawa Timur. *Jurnal Rekayasa Perencanaan*, 4(2), 1–10. Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/32520/1/2.Jurnal_Kajian_Pengelolaan_Sampah_Kampus_-_Edo_dkk.pdf
- Perdana, H. D., Hananto, S. T., & Murni, S. (2016). Peningkatan Sarana Prasarana

- Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Desa Doplang Kabupaten Boyolali. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(4), 1–9.
- Puspitawati, Y., & Rahdriawan, M. (2012). Kajian Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat dengan Konsep 3R (Reduce, Reuse, Recycle) di Kelurahan Larangan Kota Cirebon. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 8(4), 349.
- Sulistiyorini, L. (2005). Pengelolaan Sampah dengan Cara Menjadikannya Kompos. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Unair*, 2(1), 77–84.
- Suryani, A. S. (2014). PERAN BANK SAMPAH DALAM EFEKTIVITAS PENGELOLAAN SAMPAH (STUDI KASUS BANK SAMPAH MALANG). *Sanitasi Lingkungan*, 5(1), 71–84.
- Zuhdi, S. (2019). Membincang Peran Ganda Perempuan Dalam Masyarakat Industri. *Jurnal Jurisprudence*, 8(2), 81–86. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v8i2.7327>



Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia

Dwita Soave Natio Marbun¹, Mariana Simanjuntak²

¹Manajemen Rekayasa, Institut Teknologi Del, Jl. Sisingamangaraja, Laguboti, Indonesia, 22381

Correspondence: Dwita Soave Natio Marbun (dwitasoave@gmail.com)

Received: 29 07 21 – Revised: 04 08 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Dilihat dari karakteristik wilayah Indonesia, UMKM sektor pariwisata menjadi salah satu pemegang peran penting dalam pertumbuhan di Indonesia. Akibat dari COVID-19 membuat para pelaku UMKM harus mencari cara agar tetap bertahan dan berkembang. *Digital marketing* merupakan salah satu solusi dalam meningkatkan pemasaran UMKM di Indonesia. Namun, hasil dari wawancara ke beberapa UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba dan juga studi literatur masih ditemukan UMKM yang belum menerapkan *digital marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dari penerapan *digital marketing* terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata sebagai acuan bagi pelaku UMKM dalam peningkatan kinerja pemasaran. Hasil dari studi literatur dan wawancara kepada 10 pelaku UMKM yang telah menerapkan *digital marketing*, variabel yang digunakan pada penelitian ini ialah *social media marketing capability*, *e-commerce adoption*, *instant messaging orientation*, *digital marketing* dan kinerja pemasaran. Pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner cetak dan kuesioner online sebanyak 132 kepada para pelaku UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba yang telah menggunakan digital marketing kemudian di analisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* dengan bantuan *software* AMOS. Kesimpulan diperoleh bahwa terdapat pengaruh *digital marketing* terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba dan dapat diambil implikasi manajerial sebagai alternatif kebijakan dalam peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba menggunakan media pemasaran digital.

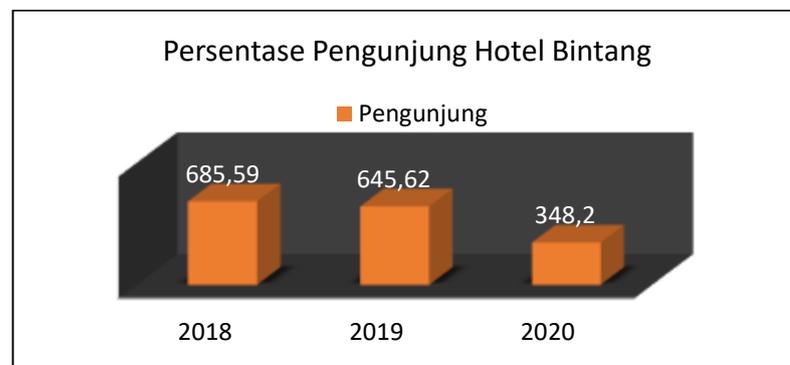
Kata kunci: UMKM Pariwisata, Kinerja Pemasaran, *Digital Marketing*, Jenis Pemasaran Digital, SEM AMOS

Citation Format: Marbun, D., S., N., Simanjuntak, M. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 181-193

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi, seperti yang tertulis pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM berperan penting dalam membantu meningkatkan ekonomi masyarakat di tingkat kota dan kabupaten, hal ini dikarenakan UMKM merupakan entitas produsen sekaligus konsumen yang cukup besar sehingga uang yang ada dimasyarakat mengalami perputaran dari dan oleh UMKM itu sendiri, selain itu UMKM lebih tangguh sehingga lebih tahan terhadap krisis ekonomi dan moneter (Hamzah & Agustien, 2019).

Saat ini COVID-19 sangat memberikan dampak kepada perekonomian suatu negara. Akibat dari adanya pandemi tersebut perlambatan ekonomi global mulai terjadi dan dirasakan juga oleh Indonesia. Menurut Patimatuzzakrah (2020), dilihat dari karakteristik wilayah Indonesia maka salah satu potensi yang tepat dikembangkan dalam jangka panjang untuk kemakmuran Indonesia ialah pengembangan potensi negara pada sektor pariwisata. Tetapi pada situasi saat ini industri pariwisata di Indonesia terdampak COVID-19. Berikut data pengunjung pada hotel bintang yang ada di Indonesia diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) :



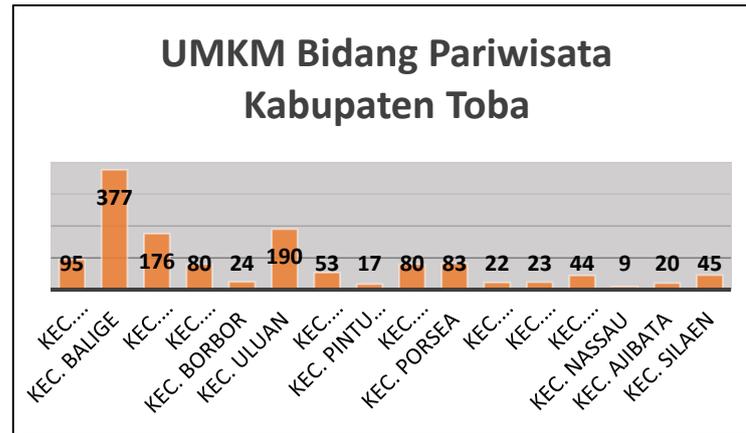
Gambar 1. Persentase pengunjung pada hotel bintang di Indonesia
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Data tersebut merupakan salah satu gambaran dampak dari adanya wabah COVID-19 bagi industri pariwisata terutama di bagian perhotelan Indonesia.

Menurut Pratiwi (2020), UMKM merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB dan menjadi andalan dalam penyerapan tenaga kerja, sehingga pada saat krisis seperti ini pemerintah memperhatikan UMKM. Koperasi dan UMKM merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) satu negara

khususnya di Indonesia dengan mengadapi Era Industri 4.0 (Amri, 2020). Adanya pandemi ini membuat UMKM perlu menyesuaikan diri dan meningkatkan cara pemasaran UMKM mereka. Menurut Simanjuntak dan Sukresna (2020) untuk memperoleh kinerja pemasaran yang unggul, maka yang namanya pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh sekelompok organisasi ataupun usaha. Pemanfaatan teknologi yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM di Indonesia ialah dengan penerapan strategi pemasaran secara digital (*digital marketing*). Strategi pemasaran secara digital lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet (Purwana et al., 2017). Selain itu pemasaran produk menggunakan *digital marketing* dapat menjangkau konsumennya secara langsung dan dapat menekan biaya promosi (Hardilawati, 2020).

Berdasarkan paparan sebelumnya, dalam pemulihan perekonomian di Indonesia saat ini UMKM pada sektor pariwisata pun cukup mengambil andil. Pada Provinsi Sumatera Utara, UMKM sektor pariwisata tak jarang ditemui pada setiap kabupaten yang tersebar di kawasan Danau Toba. UMKM yang tersebar di kabupaten sekitar kawasan Danau Toba ini juga merasakan dampak buruk dari pandemi COVID-19 seperti penurunan omset pendapatan yang drastis karena sepi pengunjung, kekurangan pasokan bahan baku sampai kekurangan biaya berdasarkan pada artikel Sumatera Bisnis, 2021. Salah satu kabupaten yang berada di kawasan Danau Toba yang memiliki beberapa UMKM Pariwisata ialah Kabupaten Toba. Kabupaten Toba merupakan satu dari tujuh Kabupaten yang mengelilingi Danau Toba. Pada Pasal 14 ayat (1) dalam Undang-Undang Kepariwisataan yang termasuk ke dalam ruang lingkup usaha-usaha bidang pariwisata ialah daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi, jasa perjalanan, jasa makanan dan minuman, akomodasi, hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, informasi wisata, konsultan pariwisata, pramuwisata, wisata tirta, spa, dan untuk usaha-usaha pendukungnya ialah usaha cendramata, pendidikan pariwisata dan polisi pariwisata. Berikut merupakan data UMKM Pariwisata Kabupaten Toba yang tercatat pada Diperindagkop Kabupaten Toba:



Gambar 2. Persentase UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba
Sumber: Diperindagkop Kabupaten Toba

Setelah melakukan wawancara dan observasi ke beberapa UMKM Pariwisata pada Kabupaten Toba bahwa terdapat beberapa UMKM yang tidak menerapkan strategi *Digital marketing* namun ada juga yang telah menerapkan strategi *Digital marketing*. Oleh karena itu, diperlukannya penelitian lebih mendalam mengenai pengaruh *digital marketing* dalam peningkatan kinerja penjualan UMKM Pariwisata Danau Toba terkhusus pada Kabupaten Toba. Berdasarkan pada Media Indonesia (2021), Kemenparekraf dan Kemenkominfo bersinergi untuk mendorong para pelaku UMKM Pariwisata menjual produk secara digital khususnya di kawasan *super* prioritas Danau Toba. Sehingga, asumsi saat ini bahwa masih banyak UMKM di Kabupaten Toba yang belum memahami dan menggunakan *digital marketing*, asumsi ini juga didukung dari adanya *training* tentang pemanfaatan digital bagi pelaku-pelaku UMKM di Toba yang diselenggarakan pada 16 Februari 2021 di Gedung Serba Guna Yayasan Del dan dihadiri banyak pelaku UMKM Toba termasuk UMKM bidang Pariwisata.

Penelitian ini akan dilakukan menggunakan objek penelitian yaitu UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba telah menggunakan strategi *digital marketing*. Dari survey, wawancara dan observasi ke beberapa UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba yang telah menerapkan *Digital Marketing* yaitu UMKM Taman Eden 100, UMKM Sekka Craft, UMKM Pizza Andaliman, UM KM Nauli Homestay, UMKM Tabo Toba, UMKM Batikta, UMKM Pizza Etnik Toba, UMKM The Boat Homestay, UMKM Toba Art Store dan UMKM Thesa Ulos, terdapat beberapa jenis digital marketing yang mereka gunakan yaitu sosial media *marketing* (facebook, instagram), *content marketing* seperti blog (*website*), *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Go-Jek, Traveloka, Air bnb), *Radio Advertising* (radio Del), *instant messaging marketing* (whatsapp, SMS, Facebook Mesengger), *Television*

Advertising. Namun, dari enam jenis tersebut yang banyak digunakan dan paling sering digunakan ialah *social media marketing*, *e-commerce* dan *instant messaging marketing*.

Penelitian ini nantinya akan melihat bagaimana pengaruh *digital marketing* kepada kinerja pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba. Variabel dalam penelitian ini adalah *social media marketing capability*, *e-commerce adoption*, *instant messaging marketing* dan kinerja pemasaran. Data variabel ini nantinya yang akan diolah menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan *software AMOS*.

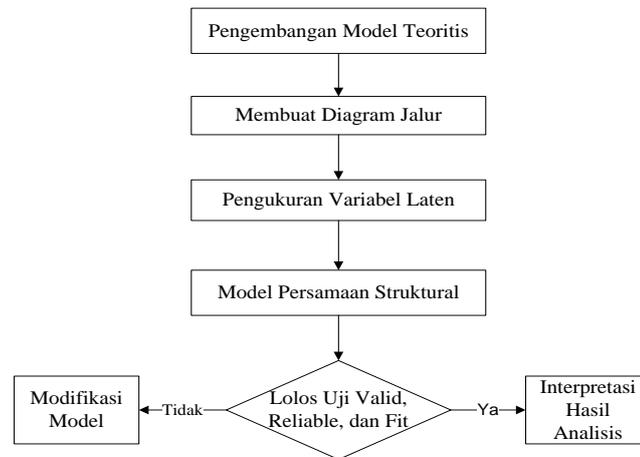
METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini dimulai dengan melakukan observasi ke beberapa UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba untuk mengidentifikasi masalah yang ada dan merumuskannya. Kemudian, melakukan studi literatur terkait *digital marketing* dan kinerja pemasaran untuk mengetahui gambaran variabel dan indikator yang akan digunakan. Kemudian melakukan *interview* kepada 10 UMKM Pariwisata yang telah melakukan pemasaran secara digital, ini bertujuan untuk mendapatkan variabel dan indikator yang tepat. Hasil dari studi literature dan *interview* tersebut dirumuskanlah indikator sebanyak 25 butir dan variabel yang digunakan ialah *social media marketing capability*, *e-commerce adoption*, *instant messaging marketing*, *digital marketing* dan kinerja pemasaran. Setelah merumuskan variabel yang digunakan selanjutnya dilakukan perumusan hipotesis. Dari perumusan hipotesis tersebut, dibuatlah kuesioner yang nantinya kuesioner ini telah melalui tahap pengujian yaitu uji *expert* kepada dosen, uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah melakukan pengujian maka dilakukan pengumpulan data dengan membagikan kuesioner cetak dan online (*google form*) kepada 132 pelaku UMKM yang telah menerapkan *digital marketing*. Pada penggunaan metode SEM, ukuran sampel yang harus terpenuhi adalah minimal sebanyak 100. Pedoman dalam penentuan ukuran sampel untuk SEM berdasarkan pendapat Solimun dapat dilihat sebagai berikut.

1. Apabila pendugaan parameter menggunakan metode *maximum likelihood estimation* maka sampel yang disarankan antara 100-200 sampel, dengan minimum sebesar 50 sampel.
2. Sebanyak 5-10 jumlah parameter yang terdapat dalam model.
3. Sama dengan 5-10 kali jumlah indikator dari seluruh variabel laten yang ada.

Indikator pada penelitian ini sebanyak 25 indikator, sesuai dengan poin ketiga maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 5×25 yaitu 125

sampel. Data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan metode SEM dengan *software* AMOS. Langkah-langkah analisis menggunakan metode SEM ialah sebagai berikut.



Gambar 3. Langkah-langkah metode SEM

Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *digital marketing* terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba serta mengidentifikasi jenis dari pemasaran digital yang paling tepat digunakan, sehingga untuk mendapatkan variabel yang digunakan pada penelitian ini maka dilakukan studi literatur dan *interview* kepada pemilik, manajer dan penanggung jawab dari UMKM Pariwisata yang telah menerapkan pemasaran secara digital yaitu UMKM Taman Eden 100, UMKM Sekka Craft, UMKM Pizza Andaliman, UMKM Nauli Homestay, UMKM Tabo Toba, UMKM Batikta, UMKM Pizza Etnik Toba, UMKM The Boat Homestay, UMKM Toba Art Store dan UMKM Thesa Ulos. Setelah melakukan studi literatur terkait jenis pemasaran digital yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kinerja pemasaran suatu usaha dan *interview* terkait jenis pemasaran digital yang telah digunakan oleh pelaku UMKM tersebut, maka ditemukan bahwa jenis pemasaran digital yang paling sering digunakan ialah *social media marketing*, *e-commerce* dan *instant messaging marketing*. Oleh sebab itu, yang menjadi variabel pada penelitian ini ialah :

1. *Social Media Marketing Capability* (X₁)

Menurut Asosiasi *Digital Marketing* Indonesia (2019), *social media marketing* mengacu pada penggunaan platform media sosial untuk menarik pelanggan, dimana meliputi mendengarkan keluhan pelanggan, memulai percakapan dengan pelanggan dan berbagi informasi kepada pelanggan. Menurut Day dalam (Berliana & Arsanti, 2018), Kapabilitas (*capability*) adalah proses mengaplikasi kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh sumber daya manusia untuk melaksanakan strategi

pekerjaan yang telah ditetapkan dan dapat memberikan nilai bagi suatu organisasi. Berdasarkan hal tersebut, social media marketing capability dapat diartikan sebagai proses mengaplikasikan kemampuan pemasaran dengan menggunakan media sosial. Variabel *social media marketing capability* pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur kecakapan ataupun kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan *social media marketing* dalam memasarkan UMKM mereka.

2. *E-commerce Adoption* (X_2)

Menurut Choshin dan Ghaffari (2017), *e-commerce* dianggap sebagai strategi yang tepat untuk pemasaran, penjualan, dan integrasi layanan online yang dapat memainkan peran penting dalam mengidentifikasi, memperoleh dan mempertahankan pelanggan. *Adoption* merupakan proses pengambilan keputusan untuk menggunakan secara keseluruhan dari penerimaan dan penggunaan berkelanjutan dalam suatu produk, layanan maupun ide (Septiana et al., 2020). Menurut Alim & Fitria (2020), *e-commerce adoption* adalah proses adopsi *e-commerce* yang terdiri dari serangkaian proses dan faktor adopsi. Variabel *e-commerce adoption* pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa mampu pelaku UMKM mengadopsi *e-commerce* dalam memasarkan UMKM mereka.

3. *Instant Messaging Marketing Orientation* (X_3)

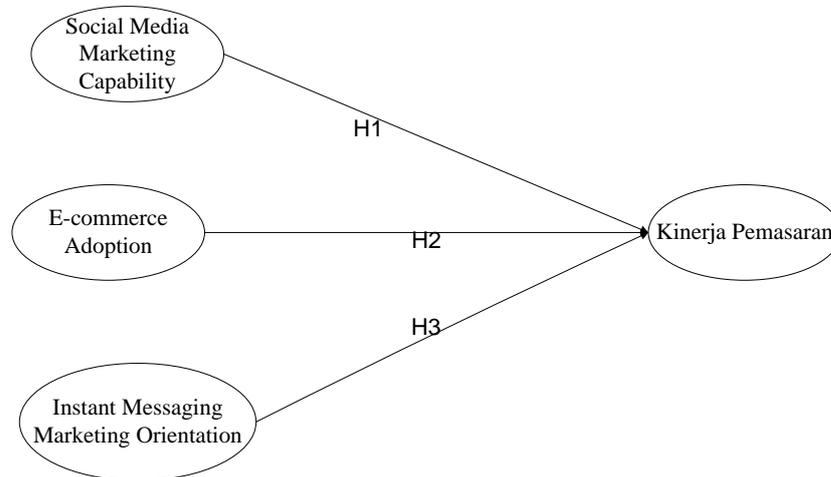
Menurut Asosiasi *Digital Marketing* Indonesia (2019), *instant messaging marketing* merupakan media pemasaran berupa pesan singkat, seperti Whatsapp, Line, WeChat, Facebook Messenger, dan lainnya. Menurut Yuliana & Pujiastuti (2018), *marketing orientation* merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa instant messaging marketing orientation merupakan perilaku ataupun budaya pemasaran dengan menggunakan media pemasaran berupa pesan singkat. Variabel *instant messaging marketing orientation* pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur perilaku pelaku UMKM dalam memasarkan UMKM mereka dengan *instant messaging*.

4. Kinerja Pemasaran (Y_1)

Menurut Ramadhan (2018), kinerja pemasaran merupakan bagian penting dalam kinerja perusahaan secara keseluruhan menggunakan faktor untuk mengukur dampak strategi yang diterapkan. Variabel kinerja pemasaran pada penelitian ini bertujuan sebagai tolak ukur strategi pemasaran secara digital dapat meningkatkan kinerja pemasaran UMKM.

Model Hipotesis

Penelitian ini memiliki bentuk hubungan/persamaan yang akan diuji. Berdasarkan variabel yang telah dirumuskan sebelumnya maka berikut merupakan kerangka berpikir yang menjadi dasar dari persamaan (hipotesis).



Gambar 4. Kerangka Berpikir

- H_0 : *Digital Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Kinerja Pemasaran
- H_1 : *Social Media Marketing Capability* (X_1) berpengaruh terhadap peningkatan Kinerja Pemasaran (Y_1)
- H_2 : *E-commerce Adoption* (X_2) berpengaruh terhadap peningkatan Kinerja Pemasaran (Y_1)
- H_3 : *Instant Messaging Marketing Orientation* (X_3) berpengaruh terhadap peningkatan Kinerja Pemasaran (Y_1)

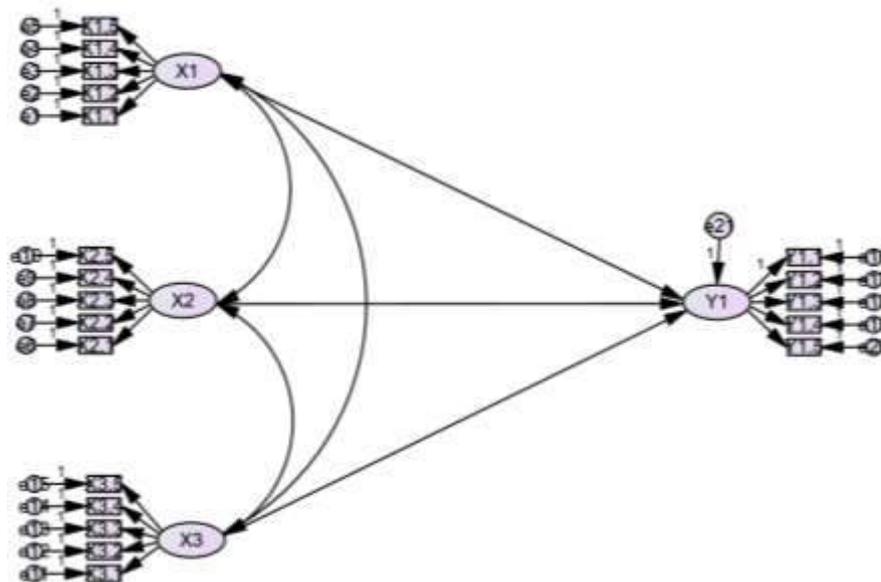
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini merupakan para pelaku UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba yang telah menerapkan *digital marketing*, sebanyak 54% merupakan karyawan, 27% merupakan pemilik dan 19% merupakan manajer. Karakteristik umur dari responden tersebut ialah sebanyak 52% berumur 17-25 tahun, 24% berumur 26-36 tahun, 14% berumur 37-49 tahun, 8% berumur 50-60 tahun dan 2% berumur >60 tahun dengan jenis kelamin sebesar 40% untuk laki-laki dan 60% untuk perempuan. Pendidikan akhir

yang diemban responden penelitian ini ialah sebesar 27% merupakan lulusan diploma, 23% merupakan lulusan S1-S2 dan 51% merupakan lulusan SMA. Jenis usaha dari responden penelitian ini ialah 13% merupakan usaha *homestay*, 30% merupakan usaha kuliner, 29% merupakan usaha *souvenir* dan 28% merupakan usaha *fashion*. Lokasi usaha dari responden ini berada di 13 Kecamatan yaitu Kec. Balige, Kec. Laguboti, Kec. Ajibata, Kec. Bonatua Lunasi, Kec. Borbor, Kec. Lumban Julu, Kec. Parmaksian, Kec. Porsea, Kec. Siantar Narumonda, Kec. Sigumpar, Kec. Silaen, Kec. Tampahan dan Kec. Uluan. Responden paling banyak berlokasi di Kec. Balige.

Full Model Structural Equation Modelling



Gambar 5. *Path Diagram Full Model*

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa keterkaitan antara antar variabel laten dengan variabel endogen yang nantinya diagram jalur ini dapat dikonversikan ke dalam bentuk matematis.

Uji Validitas Model dan Reliabilitas Model

Tabel 1. Uji Validitas Model dan Reliabilitas Model

No	Variabel	Indikator/ Measurement	Standardized Loading Factors (SLF)	Validity Test	CR	AVE	Reliability Test
1	Social Media Marketing Capability	X1.1	0,655	Valid	0,667	0,832	Reliability
		X1.2	0,751	Valid			
		X1.3	0,544	Valid			
		X1.4	0,593	Valid			
		X1.5	0,602	Valid			
2	E-commerce Adoption	X2.1	0,652	Valid	0,666	0,833	Reliability
		X2.2	0,579	Valid			
		X2.3	0,576	Valid			
		X2.4	0,684	Valid			
		X2.5	0,661	Valid			
3	Instant Messaging Marketing Orientation	X3.1	0,518	Valid	0,649	0,799	Reliability
		X3.2	0,66	Valid			
		X3.3	0,743	Valid			
		X3.4	0,628	Valid			
		X3.5	0,682	Valid			
4	Kinerja Pemasaran	Y1.1	0,795	Valid	0,754	0,833	Reliability
		Y1.2	0,729	Valid			
		Y1.3	0,821	Valid			
		Y1.4	0,851	Valid			
		Y1.5	0,714	Valid			

Chin; Ghozali; Hair et al. dalam (Asbari et al., 2020), Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat nilai dari *loading factor* masing-masing indikator, bobot faktor sebesar 0,5 atau lebih dianggap mempunyai validasi yang kuat untuk menjelaskan konstruk laten. Berdasarkan *output* dari hasil estimasi pengukuran tersebut dapat dilihat bahwa seluruh indikator yang ada memenuhi uji validitas dibuktikan dengan seluruh indikator memiliki nilai *standardized loading factors* diatas 0,05 sehingga tidak ada indikator yang perlu dieliminasi.

Menurut Hair et al., dan Kuncoro dalam (Keni, 2019) suatu indikator dikatakan valid apabila nilai AVE > 0,5. Nilai *construct reliability* (CR) secara ideal ialah CR > 0,7, namun jika nilai CR berada di antara 0,60 – 0,70 masih dapat diterima apabila validias konstruk

(indikator) dalam model dalam status baik (Kuncono, 2013). Oleh sebab itu, berdasarkan tabel *output* diatas maka indikator dari penelitian ini sudah dapat dikatakan *reliable* .

Goodness of Fit

Tabel 2. *Goodness of Fit*

Kriteria Indeks Ukuran	Target	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
<i>Chi-Square</i>	$P > 0,05$	$X^2 = 398,118$ $P = 0,000$	Kurang Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	2,428	Kurang Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,104	Kurang Baik
RMR	$\leq 0,05$	0,082	Kurang Baik
CFI	$\geq 0,09$	0,809	Kurang Baik
GFI	$\geq 0,09$	0,755	Kurang Baik
IFI	$\geq 0,09$	0,813	Kurang Baik
AGFI	$\geq 0,09$	0,686	Kurang Baik
TLI	$\geq 0,09$	0,779	Kurang Baik

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa semua kriteria dari *goodness of fit* tidak terpenuhi, dengan kata lain model penelitian ini tidak dapat diterima sehingga perlu dilakukannya modifikasi pada model penelitian.

Modifikasi Model

Tabel 3. *Output Modifikasi Model*

Kriteria Indeks Ukuran	Target	Hasil Estimasi	Tingkat Kecocokan
<i>Chi-Square</i>	$P > 0,05$	$X^2 = 103,597$ $P = 0,768$	<i>Good fit</i>
CMIN/DF	$\leq 2,00$	0,901	<i>Good fit</i>
RMSEA	$\leq 0,08$	0,014	<i>Close fit</i>
RMR	$\leq 0,05$	0,041	<i>Good fit</i>
CFI	$\geq 0,09$	1,015	<i>Good fit</i>
GFI	$\geq 0,09$	0,928	<i>Good fit</i>
IFI	$\geq 0,09$	1,009	<i>Good fit</i>
AGFI	$\geq 0,09$	0,868	<i>Marginal fit</i>
TLI	$\geq 0,09$	1,015	<i>Good fit</i>

Setelah selesai melakukan modifikasi pada model penelitian, dapat dilihat pada tabel bahwa *goodness of fit* model telah memenuhi kriteria . Terdapat 1 kriteria yang menunjukkan *close fit*, 1 kriteria yang menunjukkan *marginal fit*, sedangkan 7 kriteria menunjukkan *good fit* yang berarti kriteria yang telah terpenuhi sebesar 80%. Oleh sebab itu, disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan model yang telah dimodifikasi, sehingga model tersebut diterima dan dapat dilakukan interpretasi hasil.

Interpretasi Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menganalisis nilai dari *probabilitas* (p) dan nilai *critical ratio* (CR). Hipotesis dapat diterima apabila memenuhi kriteria yaitu nilai *critical ratio* (CR) > 1,96 dan nilai *probabilitas* (P) < 0,05. Penelitian ini tentang pengaruh *digital marketing* terhadap peningkatan kinerja pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba, dimana terdapat tiga hipotesis, dari pengolahan tersebut didapat nilai *critical ratio* (CR) dan nilai *probabilitas* (P) seperti pada tabel.

			Estimate	SE	CR	P
Kinerja Pemasaran	←	<i>Social Media Marketing Capability</i>	0,667	0,179	3,716	***
Kinerja Pemasaran	←	<i>E-commerce Adoption</i>	0,283	0,232	1,218	0,223
Kinerja Pemasaran	←	<i>Instant Messaging Marketing Orientation</i>	0,185	0,264	0,702	0,483

Berdasarkan tabel tersebut disimpulkan bahwa terdapat satu hipotesis yang diterima yaitu

H₁ : *Social Media Marketing Capability* (X₁) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Kinerja Pemasaran (Y₁)

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengujian, maka dapat adanya pengaruh *digital marketing* terhadap peningkatan kinerja pemasaran di Kabupaten Toba. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa terdapat satu variabel yang mempengaruhi kinerja pemasaran (Y₁) UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba yaitu *social media marketing capability* (X₁). Oleh sebab itu, perlu adanya pengoptimalan pemasaran penggunaan *digital marketing* terkhusus pada pemasaran menggunakan sosial media yang dilakukan oleh pelaku UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba agar terjadinya peningkatan pada kinerja pemasaran UMKM. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk lebih mengerucutkan jenis UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba yang akan dijadikan sebagai objek penelitian nantinya, misalnya menganalisis jenis pemasaran digital yang tepat bagi kinerja pemasaran UMKM Kuliner di Kabupaten Toba.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Ibu Mariana Simanjuntak, dosen-dosen Manajemen Rekayasa IT Del, pihak-pihak yang

terlibat selama pengumpulan data mulai dari dinas pariwisata dan kebudayaan Toba, dinas Koperindag Toba, dan para pelaku UMKM di Kabupaten Toba.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*.
- Asbari, M., Purwanto, A., & Budi, P. (2020). Pengaruh Iklim Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Produktivitas Kerja Inovatif Pada Industri Manufaktur di Pati Jawa Tengah. *Jurnal Produktivitas*, 7(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29406/jpr.v7i1.1797>
- Hamzah, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8, 127–135.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Kementrian RI. (2009). Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataaan. *Undang Undang No. 10/2009 Tentang Kepariwisataaan*.
- Keni, W. K. S. D. (2019). Pengaruh Social Network Marketing (Snm) Dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(6). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i6.4910>
- Kuncono, O. S. (2013). *Analisis Model Pengukuran & Model Persamaan Struktural*.
- Manik, C. (2021). Dampak Covid-19, Pedagang Suvenir di Kawasan Danau Toba Keluhkan Omzet. *Bisnis Sumatra*.
- Patimatuzzakrah. (2020). *Dampak Pariwisata Terhadap Pengembangan Dan Pendapatan Masyarakat Di Pantai Kuta Mandalika Desa Kuta Kecamatan Pujut Lombok Tengah*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Pratiwi, M. I. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP PERLAMBATAN EKONOMI SEKTOR UMKM. *Jurnal Ners, Vol.4*, 30–39.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
<https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Simanjuntak, M., & Sukresna, I. M. (2020). Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital Melalui Technology Acceptance Model. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 11(1).
- UMKM Danau Toba Didorong Pasarkan Produk di Platform E-Commerce. (2021). *Media Indonesia*.
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. (2008). Tentang: Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. *Sekretariat Negara. Jakarta*.



© 2021 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Daya Inovasi Pada Kinerja Karyawan

Ferri Kuswantoro

Fakultas Ekonomi Universitas Janabadra Yogyakarta
Jl. Tentara Rakyat Mataram No.58, Bumijo, Kec. Jetis, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 5523, Indonesia

Correspondence: Ferri Kuswantoro (ferri@janabadra.ac.id)

Received: 05 07 21 – Revised: 22 07 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Inovasi merupakan pendukung utama khususnya dalam peningkatan kinerja karyawan. Banyak studi telah menjelaskan pentingnya pelatihan dan kerja tim di dalam mengupayakan pertumbuhan. Namun studi bagaimana peran daya inovasi dalam mendorong hubungan antara pelatihan dan kerja tim terhadap kepuasan kerja karyawan masih belum awam di jelaskan. Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui peran daya inovasi di dalam mendorong hubungan antara pelatihan dan kerja tim terhadap kepuasan kerja karyawan. Menggunakan sampel sebanyak 165 responden dengan kuesioner skala 7 yang terdiri dari karyawan secara umum serta dukungan AMOS versi 24 hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara kerja tim terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja karyawan. Terdapat pengaruh positif signifikan antara hubungan daya inovasi terhadap kepuasan kerja karyawan. Sedangkan tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara pelatihan manajerial terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja karyawan. Hasil akhir menjelaskan bahwa daya inovasi memediasi positif signifikan antara hubungan kerja tim terhadap kepuasan kerja karyawan.

Kata kunci: Daya, inovasi, kinerja karyawan

Citation Format: Kuswantoro, F. (2021). Daya Inovasi Pada Kinerja Karyawan. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2021, 194-202

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Daya inovasi merupakan dukungan utama dalam membantu pemberdayaan aktifitas ekonomi dan kehidupan yang lebih bermanfaat (Kent,2012). Kemampuan berinovasi dalam aktifitas professional kerja akan membawa kepada hasil untuk kepuasan kerja yang akan berpengaruh signifikan terhadap kinerja kerja karyawan (Saputra, 2018). Keterlibatan dalam penggunaan teknologi informasi menurut Yam, dkk (2014) akan memperkaya sumber daya inovasi yang akan memberikan dorongan di dalam pencapaian volume omset penjualan sehingga memperjelas rasa keadaan kepuasan kerja.

Pelatihan dan kerja tim merupakan dua faktor penting di dalam memperhatikan kepuasan kerja karyawan. Menurut Zehra, (2016) program pelatihan akan membantu karyawan di dalam membawa perilaku positif dan professional yang akan mendorong peningkatan kepuasan kerja pencapaian omzet yang lebih tinggi. Faridi, dkk (2017) mengemukakan bahwa pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan selalu bertujuan secara signifikan untuk peningkatan kepuasan kerja. Hal lain yang tidak kalah penting adalah kerja tim. Kerja tim di perlukan untuk semua usaha dalam setiap kerja. Kerja tim di indikasikan signifikan positif dalam pencapaian tujuan tim yang akan memberikan perasaan positif akan hasil kerja (Sobia, dkk 2014). Devina (2018) menegaskan bahwa kerja tim mampu untuk mempengaruhi secara signifikan penanganan kerja sesuai harapan tim kerja.

Daya inovasi juga di pengaruhi oleh pelatihan dan kerja tim di tempat aktifitas kerja. Dostie (2018) menjelaskan bahwa pelaksanaan pelatihan akan memandu pada daya inovasi. Andreas, dkk (2016) juga menjelaskan bahwa perilaku untuk berinovasi dapat di motivasi oleh pelatihan kerja secara tim. Saling berkontribusi dan mendukung sesama pelaku tim kerja akan berdampak pada perilaku kerja yang inovatif. Doris, dkk (2014) peningkatan aktivitas kerja tim akan memperdayakan kreativitas yang akan meningkatkan tingkat daya inovasi.

Tujuan Penelitian

Seperti yang sudah di jelaskan sebelumnya bahwa pelatihan dan kerja tim berperan secara signifikan dan positif terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja. Melihat hubungan yang penting antara daya inovasi terhadap kepuasan kerja maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji peran daya inovasi akan hubungan antara pelatihan dan kerja tim terhadap kepuasan kerja.

METODOLOGI PENELITIAN

Sumber Data

Penelitian sebelumnya di lakukan oleh Kuswantoro Dan Rosli (2012) serta Halil, dkk (2015) mengenai penelitian kuantitatif. Menggunakan kuesioner dengan metode *random sampling* terdiri dari 7 (tujuh) skala *likert* jumlah sampel responden adalah 165 karyawan secara umum dari berbagai sektor di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner di distribusikan sebagian besar disampaikan oleh survei dan pertemuan tatap muka dengan responden.

Pengukuran Variabel

Acuan dalam penyusunan kuesioner untuk masing-masing konstruk variabel adalah seperti pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
Dimensi Variabel

No	Variabel	Item	Pustaka Acuan
1.	Pelatihan	1.1 Terdapat program pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan untuk operasional kerja	Faridi, dkk (2017)
		1.2 Terdapat kaderisasi dari atasan kepada staf kerja	
		1.3 Adanya program menempuh jenjang Pendidikan yang lebih tinggi	
2.	Kerja Tim	2.1 Saling membantu meringankan beban kerja dalam tim	Andreas, dkk (2016)
		2.2 Saling memonitor jalannya operasional tim kerja	
3.	Daya Inovasi	3.1 Menggunakan metode yang kreatif dalam pelaksanaan kerja	Doris, dkk (2014)
		3.2 Memanfaatkan teknologi dalam penyelesaian kerja	
4.	Kepuasan Kerja	4.1 Pekerjaan yang di jalani memiliki arti penting	Chaturvedi Dan Raavi.(2018).
		4.2 Kompensasi dalam kerja selalu memberikan motivasi	
		4.3 Selalu antusias dalam bekerja	

Analisis Data

Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, setelah itu, untuk data dilakukan dengan beberapa langkah. Langkah-langkah ini adalah mengedit, memasukkan, dan menganalisis. Bantuan paket statistik untuk ilmu sosial (SPSS) 24 digunakan untuk

memproses data untuk menguji validitas, reliabilitas, dan normalitas. Dan AMOS 24 untuk mengkaji analisa pengaruh dan peran daya inovasi sebagai variabel mediasi.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Seperti terlihat pada tabel 2 berikut sampel dengan jumlah 165 responden di jelaskan secara deskriptif dengan mayoritas katagori usia di bawah 25 tahun atau sebesar 41,2 % di ikuti oleh usia diatas 45 tahun minoritas dengan jumlah proporsi 4,8%. Kemudian dari segi pendidikan responden sebagian besar lulusan SLTA atau SMU dengan jumlah 69 responden dengan proporsi 41,80 % di ikuti minoritas oleh lulusan S3 dengan jumlah 1 responden. Berdasarkan gender laki-laki dan perempuan masing-masing berjumlah 56 responden laki-laki dan 109 perempuan atau masing-masing 33,90% perempuan dan 109 atau 66,10%. Untuk status kerja mayoritas sampel adalah karyawan tetap dengan jumlah 84 responden atau 50,90% di ikuti oleh paling minoritas adalah lainnya selain status tetap, kontrak, dan honorer berjumlah 3 responden atau 1,80%. Dan untuk jenis bagian pekerjaan sebagian besar bekerja di departemen keuangan dan sektor lainnya dengan jumlah 40 responden atau berkisar 24,20 % di ikuti paling sedikit dari departemen jasa kebersihan dengan jumlah 11 responden.

Tabel 2. Respondent Profiles

No	Keterangan	Frekwensi	Persen (%)	Kumulatif Persen (%)
1.	Usia Karyawan :			
	Di bawah 25 tahun	68	41.2	41.2
	(25-30) tahun	42	25.5	66.7
	(31-35) tahun	16	9.7	76.4
	(36-40) tahun	18	10.9	87.3
	(41-45) tahun	13	7.9	95.2
	Di atas 45 tahun	8	4.8	100%
		165	100%	
2.	Tingkat Pendidikan :			
	SLTA	69	41.8	41.8
	D3	22	13.3	55.2
	S1	67	40.6	95.8
	S2	6	3.6	99.4
	S3	1	0.6	100%
		165	100%	
3.	Gender :			
	Laki-laki	56	33,9	33,9
	Perempuan	109	66,1	100%
		165	100%	
4.	Status Kerja :			
	Tetap	84	50,9	50,9
	Kontrak	66	40,0	90,9

Honorer	12	7,3	98,2
Lainnya	3	1,8	100%
	165	100%	
5. Bagian Kerja :			
Pemasaran	34	20,6	20,6
Produksi	12	7,3	27,9
Keuangan	40	24,2	52,1
Umum	15	9,1	61,2
Sumber daya manusia	13	7,9	69,1
Kebersihan	11	6,7	75,8
Lainnya	40	24,2	100%
	165	100%	

Uji sampel sebanyak 165 responden. Tingkat signifikansi jika probabilitas $< 0,05$ maka pernyataan tersebut *valid*. Sedangkan jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka pernyataan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009). Seperti pada tabel 3 berikut ini adalah hasil uji validitas di mana semua dimensi variabel adalah *valid* dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal yang dilakukan setelah menunjukkan bahwa semua variabel pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel besar sebanyak 165 responden. Pernyataan dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ (Ghozali, 2009).

Tabel 3. Validitas Dan Reliabilitas

	Pelatihan	<i>Cron Alpha a</i>	Kerja Tim	<i>Cron Alpha a</i>	Daya Inovasi	<i>Cron Alpha a</i>	Kepuasan Kerja	<i>Cron Alpha a</i>
p	0,878*		tm	0,898*	i	0,923*	kep	0,882*
1	*	0,841	1	*	0,749	1	*	0,833
p	0,870*		tm	0,890*	i	0,928*	kep	0,928*
2	*		2	*	2	*	2	*
p	0,866*						kep	0,910*
3	*						3	*

Terlepas dari interpretasi grafis dari hasil, normalitas sempurna mungkin juga ditekankan oleh nilai-nilai rasio *kurtosis* dan *skewness* (Kim, 2013). Menurut Kim (2013) jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* atau nilai Z terpenuhi kurang dari 3,29 untuk variabel pelatihan, kerja tim, dan kepuasan kerja, artinya normalitas data diterima. Sedangkan untuk variable daya inovasi memiliki nilai Z mendekati katagori layak yaitu : 3,40 untuk Z *skewness value*.

Tabel 4. Normalitas

<i>Variables</i>	<i>Mean</i>	<i>Skewness</i>	<i>Z value</i>	<i>Kurtosis</i>
------------------	-------------	-----------------	----------------	-----------------

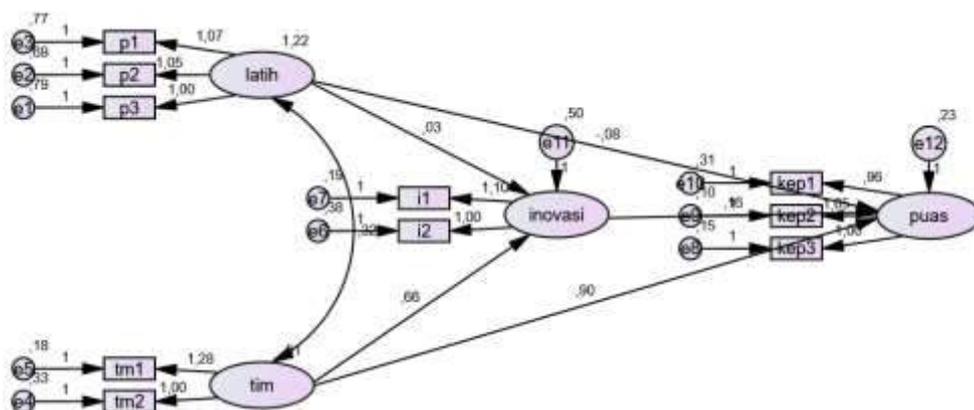
	<i>N</i>	<i>statistic</i>	<i>Statistic</i>	<i>Std. error</i>	<i>Statistic</i>	<i>Std. error</i>	<i>Z value</i>
Pelatihan	165	13,78	0,016	0,189	0,084656	-0,710	0,376
Daya	165	8,30	0,642	0,189		0,497	0,376
Inovasi					3,396825		1,321809
Kerja Tim	165	7,63	-0,294	0,189	-1,55556	-0,712	0,376
Kepuasan	165	12,21	-0,778	0,189		-0,110	0,376
Kerja					-4,1164		-0,29255

Seperti terlihat pada tabel 5 untuk uji model penelitian yang terkonsep pada gambar 1, di indikasikan bahwa nilai *degree of freedom* adalah positif. Artinya bahwa model layak di lanjutkan pada proses analisa pengaruh. Terlihat nilai *Goodness Fit Of Index (GFI)*, *Incremental Fit Index (IFI)*, dan *Comparative Fit Index (CFI)* adalah > dari 0,90 yang menunjukkan bahwa model penelitian adalah layak.

Tabel 5. Uji Model

Keterangan	Nilai Index	Katagori
<i>Degree Of Freedom (DF)</i>	+29	positif
<i>Goodness Fit Of Index (GFI)</i>	0,907	<i>fit</i> > 0,90
<i>Incremental Fit Index (IFI)</i>	0,920	<i>fit</i> > 0,90
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	0,918	<i>fit</i> > 0,90
<i>Probability Level</i>	0,000	<i>not fit</i> < 0,050

Gambar 1. Model Penelitian



Ket : p1 s.d p3 : kontrak pelatihan; tm1 s.d tm2 : kontrak kerja tim; i1 s.d i2 : konstruk daya inovasi; kep1 s.d kep3 : kontrak kepuasan kerja

Di lihat dari tabel 6 bahwa pengaruh pelatihan terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja berpengaruh tidak signifikan dengan di tunjukkan nilai probabilitas (p) $> 0,050$. Sedangkan kerja tim berpengaruh secara positif signifikan terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja dengan nilai probabilitas $< 0,050$. Masing-masing memiliki nilai estimasi sebesar 0,661 dan 0,895. Hubungan antara daya inovasi dan kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan di tunjukkan dengan nilai $p < 0,050$ dengan nilai estimasi sebesar 0,156. Kemudian pada tabel 6 juga ditunjukkan bahwa pengaruh kerja tim terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja adalah positif signifikan dengan nilai $p < 0,050$ dan pengaruh daya inovasi terhadap kepuasan kerja positif signifikan dengan dengan nilai $p < 0,050$, sehingga daya inovasi memediasi secara menyeluruh parsial atau *partially mediating* hubungan antara kerja tim terhadap kepuasan kerja. Hal tersebut juga di tunjukkan dari tabel 7 yaitu pengaruh tidak langsung antara kerja tim terhadap kepuasan kerja melalui daya inovasi dengan nilai koefisien 0,100. Sedangkan pengaruh pelatihan terhadap daya inovasi dan kepuasan kerja adalah tidak signifikan dengan nilai $p > 0,050$, sehingga daya inovasi memediasi secara penuh atau *fully mediating* (Syafitri Dan Anjarwati, 2016).

Tabel 6. *Regression Weights*

Hubungan			Estimate	S.E.	C.R.	P
inovasi	<---	latih	0,032	0,078	0,412	0,680
inovasi	<---	tim	0,661	0,179	3,696	***
puas	<---	inovasi	0,156	0,079	1,984	0,047
puas	<---	latih	- 0,078	0,060	-1,299	0,194
puas	<---	tim	0,895	0,162	5,532	***

Pembahasan

Dari hasil analisa di tunjukkan bahwa kerja tim berpengaruh positif signifikan terhadap daya inovasi tenaga karyawan. Hasil ini juga di dukung oleh studi dari Andreas, dkk (2016) yang menjelaskan bahwa perilaku kerja tim juga akan membuat perilaku inovatif. Perilaku saling berbagi dan meneladani memiliki dampak paling kuat pada keterlibatan tim dalam pengembangan inovasi. Doris, dkk (2014) menambahkan bahwa semakin luas penggunaan kerja tim dalam organisasi mengakibatkan semakin tinggi tingkat inovasi organisasi terutama untuk tim produksi. Lee (2008) menunjukkan bahwa tim kerja pada industri membutuhkan budaya yang inovatif untuk pertumbuhan. Selanjutnya kerja tim memiliki peran penting untuk peningkatan kepuasan kerja karyawan. Jalal Dan Tahir (2015) berpendapat bahwa kerja tim mampu membuat target kerja mencapai kepuasan. Sedangkan Devina (2018) menambahkan kesadaran akan bekerja berdasarkan kekompakan selalu mengakibatkan hasil sesuai yang di harapkan. Sobia, dkk (2014) menekankan bahwa kerja

tim di dalam pekerjaan yang berat akan selalu dirasakan ringan oleh semua anggota tim. Terakhir adalah daya inovasi mendorong signifikan positif terhadap kepuasan kerja. Kent, dkk (2017) menunjukkan bahwa daya inovasi mampu membawa keseimbangan antara kepuasan kerja dan kesejahteraan keluarga. Saputra (2018) menunjukkan bahwa kemampuan inovasi akan mempererat daya proses kerja semakin efektif dan efisien. Yam, dkk (2014) menambahkan bahwa keterlibatan teknologi untuk berinovasi dalam proses kerja akan mendorong produktivitas proses administrasi dan produksi hasil kerja yang akan memberikan hasil seperti yang di harapkan.

KESIMPULAN

Kemampuan berdaya inovasi merupakan faktor penting dalam peningkatan kepuasan kerja karyawan. Hasil studi ini memberikan penjelasan bahwa kerja tim sangat mendukung dalam peranannya untuk meningkatkan pertumbuhan inovasi dan kepuasan kerja. Oleh karena itu memberdayakan inovasi harus selalu di lanjutkan untuk membuat proses kerja dalam tim lebih berkembang dan akan memberikan kondisi hasil kerja yang di tujukan. Dengan kata lain daya inovasi merupakan mediasi menyeluruh hubungan antara kerja tim terhadap kepuasan kerja. Hasil studi ini juga menunjukkan bahwa pelatihan merupakan tambahan yang tidak kalah penting untuk meningkatkan inovasi.

REFERENSI

- Andreas Widmann, Gerhard Messmann, et al. (2016). "The Impact of Team Learning Behaviors on Team Innovative Work Behavior: A Systematic Review." Human Resource Development Review **15**(4): 429-458.
- Chaturvedi, Mayuri and Sumedha Raavi.(2018). A Study on Employee Job Satisfaction in Different Sectors. *International Journal of Scientific Engineering and Research (IJSER)*, 7(1), 105-108.
- Devina, G. (2018). "Pengaruh Teamwork Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt. Federal International Finance Cabang Surabaya 2." Jurnal Ilmu Manajemen **6**(1).
- Dostie, B. (2018). "The Impact Of Training On Innovation." ILR Review **71**(1): 64-87.
- Doris Fay, Helen Shipton, et al. (2014). "Teamwork and Organizational Innovation: The Moderating Role of the HRM Context." Creativity And Innovation Management **24**(2): 261-277.
- Faridi, A., Baloch, A., & Wajidi, A. (2017). Job satisfaction and organizational commitment under Traditional and Modern T&D program: Evidence from Public Banking Sector of Pakistan, *International Journal of Applied Business and Management Studies*, **2**(1), 9-16.
- Ghozali, Imana,(2009). "Analisis multivariate lanjutan dengan program spss." penerbitan universitas diponegoro
- Halil, d. Bagus P. Yudhia K, et al. (2015). "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Melalui Kinerja Karyawan (Studi Empiris

- Pada Perusahaan Daerah Perkebunan (Pdp) Kabupaten Jember)." JEAM **14**(2): 49-70.
- Jalal Hanasyha and A. P. R. Tahir (2015). "Examining The Effect Of Empowerment, Teamwork, And Employee Training On Job Satisfaction " Social And Behavioral Science: 272-282.
- Kent Wickstrøm Jensen, A. Ye Liu, et al. (2017). "Entrepreneurs innovation bringing job satisfaction, work-family balance, and life satisfaction: In China and around the world." International Journal of Innovation Studies **1**: 193-206.
- Kim, Y. and A. Y. C. Cho (2016). "Impact Of Retirement System On Job Satisfaction And Loyalty: A Case Of The Salary Peak System." International Business And Economics Research Journal **15**(1): 27-40.
- Kuswanto, F. and a. M. M. Rosli (2012). "Logistics Efficiency and Firm Performance: Evidence from Indonesian Small and Medium Enterprises." American International Journal of Contemporary Research **2**(6): 102-111.
- Lee, Y.-D. and H.-M. And Chang (2008). "Relations between Team Work and Innovation in Organizations and the Job Satisfaction of Employees: A Factor Analytic Study." International Journal of Management.
- Sobia Shujaat, Karachi Amir Manzoor, et al. (2014). "Impact of Team Work on Employee Satisfaction." IBT Journal of Business Studies (Formerly Journal of Management & Social Sciences) **10**(2): 71-80.
- Saputra, T. (2018). "Pengaruh Kemampuan Dan Inovasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Pt.Bank Rakyat Indonesia Cabang Pontianak." Jurnal Manajemen Update **7**(2).
- Syafitri Rosyida and D. A. L. Anjarwati (2016). "Pengaruh Store Atmosfer Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Intervening." Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen **16**(1): 105-127.
- Yam B. Limbu , A. Jayachandran, et al. (2014). "Does information and communication technology improve job satisfaction? The moderating role of sales technology orientation." Industrial Marketing Management 1-10.
- Zehra, N. (2016), Training And Development Barometer for Effective Transformation of Organizational Commitment and Overall Performance in Banking Sectors of KPK, Pakistan: Qualitative study of Workforce of Bank of Khyber, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(6), 246-267.



Implementasi *Supply Chain Management* pada PT Central Proteina Prima Tbk.

Ryan Ariesco Wijaya¹, Novie Maria Setiawati²

^{1,2} Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung, Villa Puncak Tidar Blok N No.1, Malang, Indonesia 65151

Correspondence: Ryan Ariesco Wijaya (ryanariesw09@gmail.com)

Received: 02 07 21 – Revised: 22 07 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Perkembangan dunia teknologi dalam globalisasi membawa dampak terhadap persaingan di dunia bisnis. Perusahaan berlomba-lomba untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan yang besar. *Supply chain Management* sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk membantu proses perkembangan perusahaan. PT Central Proteina Prima Tbk (CP Prima) sebagai perusahaan budidaya udang terdepan di Indonesia melakukan praktek *supply chain management* khususnya dalam hal pemilihan lokasi, teknologi pembibitan dan otomatisasi. Sebagai upaya dalam menjaga kualitas produksi dan manajemen, department audit internal serta department sistem dan prosedur. PT. Central Proteina Prima, Tbk. telah merancang dan memberlakukan sejumlah kebijakan dan mekanisme terkait pengendalian internal. PT Central Proteina Prima Tbk tidak lepas dari usaha mencapai keberlanjutan (*sustainability*) dari aspek lingkungan. PT Central Proteina Prima Tbk harus meningkatkan usaha mereka yang berkaitan dengan lingkungan di sepanjang *supply chain* supaya tetap terjaga. Secara keseluruhan, PT Central Proteina Prima Tbk sudah mengelola *supply chain management* dari hulu ke hilir dengan baik. Namun, masih perlu meningkatkan pengawasan terhadap kualitas air tambak binaannya. Hal ini menunjukkan bahwa departemen animal health service masih memerlukan SOP pembinaan yang lebih ketat.

Kata kunci: *supply chain management*, teknologi pembibitan, pengendalian internal, pengawasan kualitas, *sustainability*

Citation Format: Wijaya, R.A. & Setiawati, N.M. (2020). Implementasi Supply Chain Management pada PT Central Proteina Prima Tbk.. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 203-215.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi di era globalisasi tidak hanya membawa dampak terhadap kehidupan sehari-hari melainkan juga persaingan di dunia bisnis. Setiap perusahaan pastinya ingin berkembang dan terus mendapatkan keuntungan. Perusahaan saling berlomba untuk mendapatkan penjualan produk atau komoditas/penjualan yang lebih besar. Indikasi bahwa bisnis identik dengan persaingan dan pengetahuan serta informasi tentang sifat dan karakteristik dari para pesaing merupakan kunci untuk merumuskan persaingan yang akan terjadi kedepannya. Jika melihat tiap bidang usaha yang ada, selalu ada perusahaan yang kinerjanya lebih baik daripada perusahaan-perusahaan lainnya. Ketika perusahaan memiliki kinerja yang lebih baik, perusahaan memiliki keunggulan kompetitif. Salah satu faktor yang menentukan keunggulan kompetitif adalah *supply chain management*. *Supply chain management* merupakan pengelolaan berbagai kegiatan yang dimulai dari perolehan bahan mentah, pemrosesan bahan mentah menjadi barang setengah jadi dan barang jadi (Heizer & Rander, 2015).

Supply chain management sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan karena dapat membantu dalam proses perkembangannya. Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis mengharuskan beberapa perusahaan untuk dapat terus mengembangkan bisnisnya seperti dalam penggunaan teknologi/sistem informasi. Adanya bantuan teknologi/sistem informasi tersebut dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan serta menciptakan bisnis yang baru. Adanya teknologi/sistem informasi tersebut dapat terjadi antara pemasok dengan konsumen yang dapat diterapkan pada *supply chain management*. Untuk dapat melanjutkan kelangsungan bisnis dan unggul dalam persaingan, *supply chain management* harus memahami kebutuhan dan tuntutan dari konsumen. Pemilihan pemasok dimana dengan pemasok yang tepat akan memberikan garansi kelancaran pasokan aliran barang dan jasa khususnya bahan baku untuk menjaga proses produksi. Pemilihan pemasok merupakan aktivitas penting di bagian pengadaan untuk mencapai keunggulan bersaing.

Pengaruh *supply chain management* terhadap kesuksesan berlaku pada semua bidang usaha termasuk perikanan. Sebagai negara maritim yang besar, perikanan merupakan sektor yang memberikan sumbangsih besar terhadap pendapatan nasional sehingga pemerintah menggenjot kegiatan ekspor produk perikanan. Sempat menjadi sektor yang kurang mendapatkan perhatian oleh pemerintah, akhirnya *supply chain management* perikanan mendapatkan pemantauan oleh pemerintah. Pemantauan dilakukan dengan berkoordinasi dengan pihak lain seperti pembudidaya, pelabuhan, eksportir, pengelola *cold storage*

(gudang beku), dan pasar. Salah satu perusahaan pengolahan ikan besar di Indonesia adalah PT Central Proteina Prima Tbk.

PT Central Proteina Prima Tbk adalah sebuah perusahaan akuakultur yang bergerak di bidang pakan ikan dan udang, makanan olahan *seafood*, makanan hewan peliharaan, produk kesehatan binatang air, dan pembibitan ikan dan udang. PT Central Proteina Prima Tbk sebagai perusahaan akuakultur di Indonesia sempat mengalami penurunan signifikan di tahun 2015 dan mengalami kerugian selama 4 tahun beruntun. Hal itu dikarenakan PT Central Proteina Prima Tbk menghadapi tantangan ekspor ke beberapa negara. Saat itu, Indonesia sedang berhadapan dengan pesaing tangguh, yaitu India. Hal ini dikarenakan tingkat produksi India yang sangat tinggi. Terdapat beberapa hal yang masih perlu diperbaiki dalam industri perikanan di Indonesia, antara lain *supply chain management*, teknologi, dan infrastruktur pada pertambakan udang.

Situasi ini mendorong industri perikanan Indonesia termasuk PT Central Proteina Prima Tbk untuk melakukan inovasi dan meningkatkan kinerjanya. Agar industri perikanan Indonesia termasuk PT Central Proteina Prima Tbk bisa berkompetisi dengan pesaing internasional, PT Central Proteina Prima Tbk melakukan adopsi teknologi dan teknik produksi modern. Dengan pembenahan manajemen dan inovasi *supply chain management*, CP Prima pada pertengahan tahun 2019 mulai menunjukkan kinerja keuangan yang memuaskan. Hal tersebut yang mendasari penulis untuk melakukan analisa lebih jauh mengenai implementasi *supply chain management* pada PT Central Proteina Prima Tbk. PT Central Proteina Prima Tbk.

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian ini tergolong sebagai penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem, pemikiran ataupun suatu peristiwa. pada masa sekarang (Nazir, 2011). Penelitian deskriptif merupakan salah satu jenis penelitian yang tujuannya adalah menyajikan gambaran mengenai kondisi sosial secara rinci dan apa adanya. Konten penelitian ini sendiri hanya berupaya untuk memahami fenomena dan realitas yang terdapat di PT Central Proteina Prima Tbk. Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan situs internet yang mendukung penelitian (Sekaran & Bougie, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan Lokasi Perusahaan

Salah satu strategi yang perlu diperhatikan perusahaan adalah pemilihan lokasi (Munawaroh, 2013). Pemilihan lokasi ini bisa meliputi lokasi pabrik untuk perusahaan manufaktur maupun lokasi usaha untuk perusahaan jasa atau retail ataupun lokasi perkantorannya. Pemilihan lokasi diperlukan saat perusahaan akan mendirikan usaha baru, memindahkan perusahaan ke lokasi lainnya, atau ekspansi usaha yang telah ada sebelumnya. Pemilihan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan besar kecilnya biaya operasi, harga maupun kemampuan bersaing. Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan sehingga lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan (Zuliarni & Hidayat, 2013). Pemilihan lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan. Oleh sebab itu, lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati karena pemilihan lokasi usaha yang tepat memberikan kekuatan terhadap suatu strategi bisnis.

PT Central Proteina Prima Tbk mengoperasikan tempat pembibitan udang di berbagai tempat di seluruh Indonesiadan salah satunya di Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada reputasi Provinsi Lampung sebagai pusat produksi udang di Indonesia. Pemerintah berfokus untuk mengangkat perikanan dan kelautan Lampung serta meningkatkan produksi udang Lampung sebagai lumbung udang nasional. Untuk mewujudkan tujuan provinsi Lampung sebagai lumbung gudang nasional, pemerintah provinsi Lampung membangun tambak percontohan. Fokus lain dari Pemerintah Provinsi Lampung adalah membangkitkan kembali kawasan Dipasena, sebuah wilayah produksi udang yang sempat berjaya yang terletak di Rawajitu Timur, TulangBawang, Lampung.

Melihat reputasi Provinsi Lampung, keputusan PT Central Proteina Prima Tbk memilih daerah-daerah tersebut adalah pilihan yang tepat. Harapan dari PT Central Proteina Prima Tbk adalah bisa membangun pabrik yang dekat dengan bahan baku. Dengan membangun penambakan udang di Lampung, PT Central Proteina Prima Tbk bisa menciptakan biaya produksi yang rendah melalui penghematan, ketersediaan bahan baku yang melimpah, inovasi dan kualitas produk, meningkatkan keuntungan, menyenangkan pasar, dan menjadi pemimpin pasar. Keberadaan *cold storage* yang banyak ditemui di Lampung membantu PT Central Proteina Prima Tbk untuk menyimpan udangnya dalam waktu yang lama. PT Central Proteina Prima Tbk kemudian memanfaatkan lokasi untuk menjual udangnya kepada masyarakat di Lampung.

Pembibitan

Produktifitas perikanan di Indonesia terbagi menjadi tiga jenis, diantaranya adalah perikanan tangkap laut, perikanan tangkap PUD (Perairan Umum Daratan) dan perikanan budidaya atau akuakultur (Ghufron et al., 2018). Dari tiga jenis produktifitas perikanan tersebut, yang produktivitasnya terus meningkat secara konsisten tiap tahunnya adalah produktifitas akuakultur. Perikanan akuakultur terus mengalami rata-rata kenaikan sebesar 11,5% pada tiap tahunnya dari tahun 2012 hingga tahun 2017 (Rahmantya et al., 2018). Walaupun perikanan akuakultur memiliki potensi yang besar serta meningkat secara konsisiten, perikanan akuakultur di sisi lain berisiko tinggi (Saragih, 2015). Hal ini berimbas pada banyaknya pembudidaya yang mengalami gagal panen. Pembudidaya masih kurang dalam pemahaman serta cara-cara budidaya yang diterapkan masih bersifat konvensional (Madhavireddy & Koteswarrao, 2018).

PT Central Proteina Prima Tbk melakukan pembibitan udang dengan berbagai teknologi. Teknologi tersebut meliputi *multi-step filtration systems* dengan penggunaan UV dan ozonisasi, produksi pakan dengan bahan dan proses alami, kelengkapan peralatan laboratorium termasuk mesin PCR, dan kontrol kualitas di setiap proses produksinya. PT Central Proteina Prima Tbk menghasilkan benih udang berdasarkan prinsip keberlanjutan (*sustainability*), keterlacakan (*traceability*), dan kualitas tinggi sesuai dengan standar global. Perbaikan kualitas udang secara genetik oleh PT Central Proteina Prima Tbk menghasilkan benih udang bebas patogen (SPF) spesifik dengan ketahanan penyakit yang kuat dan laju pertumbuhan yang baik. Sertifikat benih dikeluarkan oleh Tim QA-Lab yang independen untuk pemastian keamanan benih dari penyakit.

Salah satu jenis udang yang dilakukan pembibitannya adalah udang putih (*litopenaeus vannamei*). Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Menteri Kelautan dan Perikanan RI. No. 4/2001 tentang Pelepasan Varietas Udang Vaname Sebagai Varietas Unggul, udang putih merupakan udang berkualitas tinggi yang tergolong varietas unggul sehingga mampu mendatangkan peningkatan produksi, pendapatan, maupun kesejahteraan sosial. Kelebihan udang putih antara lain ketahanan yang baik terhadap serangan penyakit, memiliki nafsu makan yang tinggi, memiliki tingkat kelangsungan hidup yang tinggi, laju pertumbuhan yang cepat, mampu hidup dalam lingkungan dengan tingkat kepadatan jumlah ikan yang tinggi, dan waktu pemeliharaan yang terhitung singkat yaitu sekitar 90-100 hari untuk setiap siklusnya. Udang putih sendiri mendominasi *volume* ekspor udang Indonesia hingga 85%.

Penelitian (Sitanggang & Amanda, 2019) membahas tentang kualitas air pada pembesaran udang putih di tiga tambak binaan PT Central Proteina Prima Tbk Medan. Kegiatan yang dilakukan yaitu analisa kualitas air alkalinitas dan kesadahan (*hardness*) sesuai dengan *Standard Operation Procedure* (SOP) yang dimiliki Laboratorium *animal health service* Medan. Pengambilan sampel air diambil pada tiga tambak, antara lain Tambak Utama, Tambak Ratu, dan Tambak CPF 3. Dari hasil penelitian tersebut, kadar alkalinitas pada ketiga tambak binaan PT. Central Proteina Prima Tbk Medan menunjukkan kadar yang optimal untuk pembesaran udang putih (*Litopenaeus vannamei*). Namun untuk kadar kesadahan, tambak Sri Ratu ternyata memiliki kadar kesadahan yang tinggi sehingga pergantian air perlu dilakukan untuk menurunkan kadar kesadahan perairan tersebut. Untuk nilai kesadahan kedua tambak binaan lainnya sudah menunjukkan kadar optimal untuk pembesaran udang putih.

Kualitas bibit ikan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan budidaya ikan di kolam-kolam pembenihan, keramba jaring apung (KJA), dan pembesaran kolam di air deras. Manajemen pemeliharaan bibit dan induk dimulai dari pengadaan calon induk yang didukung oleh sumber daya manusia, teknologi, serta kelengkapan fasilitas. Riset dalam rangka penciptaan calon induk dengan kualitas lebih baik dan memiliki keunggulan terus dilakukan dengan harapan agar bibit ikan yang dihasilkan mempunyai daya tahan terhadap penyakit serta kecepatan pertumbuhan yang bagus. Pembibitan ikan PT Central Proteina Prima Tbk bekerja sama dengan tim pemasaran pakan ikan untuk pengembangan pola kemitraan pembibitan ikan dengan para pengusaha atau peternak pembibitan rakyat di seluruh Indonesia. Pola kemitraan tersebut sudah berjalan di banyak pulau, antara lain Sumatera, Jawa, Bali, Lombok, Kalimantan. dan Sulawesi.

Untuk jenis ikan yang dilaksanakan pembibitannya adalah nila hitam Black Prima (BP), bibit nila merah Red Prima (RP) dan bibit lele CP. Jumlah kemitraan pembibitan ikan PT Central Proteina Prima Tbk diiringi dengan pembinaan teknis secara rutin. Teknisi-teknisi pendamping yang terlatih dari PT Central Proteina Prima Tbk diperbantukan di mitra-mitra pembibitan dengan tujuan bisa menghasilkan bibit ikan berkualitas tinggi dan sesuai ketentuan standar. Pemantauan SOP pembibitan selalu dilakukan mulai dari perawatan induk, proses pembenihan, pengendalian bibit ikan, hingga distribusi bibit ikan ke konsumen. Pemantauan kesehatan ikan dan kualitas air juga dilakukan secara rutin sebagai bentuk kerja sama tim.

Departemen

Di PT Central Proteina Prima Tbk sendiri, divisi *technical research & development* (TRD) mempunyai tugas untuk memastikan pengembangan berkelanjutan dari teknologi akuakultur milik PT Central Proteina Prima Tbk beserta penyebarannya, memastikan kualitas bibit udang dan ikan, dan memberikan dukungan teknis bagi para pembudidaya PT Central Proteina Prima Tbk. Penciptaan produk baru merupakan salah satu cara bagi PT Central Proteina Prima Tbk untuk mengungguli kompetitor. Research and Development (R&D) merupakan sebuah metode penelitian yang dilakukan secara sengaja dan sistematis, dengan tujuan menemukan, menguji, menghasilkan, mengembangkan, maupun memperbaiki efektivitas produk, model, maupun strategi/model yang lebih efektif, efisien, baru, unggul, bermakna, dan produktif (Putra, 2015).

PT Central Proteina Prima Tbk memiliki departemen *quality assurance* (QA)/kualitas mutu yang bertugas memastikan kualitas dari benih udang berkualitas tinggi yang diproduksi di pembenihan milik PT Central Proteina Prima Tbk. Departemen *quality assurance* memastikan bahwa proses produksi telah sesuai dengan standar dan persyaratan yang telah ditentukan. Kualitas mutu sistem kontrol kualitas dan pemantauan kesehatan udang PT Central Proteina Prima Tbk mampu menyeleksi benih udang dengan pertumbuhan terbaik dan status kesehatan benih udang yang layak panen dan didistribusi ke tambak. Dengan begitu, PT Central Proteina Prima Tbk bisa mencegah adanya produk berkualitas rendah atau kerusakan produk.

Mutu produk dilihat dari bagaimana fungsi dan kondisi fisik produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan. Mutu produk terbilang baik jika mampu memberik kepuasan kepada konsumen dan demikian pula sebaliknya. Dalam menciptakan perubahan mutu produk, PT Central Proteina Prima Tbk perlu melakukan perubahan dan peningkatan proses produksi, keterampilan tenaga kerja, tugas dalam kegiatan produksi, dan perubahan lingkungan perusahaan supaya produk PT Central Proteina Prima Tbk bisa menjawab bahkan melampaui ekspektasi konsumen.

Laboratorium PT Central Proteina Prima Tbk dilengkapi dengan peralatan canggih serta alat diagnostik untuk menentukan status kesehatan udang secara akurat dan andal. Laboratorium diagnostik molekuler PT Central Proteina Prima Tbk juga berpartisipasi dalam uji banding (*ring test*) PCR internasional yang diselenggarakan oleh University of Arizona secara rutin. Hal tersebut merupakan upaya dari PT Central Proteina Prima Tbk dalam

pemeliharaan dan pemastian kualitas analisis di laboratorium PT Central Proteina Prima Tbk. Pemantauan status kesehatan udang dan ikan secara berkelanjutan di tambak dan kualitas air serta penyesuaian teknis secara cepat akan menurunkan tingkat risiko kegagalan produksi dan akhirnya terjadi peningkatan produktivitas budidaya.

Departemen *animal health service* membentuk beberapa laboratorium regional beserta tim layanan teknis untuk melakukan pemantauan dan dukungan teknis yang kompeten dan andal bagi pembudidaya PT Central Proteina Prima Tbk. PT Central Proteina Prima Tbk dengan peternak bersama-sama mencari solusi atas munculnya masalah selama budidaya. Selain itu, luasnya cakupan pelayanan PT Central Proteina Prima Tbk, intensifitas layanan pemantauan, dan keandalan keterampilan pemecahan masalah menempatkan PT Central Proteina Prima Tbk pada posisi sebagai salah satu pengelola kesehatan udang dan ikan yang andal di industri budidaya perikanan Indonesia.

Otomatisasi

Otomatisasi merupakan kreasi dan penerapan teknologi yang bertujuan untuk memproduksi dan mengirimkan barang dan jasa dengan campur tangan manusia seminimal mungkin. Penerapan teknologi, teknik, dan proses otomasi mampu meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan keandalan dalam pengerjaan banyak tugas yang sebelumnya dilakukan oleh manusia. Otomatisasi telah banyak digunakan di berbagai bidang seperti transportasi, manufaktur, pertahanan, operasi, fasilitas, dan teknologi informasi. Pada umumnya, otomatisasi diterapkan dengan tujuan meminimalkan tenaga kerja atau menggantikan manusia dalam tugas yang sifatnya berulang-ulang. Di zaman sekarang, sebagian besar pabrik menerapkan otomatisasi dalam bentuk perakitan robotik. Keberadaan manusia hanya diperlukan untuk menentukan proses dan mengawasinya. Sementara itu, perakitan berbagai komponen diserahkan kepada mesin yang mengubah bahan mentah menjadi barang jadi secara otomatis. Dampak otomatisasi semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi.

Otomatisasi berperan dalam peningkatan produktivitas dunia industri selama puluhan tahun. Otomatisasi sangat membantu industri dalam menghemat waktu dan biaya. Otomatisasi memastikan pengiriman produk dan layanan berjalan dengan efektif. Di sisi lain, otomatisasi menyebabkan kebutuhan akan tenaga kerja manusia menjadi tidak diperlukan dan akhirnya dipindahkan. Otomatisasi memiliki dampak negatif pada pekerjaan yang tidak memerlukan pelatihan atau keterampilan tertentu. Pada tingkat yang lebih jauh, otomatisasi menambah jumlah pengangguran. Secara keseluruhan, efek ekonomi positif dalam hal

industri baru dan pekerjaan yang tersedia jauh lebih besar daripada yang negatif. Meskipun ada kemajuan dalam otomatisasi, tenaga kerja manusia tetap dibutuhkan meskipun mesin dan sistem informasi dapat melakukan banyak tugas. Tenaga ahli dalam pembuatan aplikasi dan pemantauan teknologi otomatisasi sangat diminati.

Pabrik produksi pakan milik PT Central Proteina Prima Tbk sudah menggunakan sistem otomatisasi, antara lain asupan bahan baku, penggilingan kasar, *batching & dry mixing*, penggilingan halus, pencampuran basah, *extrusion and pelleting*, pengeringan, pendinginan, serta *oil coating and packing*. Dengan sistem otomatisasi, PT Central Proteina Prima Tbk mengontrol dan memantau setiap tahap produksi dengan tujuan untuk memastikan bahan baku sudah digunakan sesuai dengan formula dan prosedur standar yang berlaku. Hal ini juga berperan dalam mencegah terjadinya *human error*. Sistem otomatisasi milik PT Central Proteina Prima Tbk mampu menghasilkan produk pakan yang berkualitas secara konsisten.

Sistem otomatisasi ini juga membantukan operator PT Central Proteina Prima Tbk dalam melacak tiap produk dengan menggunakan laporan dan tren fitur yang telah disediakan. Dengan begitu, kegiatan distribusi produk dapat berlangsung dengan aman. Pabrik pakan PT Central Proteina Prima Tbk juga dilengkapi dengan kontrol pengawasan dan *monitoring data*, BITWISE, dan *programmable logic controller (PLC) system* untuk mengoperasikan mesin-mesin otomatis. Keberadaan mesin otomatis ini mampu menerapkan pengawasan dan *quality control* dengan baik. Otomatisasi telah diaplikasikan pada semua pabrik pakan ikan PT Central Proteina Prima Tbk.

Pengendalian Kualitas

Produk dapat memuaskan pelanggan jika kualitas produk yang diberikan mampu memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas produk merupakan faktor penting yang menentukan apakah produk dipilih oleh pelanggan atau tidak. Demi mencapai kualitas produk, perusahaan harus menerapkan pengendalian kualitas dalam proses produksinya. Pengendalian merupakan ketentuan apa yang harus dilaksanakan, menilai dan mengoreksi pelaksanaannya bila perlu dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula (Ayuni et al., 2012). Kualitas bersifat *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan (Nasution, 2015). Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi. Kualitas produk pun sangat

bergantung pada proses, manusia, dan sistem secara keseluruhan (Azmiyati & Hidayat, 2016).

Terdapat empat faktor yang mempengaruhi pengendalian kualitas yang dilakukan perusahaan, antara lain kemampuan proses, spesifikasi yang berlaku, tingkat kesesuaian yang diterima, dan biaya kualitas (Zulian, 2013). Produk PT Central Proteina Prima Tbk diproduksi dan dikemas melalui sistem pemantauan dan kontrol kualitas yang dapat diandalkan dan sangat ketat. Produk PT Central Proteina Prima Tbk tidak terkontaminasi oleh benda asing atau zat kimia yang berbahaya seperti antibiotik atau zat pada tingkat tertentu yang tidak bisa diterima oleh kontaminan lainnya sehingga aman saat dikonsumsi manusia karena diproduksi di lingkungan yang aman dan terpelihara dengan baik. Produk PT Central Proteina Prima Tbk dapat dilacak ke asal-usul bahan baku *seafood*.

Bahan baku yang masuk akan diperiksa terlebih dahulu secara menyeluruh dengan menggunakan 2 metode yaitu *sampling* dan laboratorium tes. Pemeriksaan dilakukan baik di pabrik pemasok sebelum proses pengiriman maupun di pabrik pakan PT Central Proteina Prima Tbk. Persediaan bahan baku yang disimpan di gudang diperiksa secara teratur dan diuji sebelum penggunaan secara menyeluruh. Bahan baku yang disimpan di gudang diperiksa untuk memastikan bahwa bahan baku berada dalam tingkat kualitas yang baik sebelum digunakan dengan menerapkan prinsip FIFO. Semua parameter yang terkait data kualitas produk akan didokumentasikan untuk semua *batch* pada pakan yang diproduksi. Semua proses produksi dan data kualitas akan didokumentasikan sehingga produk dapat dilacak dengan baik.

Sistem Pengendalian Internal

Pengendalian internal adalah seperangkat kebijakan dan prosedur untuk melindungi aset atau kekayaan perusahaan dari segala bentuk tindakan penyalahgunaan, menjamin tersedianya informasi akuntansi perusahaan yang akurat, serta memastikan bahwa semua ketentuan hukum/Undang-Undang serta kebijakan manajemen telah dipatuhi atau dijalankan sebagaimana mestinya oleh seluruh karyawan perusahaan (Hery, 2016). Pengendalian internal merupakan sebuah proses yang dibangun oleh manajemen perusahaan dengan tujuan mencapai efektivitas dan efisiensi operasional serta kepatuhan tiap individu terhadap peraturan dan hukum yang berlaku. Dalam kebijakan PT Central Proteina Prima Tbk atas sistem pengendalian internal, disebutkan bahwa departemen audit internal memiliki tugas untuk melakukan pengujian dan pemeriksaan terhadap sistem pengendalian internal

perusahaan. Setelah melakukan pengujian dan pemeriksaan, departemen audit internal melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada direktur utama.

Departemen audit internal serta departemen sistem dan prosedur telah merancang dan memberlakukan sejumlah kebijakan dan mekanisme terkait pengendalian internal. Dari aspek lingkungan pengendalian internal, mereka melakukan pengawasan atas akses data dalam perencanaan sumber daya perusahaan/*enterprise resource planning* (ERP) dan juga *review* terhadap pembagian tugas dan kewenangan setiap bagian kerja sesuai fungsinya yang tercatat dalam aplikasi ERP. Mereka juga memiliki kebijakan untuk merancang dan melakukan *review* pada aplikasi yang berhubungan dengan sistem teknologi informasi. Dari aspek aktivitas pengendalian, mereka memberikan saran atas penyusunan kebijakan tata kelola perusahaan/*corporate governance policy*, kebijakan manajemen/*management policy* dan Standar Operasional Prosedur (SOP). Demi penerapan SOP yang benar, mereka juga merancang sistem *monitoring* untuk mendeteksi penyimpangan penerapan SOP yang berbasis Aplikasi ERP. Mereka juga memiliki wewenang untuk memberikan rekomendasi dan saran atas pengembangan sejumlah aplikasi terkait dengan teknologi informasi.

Dari aspek pemantauan, mereka bekerjasama dengan departemen keuangan dan akuntansi mengatur adanya evaluasi secara berkesinambungan atas implementasi SOP. Mereka juga melakukan *monitoring* yang berkesinambungan atas tindakan perbaikan yang belum dilakukan (*follow up on corrective action*) oleh auditee sesuai laporan audit. Melalui audit internal, PT Central Proteina Prima Tbk mendorong berbagai upaya untuk meningkatkan sistem pengendalian internal yang efektif. Audit internal memiliki peran untuk mengevaluasi efektifitas dan kecakupan pengendalian internal yang dilakukan oleh pihak manajemen. Evaluasi dilakukan secara rutin dan hasil evaluasi nantinya digunakan sebagai acuan dalam perbaikan sistem dan kebijakan yang lebih efektif demi pencapaian target perusahaan.

KESIMPULAN

PT Central Proteina Prima Tbk telah mengembangkan *supply chain management* yang efektif. *Supply chain management* yang efektif dan inovatif untuk memperkuat posisinya di pasar dan mendatangkan keuntungan lebih banyak. Pelaku dalam *supply chain* PT Central Proteina Prima Tbk meliputi tambak, laboratorium, pabrik, pengecer, konsumen, dan UMKM. Namun, PT Central Proteina Prima Tbk masih perlu meningkatkan pengawasan

terhadap kualitas air tambak binaannya. Hal ini menunjukkan bahwa departemen *animal health service* memerlukan SOP pembinaan yang lebih ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuni, D., Siswandaru, K., & Nupikso, G. (2012). *Analisis Penerapan Statistical Quality Control pada Beban Usaha PT. PLN*. Jurnal Organisasi dan Manajemen. Vol. 8 No. 1: 22-31.
- Azmiyati, S., & Hidayat, S. (2016). *Pengukuran Kinerja Rantai Pasok pada PT. Louserindo Megah Permai Menggunakan Model SCOR dan FAHP*. Jurnal AlAzhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi, Vol. 3 No. 4, 163-170.
- Ghufron, M., Lamid, M., Sari, P. D. W., & Suprpto, H. (2018). *Teknik Pembesaran Udang Vaname (Litopenaeus Vannamei) Pada Tambak Pendampingan Pt Central Proteina Prima Tbk Di Desa Randutatah, Kecamatan Paiton, Probolinggo, Jawa Timur*. Journal of Aquaculture and Fish Health, Vol. 7 No. 2.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, Edisi 11*. Salemba Empat: Jakarta.
- Hery. (2016). *Akuntansi Dasar 1 dan 2*. Jakarta: PT Grasindo.
<https://www.cpp.co.id/id>
- Indariyanti, N., Oktaviana, A., & Valentine, R.Y. (2018). *Pemanfaatan Limbah Industri Fillet Patin untuk Produksi Usaha Makanan Kreatif pada UMKM Kejora Desa Margaagung Jati Agung Lampung Selatan*. Prosiding Seminar Nasional Penerapan IPTEKS, pp. 62-65.
- Madhavireddy, V., & Koteswarrao, B. (2018). *Smart Water Quality Monitoring System Using Iot Technology*. International Journal of Engineering & Technology, Vol. 7.
- Mahrom, Y.D.S. & Kosim, B. (2019). *Analisis Potensi Financial Distress pada PT. Central Proteina Prima, Tbk*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 4, No 1, 624-636.
- Manambing, M.F., Tumade, P. dan Sumarauw, J.S.B. (2014). *Analisis Perencanaan Supply Chain Management (SCM) pada PT. Sinar Galesong Pratama*. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol. 2. No. 2, 1570-1578.
- Munawaroh, M. (2013). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta. LP3M UMY.
- Nasution, N. (2015). *Dasar - Dasar Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Nazir, M, (2011), *Metode Penelitian*. Jakarta.
- Purnamasari, I., Purnama, D., & Utami, M.A.F. (2017). *Pertumbuhan Udang Vaname (Litopenaeus Vannamei) di Tambak Intensif*. Jurnal Enggano, Vol. 2 No. 1, pp. 58-67.
- Rahmantya, K. F., Asianto, A. D., Wahyuni, T., Wibowo, D., & Zunianto, A. K. (2018). *Buku Pintar Kelautan dan Perikanan*. Jakarta: Pusat Data, Statistik, dan Informasi.
- Rani, P. & Rahmawati, D. (2008). *Analisis Penerapan E-Business Studi Kasus pada PT. Sinar Mas Agro Resource and Techology (SMART), Tbk*. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia. Vol. 4 No. 2, 52-59.
- Saragih, N. S., Sukiyono, K., & Cahyadinata, I. (2015). *Risk Analysis of Production and Income the Shrimp Cultivation of the People in UrbanVillage Labuhan Deli, Sub District Medan Marelan, Medan City*. AGRISEP, Vol. 14 No. 1, pp. 39-52.
- Sitanggang, L.P., & Amanda, L. (2019). *Analisa Kualitas Air Alkalinitas dan Kesadahan (Hardness) pada Pembesaran Udang Putih (Litopenaeus Vannamei) di Laboratorium Animal Health Service Binaan PT Central Proteina Prima Tbk Medan*. Jurnal Penelitian Terapan Perikanan dan Kelautan, Vol. 1 No. 1, pp. 54-60.

-
- Surat Keputusan (SK) Menteri Kelautan dan Perikanan RI. No. 4/2001 tentang Pelepasan Varietas Udang Vaname Sebagai Varietas Unggul
- Zulian, Y. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zuliarni, S., & Hidayat, R.T. (2013). *Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil di Lingkungan Kampus Universitas Riau dalam Pemilihan Lokasi Usaha*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 3 No. 2, pp. 100-119.



Implementasi Produk Mikro Kreasi bagi Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Era Pandemi Covid-19

Erika Hamim¹, M. Syarif H. Elmas², Seger Priantono³

^{1 2 3} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo
Jalan Yos Sudarso No. 107 Kab. Probolinggo, Jawa Timur, 67271

Correspondence: Erika Hamim (erikahamim794@gmail.com)

Received: 02 07 21 – Revised: 22 07 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: DD MM YY

Abstrak. Penelitian bertujuan untuk mengetahui implementasi dari Produk Mikro Kreasi bagi perkembangan usaha kecil dan menengah di Kota Probolinggo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dimana peneliti menggunakan teknik wawancara secara langsung terhadap nasabah pengguna produk Mikro Kreasi dan juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif sebagai pendukung dengan menunjukkan persentase pertumbuhan usaha ditinjau dari peningkatan pendapatan sebelum dan setelah menggunakan produk ini di masa pandemi covid-19. Sampel yang diteliti adalah 10 informan. Peneliti melakukan metode pengumpulan data dokumentasi yang berasal dari sumber data primer dan sekunder berupa wawancara secara langsung dan laporan tahunan PT. Pegadaian selama periode pengamatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dari data 10 nasabah produk Ultra Mikro Kreasi PT. Pegadaian Kota Probolinggo terdapat 2 informan yang mengalami peningkatan pendapatan karena pendapatan yang didapat digunakan untuk mengembangkan usaha yaitu menambah jenis usaha untuk bertahan di masa pandemi Covid-19 dan 1 nasabah yang tidak mengalami peningkatan maupun penurunan atau dapat dikatakan pendapatannya stabil dalam perkembangan usahanya di masa pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan sosial media dalam pemasaran produknya. Terdapat juga 7 nasabah yang tidak mengalami peningkatan pendapatan, karena pendapatan yang didapat untuk menambah peralatan usahanya.

Kata Kunci : Produk Kreasi, Usaha Kecil Menengah (UKM) Dan Covid-19.

Citation Format: Hamim, E. , Elmas, M.S.H., Priantono, S. (2021). Implementasi Produk Mikro Kreasi bagi Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Era Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 216-225.

PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 yang sedang terjadi pada masa ini menjadi penyebab terjadinya guncangan yang mempengaruhi perekonomian negara sehingga berdampak pada instabilitas ekonomi di berbagai negara. Beberapa negara yang mengalami dampak merupakan negara yang memiliki pengaruh besar terhadap perekonomian global, salah satunya adalah Indonesia. Dampak dari adanya wabah global Covid-19 pada tahun 2020 ini juga secara signifikan memberikan catatan merah bagi pertumbuhan maupun pembangunan ekonomi di Indonesia menjadi terhambat. Hal ini berdasarkan data kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian. Usaha mikro kecil menengah berkontribusi 99% dari jumlah perusahaan yang aktif di Indonesia. Peranan usaha mikro kecil menengah dalam meningkatkan ekonomi masyarakat cukup besar, dimana usaha mikro kecil menengah merupakan kegiatan usaha yang sangat diminati setelah terjadinya krisis ekonomi yang berdampak pada PHK di perusahaan besar terlebih oleh masyarakat di kota kecil seperti Kota Probolinggo.

Permasalahan yang terjadi dalam kegiatan usaha yaitu seperti kurangnya kualitas sumber daya manusia (SDM), lemahnya relasi usaha dan kurangnya dalam permodalan. Inilah yang menjadi dasar adanya lembaga keuangan yang menyediakan sistem perkreditan yang memberikan dana pinjaman. Sarana dan prasarana yang sudah diberikan oleh pemerintah dalam bidang perkreditan Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank. Salah satu lembaga keuangan non bank yang memberikan kredit yaitu Pegadaian. PT. Pegadaian (Persero) Kota Probolinggo adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia yang bergerak dalam bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai Pegadaian memiliki prosedur dan syarat-syarat administrasi yang mudah dan bunga yang ditawarkan relatif rendah. Pegadaian memiliki beberapa macam produk Produk Kreasi merupakan kredit yang menggunakan sistem fidusia yaitu dengan jaminan BPKB tetapi kendaraan tersebut masih bisa digunakan untuk bekerja dan sewa modal yang ditawarkan cukup ringan.

Selain syarat dan anggungan yang mudah, proses dalam pencairan dana pun mudah. Peraturan sebelum dan sesaat pandemi dalam pencairan produk kreasi ini tidak mengalami perubahan, hanya saja pihak perusahaan lebih selektif dalam menganalisa kelayakan usaha untuk menentukan besarnya pinjaman. Sedangkan untuk pengguna produk kreasi pada masa pandemi mendapatkan keringanan dalam pembayaran angsuran selama 3 bulan. Hal

ini dapat memudahkan sektor UKM dalam permodalan untuk bangkit dari keterpurukan terutama pada masa karantina ini dimana beberapa usaha baik UKM ataupun usaha besar mengalami kerugian bahkan terpaksa untuk berhenti. Masa Pandemi ini membuat sektor kecil menengah berupaya agar tidak jatuh dengan menambah modal untuk perputaran dana karena sedikitnya pemasukan dana dan pemenuhan kewajiban usaha menjadi terhambat. Usaha mikro kecil menengah membutuhkan produk perkreditan dengan bunga rendah untuk mengembangkan usaha yang sudah dijalankan. Oleh karena itu, Produk Kreasi yang dikembangkan oleh PT. Pegadaian (Persero) ini dapat membantu perkembangan Usaha Kecil Menengah terutama pada masyarakat Kota Probolinggo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Straus dan Corbin dalam Sujarweni (2015: 211) “Yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan–penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan, masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisme organisasi, aktivitas sosial dan lainnya”. Pendekatan kualitatif fenomenologi adalah penelitian yang menggali suatu data untuk menemukan makna hal – hal yang mendasar dari esensi suatu fenomena, realitas, atau pengalaman yang dialami objek. “Fenomenologi” kadang sering digunakan sebagai prespektif filosofi dan juga digunakan sebagai pendekatan dalam metode kualitatif. Fenomenologi memiliki riwayat yang cukup panjang dalam penelitian sosial termasuk psikologi sosiologi dan pekerjaan sosial.

Kemudian sebagai data pendukung peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019: 16) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian kuantitatif digunakan oleh peneliti sebagai pendukung dalam menganalisa dan meneliti topik yang telah di tentukkan oleh peneliti.

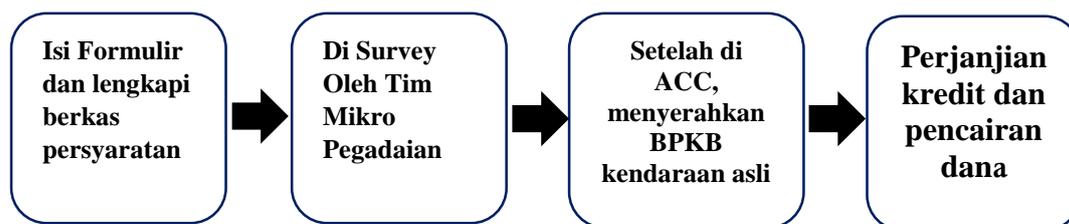
Teknik yang digunakan dalam menentukan informan penelitian ini dengan menggunakan *Stratified Sampling*, hal ini disebabkan karena informan yang akan diwawancarai memiliki tingkatan – tingkatan atau strata didalam golongannya. Menurut

Sugiono (2019: 130), "Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional". Informan yaitu 10 pelaku usaha kecil menengah (UKM) yang menggunakan produk Mikro Kreasi Ultra Mikro.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prosedur Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Supriadi, S.E selaku pemimpin muda PT. Pegadaian (Persero) cabang Kota Probolinggo menyatakan bahwa "Dalam melakukan kegiatan pencairan Kreasi ini diperlukan analisis lanjutan berbeda dengan gadai karena tingkat risikonya tinggi dibandingkan gadai. Sehingga setelah pengajuan atau proses harus dilakukan survey untuk mengetahui layak tidaknya usaha dan bukti. Setelah persyaratan surat yang lengkap baru akan kita cairkan". Berdasarkan hasil penjabaran di atas, maka secara ringkas prosedur kredit angsuran sistem fidusia (KREASI) sebagai berikut :



Keunggulan Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI)

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Supriadi, S.E menyatakan bahwa "Keunggulan dari Kreasi ini selain hanya jaminan BPKB sehingga untuk usaha yang kenadaraan sebagai operasional menghasilkan masih bisa digunakan untuk menambah penghasilan". Hal ini juga didasarkan dari website resmi PT. Pegadaian (Persero) Kota Probolinggo, yaitu :

- 1) Prosedur pengajuan kredit sangat cepat dan mudah. Agunan cukup BPKB kendaraan bermotor;
- 2) Sewa modal (bunga pinjaman) *relative* murah dengan angsuran tetap per bulan;
- 3) Dilayani diseluruh outlet Pegadaian dan aplikasi Pegadaian digital;
- 4) Proses kredit kurang lebih 3 hari dan dana dapat segera cair;
- 5) Pinjaman mulai dari 1 juta (tergantung agunan);
- 6) Jangka waktu cukup fleksibel mulai dari 3, 6, 12, 18, 24, hingga 36 bulan.
- 7) Pelunasan bisa dilakukan kapan saja

Tabel Angsuran Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI)**1. Angsuran KREASI**

Jumlah Pinjaman (Rp.)	Jangka Waktu Angsuran			
	12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan	36 Bulan
1.000.000	95.833	68.056	54.167	40.278
2.000.000	191.667	136.111	108.333	80.556
3.000.000	287.500	204.167	162.500	120.833
4.000.000	383.333	272.222	216.667	161.111
5.000.000	479.167	340.278	270.833	201.389
7.000.000	670.833	476.389	379.167	281.944
8.000.000	766.667	524.600	413.400	322.222
9.000.000	862.500	590.200	465.100	362.500
10.000.000	958.333	680.556	541.667	402.778
11.000.000	1.043.167	737.611	584.833	432.056
12.000.000	1.138.000	804.667	638.000	471.333
15.000.000	1.422.500	1.005.833	797.500	589.167
20.000.000	1.896.667	1.341.111	1.063.333	785.556
25.000.000	2.370.833	1.676.389	1.329.167	981.944
30.000.000	2.845.000	2.011.667	1.595.000	1.178.333
35.000.000	3.319.167	2.346.944	1.860.833	1.374.722
40.000.000	3.793.333	2.268.222	2.126.667	1.571.111
45.000.000	4.267.500	3.017.500	2.392.500	1.767.500
Jumlah Pinjaman (Rp.)	Jangka Waktu Angsuran			
	12 Bulan	18 Bulan	24 Bulan	36 Bulan
50.000.000	4.741.667	3.352.778	2.658.333	1.963.889
51.000.000	4.785.000	3.368.833	2.660.500	1.952.167
70.000.000	6.568.333	4.623.889	3.651.667	2.679.444
80.000.000	7.506.667	4.137.333	4.173.333	3.062.222
90.000.000	8.445.000	5.945.000	4.695.000	3.445.000
100.000.000	9.383.333	6.605.556	5.216.667	3.827.778
150.000.000	14.000.000	9.833.333	7.750.000	5.566.666
250.000.000	23.333.333	16.388.889	12.916.667	9.444.444
300.000.000	28.000.000	19.666.667	15.500.000	11.333.333
350.000.000	32.666.667	22.944.444	18.083.333	13.222.222
400.000.000	37.333.333	26.222.222	20.666.667	12.333.333

Sumber : Data PT. Pegadaian (Perseo) Kota Probolinggo (2021)

Jumlah Informan

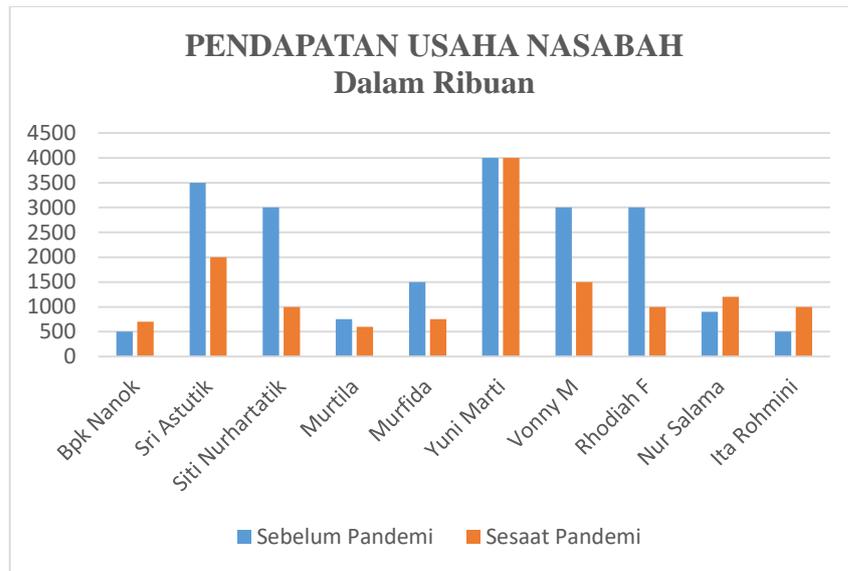
Dalam melakukan penelitian ini kehadiran informan adalah hal yang sangat penting bagi peneliti selain dari pengamatan secara langsung di lapangan, karena dengan adanya informan peneliti baru bisa mendapatkan informasi – informasi yang diinginkan dan tidak bisa peneliti prediksi dan tersembunyi pada saat melakukan pengamatan secara langsung. Dengan adanya informan ini peneliti bisa dengan mudah menggali informasi – informasi yang diharapkan dapat membantu peneliti dalam menyelesaikan laporan ini. Data ini didasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pelaku usaha kecil dan menengah (UKM). Berikut adalah daftar informan yang bersedia memberi waktu dan pengalaman seputar apa yang ingin peneliti bahas.

Tabel Daftar Informan

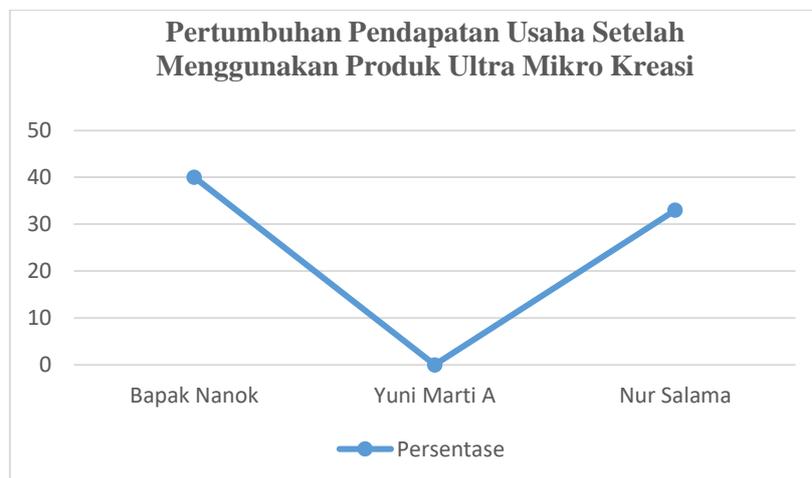
NO	Nama Informan	Jenis Usaha	Jumlah Pinjaman	Jangka Waktu
1	Ayu Pradita Suryantini/Nanok	Toko Sembako + Kerupuk	Rp. 5.000.000	24
2	Sri Asutik	Laundry	Rp. 5.000.000	24
3	Siti Nurhartatik	Tailor	Rp. 5.000.000	18
4	Murti	Penjual Rujak	Rp. 6.000.000	18
NO	Nama Informan	Jenis Usaha	Jumlah Pinjaman	Jangka Waktu
5	Murfida	Kedai Jamu dan Makanan, jual beli drem	Rp. 6.000.000	24
6	Yuni Marti Ajaraswati	Budidaya Jamur Tiram	Rp. 6.000.000	12
7	Vonny Meiyantini	ABY Kacamata Optik	Rp. 7.000.000	18
8	Rhodia Fitrianita	Online Shop	Rp. 7.000.000	24
9	Nur Salama	Penjual Buah Buahan	Rp. 7.333.000	24
10	Ita Rohmini	Penjual Bakso	Rp. 10.000.000	36

PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah nasabah yang peneliti lakukan wawancara berjumlah 10 orang informan yang melakukan pinjaman menggunakan produk Kreasi. Terdapat beberapa nasabah yang mengalami peningkatan pendapatan bersih dikarenakan pembiayaan yang didapat digunakan untuk menambah stok barang atau menambah property pendukung usaha. Dan beberapa nasabah tidak mengalami peningkatan pendapatan bahkan penghasilannya menurun karena kondisi pandemi ini yang menjadi faktor utama. Berikut data nasabah yang mengalami peningkatan pendapatan dan tidak mengalami peningkatan pendapatan usaha.



Berdasarkan dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap nasabah pengguna produk Kreasi terkhususkan produk Ultra Mikro yang disalurkan oleh PT. Pegadaian ditunjukkan untuk pelaku usaha mikro. Sebagai data pendukung dalam menganalisa perkembangan atau pertumbuhan UKM di masa pandemi Covid-19 ini, peneliti menyajikan perhitungan sebagai berikut :



Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa nasabah produk Kreasi yang mengalami peningkatan pendapatan usaha sebanyak 2 orang dengan persentase positif yang menunjukkan bahwa usaha tersebut mengalami kenaikan pendapatan bersih antara 30% - 40% setiap bulan setelah menggunakan produk Ultra Mikro Kreasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Ayu Pradita/Bapak Nanok dan ibu Nur Salama bahwa mereka

menggunakan dana Ultra Mikro Kreasi ini tujuan menambah jenis usaha seperti ibu ayu yang awalnya hanya memiliki usaha toko sembako, kini juga merambah ke usaha kerupuk.

Berdasarkan grafik diatas juga menunjukkan bahwa terdapat 1 nasabah yang memiliki presentase 0% dimana modal usaha digunakan untuk menambah media tumbuh jamur (BagLog). Dalam perkembangannya di masa pandemi ini usaha jamur tersebut mengalami penurunan minat beli konsumen, meskipun terdapat beberapa pengurangan pesanan dari rumah makan, tetapi tidak mengurangi penjualan karena ibu Yuni juga mempromosikannya lewat media sosial.



Berdasarkan hasil wawancara dalam diagram di atas menunjukkan bahwa dari 10 nasabah pengguna Ultra mikro Keasi, terdapat 7 nasabah pengguna produk Ultra Mikro Kreasi dimana hasil dari persentase bernilai minus (-). Hal ini memiliki makna bahwa 7 nasabah ini tidak mengalami peningkatan pendapatan nasabah karena dari hasil pembiayaan yang didapat digunakan untuk menambah jumlah produk tanpa membuat variasi usaha baru. Salah satu penyebabnya adalah turunnya minat beli konsumen dikarenakan masa pandemi Covid-19 ini.

Hal ini di karenakan keadaan pandemi yang melanda sehingga nasabah hanya dapat bertahan untuk menjalankan usaha tersebut. Tambahan modal yang di dapatkan digunakan untuk menambah propeti seperti mesin dan juga *stock* barang tetapi tidak menambah usaha lain sehingga pendapatan yang di dapatkan tidak mengalami peningkatan. Hal ini juga terjadi akibat jenis usaha yang dimiliki memiliki kaitan dengan anak sekolah atau perkantoran seperti laundry.

Strategi Bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 yang terjadi berdampak pada perekonomian terutama terhadap UKM. Pembatasan – pembatasan sosial yang dilakukan guna mencegah penyebaran juga membuat pelaku usaha konvensional atau UMKM harus beradaptasi terhadap keadaan yang sedang terjadi. Strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk bertahan pada masa pandemi Covid-19 ini, sebagai berikut :

1. Mempelajari Digital Marketing sebagai implementasi pemanfaatan digital dalam melakukan promosi melalui media sosial.
2. Memperluas pengetahuan mengenai era globalisasi dan teknologi untuk memperkuat sumber daya manusia yang ada.
3. Berinovasi secara kreatif dalam melakukan promosi untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan.
4. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen seperti adanya sistem Delivery Order sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam mendapatkan kebutuhannya.
5. Mengikuti seminar atau pelatihan khusus untuk UMKM agar dapat menambah wawasan dan relasi serta ilmu yang dapat diterapkan dalam usahanya terutama mempertahankan usaha pada masa pandemi Covid-19 ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perkembangan usahanya seluruh informan menyatakan bahwa usahanya mengalami perkembangan dengan adanya modal tambahan dari menggunakan produk Kreasi. Hal ini dikarenakan setelah mendapatkan tambahan modal ini, pelaku usaha menambah *stock* barang juga menambah properti seperti mesin pendukung usahanya dan juga menambah jenis usaha. Sehingga para pelaku usaha merasa terbantu dengan adanya produk Kreasi ini. Informan juga merasa bahwa produk Kreasi ini memiliki tingkat bunga yang rendah sehingga dalam pembayaran kredit tidak memberatkan para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk bertahan di masa pandemi covid-19 ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak di antaranya Prof. Dr. Ir. H. R. Abdul Haris, M.M. selaku Rektor Universitas Panca Marga Probolinggo; IbuKhusnik Hudzafidah, S.E.,

M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo; yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta masukan guna kesempurnaan penelitian dan penulisan skripsi ini; Bapak Supriadi, S.E selaku kepala cabang muda PT. Pegadaian (Persero) Kota Probolinggo yang telah menyediakan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian demi terwujudnya penelitian yang baik dan dapat bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayodya, Wulan. 2020. *UMKM 4.0 (Strategi UMKM Memasuki Era Digital 4.0)*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Hidayatullah & Sukiman. 2019. STUDI KOMPARATIF PENDAPATAN PRODUK KREDIT CEPAT AMAN (KCA) DENGAN PRODUK KREDIT ANGSURAN SISTEM FIDUSIA (KREASI) DI PT. PEGADAIAN CABANG SINJAI (ANALISIS TINJAUAN SYARIAH). *JURNAL LEMBAGA KEUNGAN, EKONOMI, DAN BISNIS ISLAM* Volume 1, No. 1. <http://journal.asy-syarikah.iaims.ac.id>. p-ISSN: 2656-6117
- PT. Pegadaian *Annual Report*. 2016. ANNUAL REPORT LAPORAN TAHUNAN PERUM PEGADAIAN 2016. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sugiyono. 2019. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratman. 2015. *METODOLOGI PENELITIAN – BISNIS & EKONOMI*. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Umami, Fadli, dkk. 2020. *Eksekusi Jaminan Fidusia Produk Kreasi Pada Pegadaian Cabang Kosambi Tangerang. Jurnal Notarius, Volume 13 No. 1. E-ISSN: 2686-2425 ISSN: 2086-1702*





Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Pemasaran Jamur Tiram Berbasis Digital di Kabupaten Sumedang Jawa Barat

**Kartib Bayu, Yogi Makbul, Pringgo Dwiyanoro, Edi Kusniadi, Deni Nugraha,
Andhika Riyadi, Ari Nurfadillah, Ari Munawar dan Gilang Fauzy M.**

Kelompok Kelahian Sistem dan pemodelan Ekonomi Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK) Institut Teknologi Bandung. Jalan Ganesa No. 10 Bandung Indonesia 40132.

Correspondence: Kartib Bayu (kartib@sappk.itb.ac.id)

Received: 02 07 21 – Revised: 22 07 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: 18 09 21

Abstrak. Terjadinya pandemi Covid 19 berdampak terhadap penurunan permintaan jamur tiram segar, keterlambatan pengiriman, dan kualitas jamur cepat rusak, sehingga harga jual menjadi rendah bahkan sampai tidak bisa dijual. Para petani jamur tiram di Kabupaten Sumedang belum melakukan pengaturan produksi dan teknis pemasarannya dilakukan secara langsung. Dilain pihak jika produksi berkurang permintaan pasar tidak terpenuhi, padahal petani lain kelebihan produksi, akhirnya petani rugi karena produknya rusak dan tidak bisa dijual. Tujuan terapan inovasi adalah untuk mengetahui karakteristik dan kondisi usaha jamur pada masa pandemi Covid 19, dampak pandemi Covid 19 terhadap aktivitas usaha, dan membangun sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan wawancara dan observasi lapangan, pembuatan Platform digital, literasi Platform digital, implementasi pengoperasian platform digital. Unit analisisnya adalah pengusaha jamur sebanyak 21 orang. Teknis analisis adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil terapan inovasi menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha jamur tiram cukup memadai untuk mengelola usaha jamur secara profesional. Nilai omset usaha jamur tiram rata-rata Rp 10.839.524 per bulan dan penyerapan tenaga kerja rata-rata 3 orang per perusahaan. Selama pandemi Covid 19 aktivitas usaha jamur tiram masih tetap beroperasi walaupun terjadi penurunan kapasitas produksi. Pembangunan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram telah mengakomodasi keragaman variasi objek yang menjadi komoditas dan pola kegiatan ekonomi dari pengusaha jamur. Implementasi platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran, telah dapat memenuhi kebutuhan para pengguna, sebagian besar sudah paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan platform serta informasi yang disajikan sudah lengkap sesuai dengan kebutuhan para pengusaha jamur.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Manajemen Pemasaran, Jamur Tiram, Platform digital

Citation Format: Bayu, K.,dkk. (2020). Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Pemasaran Jamur Tiram Berbasis Digital di Kabupaten Sumedang Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 226-240.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jamur yang dibudidayakan dan telah populer di masyarakat Indonesia sebagai makanan dan sayuran serta banyak diperdagangkan di pasar adalah jamur merang (*Volvariella volvacea*), Jamur champignon (*Agaricus bitorquis*) jamur kayu seperti jamur kuping (*Auricularia, Sp.*) jamur shiitake/payung (*Lentinus edodes*) dan jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*). Jamur tiram merupakan jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur kayu lainnya. Jamur tiram mengandung protein, lemak, fosfor, besi, thiamin dan riboflavin lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur lain. Jamur tiram mengandung 18 macam asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan tidak mengandung kolesterol. Jamur tiram memiliki sifat menetralkan racun dan zat-zat radioaktif dalam tubuh.

Khasiat jamur tiram untuk kesehatan adalah menghentikan pendarahan dan mempercepat pengeringan luka pada permukaan tubuh, mencegah penyakit diabetes mellitus, penyempitan pembuluh darah, memurunkan kolesterol darah, menambah vitalitas dan daya tahan tubuh serta mencegah penyakit tumor atau kanker, kelenjar gondok, influenza, sekaligus memperlancar buang air besar (Djarajah dan Abbas, 2001).

Ditinjau dari aspek biologinya, jamur tiram relatif lebih mudah dibudidayakan. Pengembangan jamur tiram tidak memerlukan lahan yang luas. Masa produksi jamur tiram relatif lebih cepat sehingga periode dan waktu panen lebih singkat dan dapat kontinu. Budidaya jamur tiram dapat dikelola sebagai usaha sampingan ataupun usaha ekonomis skala kecil, menengah dan besar (Industri). Negara-negara yang telah mengembangkan budidaya jamur tiram sebagai agrobisnis andalan dan unggulan adalah Cina, Belanda, Spanyol, Prancis, Belgia dan Thailand. Negara-negara tersebut termasuk produsen jamur terbesar di dunia.

Seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur tiram sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah terus meningkat. Kebutuhan konsumsi jamur tiram meningkat sebanding dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan serta perubahan pola konsumsi makanan penduduk Indonesia bahkan dunia. Negara-negara konsumen jamur terbesar adalah Amerika Serikat (AS), Kanada, Jerman, Jepang, Hongkong, Belgia Inggris, Belanda dan Italia. Rata-rata konsumsi jamur per kapita penduduk Kanada dan negara-negara Eropa melebihi 1,5 kg/kapita/tahun.

Fernan Syaeful (2016) menyatakan bahwa jamur merupakan komoditas jenis sayuran dengan pertumbuhan konsumsi per kapita paling tinggi diantara jenis sayuran lainnya. Jamur dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat dan berbagai kebutuhan lainnya. Pertumbuhan konsumsi jamur per kapita sebesar 18 persen, diikuti sawi putih 11 persen, jagung muda kecil 7 persen, sawi hijau 7 persen dan bawang putih 5 persen. Tingginya konsumsi jamur dapat memperluas kesempatan kerja dan memberi peluang untuk berwirausaha, sehingga diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap perbaikan ekonomi. Menurut Pratiwi (2010), Proses budidaya jamur ini juga tidak terlalu rumit, segmentasi pasarnya luas dan harganya sangat terjangkau. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang usaha jamur tiram saat ini dan masa yang akan datang.

Dengan demikian, usaha tani jamur tiram yang dikembangkan dapat menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Hal ini sejalan dengan program pemerintah dalam upaya menciptakan dan menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru untuk menanggulangi masalah kemiskinan dan pengangguran termasuk dampak ekonomi akibat pandemic covid 19. Produksi jamur terbesar di Indonesia adalah di Jawa Barat. Pada tahun 2016 produksi jamur di Jawa Barat sebanyak 23.188.908 kg, dengan luas panen sebesar 2.884018 m² (BPS, 2017). Sedangkan perkembangan produksi jamur di kabupaten Sumedang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Luas lahan dan Produksi Jamur Tiram Dikabupaten Sumedang

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg)
1	2016	3.016	1.866.600
2	2017	15.230	6.481.300
3	2018	14.713	9.750.600
4	2019	17.336	10.561.900

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang, 2020

Berdasarkan Tabel 1. luas lahan yang digunakan untuk usaha jamur mengalami peningkatan, pada tahun 2016 seluas 3.016 ha menjadi 17.336 ha pada Tahun 2019 atau terjadi peningkatan sebesar 474,81 persen. Sejalan dengan adanya penambahan luas lahan, maka produksinyapun meningkat secara signifikan, pada tahun 2016 sebanyak 1.866.600 kg menjadi 10.561.900 kg pada Tahun 2019 atau terjadi peningkatan sebesar 465,84 persen. Hal ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat untuk usaha jamur khususnya jamur tiram cukup tinggi. Sesuai hasil penelitian Machfudi dkk, (2021), menyimpulkan

bahwa budidaya jamur tiram, di samping dapat dikonsumsi, sebagai obat berbagai macam penyakit juga dapat mendatangkan keuntungan yang sangat menggiurkan, baik dilakukan dalam skala kecil maupun skala besar dan ini menjadikan salah satu peluang usaha yang cukup baik bagi pelaku usaha.

Terjadinya wabah Covid 19 telah berdampak juga terhadap penurunan permintaan akan jamur tiram segar, sejalan diberlakukannya kebijakan PSBB dan PPKM dalam rangka pencegahan penularan Covid-19. Disisi lain sifat produksi dari jamur tiram segar yaitu cepat busuk, cepat rusak dan tidak bisa tahan lama disimpan. Para petani Jamur Kabupaten Sumedang selama ini, produksinya di jual dalam bentuk jamur segar untuk konsumsi sebagai sayuran. Adanya pandemi covid- 19 permintaan pasar menurun, dan sering keterlambatan dalam pengiriman, maka kualitas jamur cepat menurun (rusak dan busuk) sehingga harga jualnya menjadi rendah bahkan sampai tidak bisa dijual. Disamping itu para petani jamur tiram di Kabupaten Sumedang belum melakukan pengaturan kapasitas produksi, masih dilakukan masing-masing petani serta teknis pemasarannya masih dilakukan secara langsung (offline). Akibatnya jika produksi berlimpah produk tidak terjual, padahal di pasar yang lain masih membutuhkan. Dilain pihak jika produksi berkurang permintaan pasar tidak terpenuhi, padahal petani lain kelebihan produksi, akhirnya petani rugi karena produknya busuk/rusak dan tidak bisa dijual. Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk mengatur produksi, dan pemasaran serta membangkitkan kembali para petani jamur di Kabupaten Sumedang keberadaan sistem informasi manajemen produksi dan sistem pemasaran jamur tiram yang efektif dan akurat yang bisa diakses kapan saja sangat diperlukan.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi usaha jamur pada masa pandemi Covid 19 dan masa adaptasi kebiasaan baru.
2. Bagaimana Dampak Pandemi Covid 19 terhadap kondisi usaha jamur di Kabupaten Sumedang
3. Bagaimana membangun dan Implementasi sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram berbasis digital.
4. Bagaimana tingkat respon pemanfaatan dan kesesuaian implementasi sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran berbasis digital oleh para pengusaha Jamur di Kabupaten Sumedang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan individual dan pendekatan kolektif/kelompok. Pendekatan individu dilakukan secara pribadi/person untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan keterampilan yang di sampaikan dan meningkatkan komitmen dan motivasi di dalam bekerja. Pendekatan kelompok dilakukan untuk meningkatkan kekompak dalam bekerja secara kolektif dan saling keterkaitan antara satu pekerjaan dengan pekerjaan lainnya, disamping itu karena didalam kelompok terjadi proses interaksi yang menumbuhkan dan memperkuat kesadaran dan solidaritas serta dengan pendekatan kelompok akan mempercepat perubahan pola pikir seseorang.

Pelaksanaan kegiatan pembelajaran untuk literasi platform digital menggunakan pendekatan orang dewasa “*andragogy*” dan “*participatory*”. Metode pembelajaran orang dewasa “*andragogy*” dengan prinsip-prinsip “*participatory*”, yang didasari oleh pemikiran bahwa latar belakang peserta sangat beragam baik pengalaman, pengetahuan, umur, maupun pendidikannya. Langkah-langkah kegiatan terapan inovasi yang dilakukan adalah wawancara dan observasi lapangan, desain platform digital sistem manajemen berbasis digital, pembuatan sistem informasi manajemen berbasis digital, literasi platform digital, uji coba (treatment) platform digital dilapangan, implementasi dan pendampingan. Setiap langkah terapan platform digital dilakukan kajian dan analisis. Jumlah Pengusaha Jamur yang menjadi objek terapan platform digital sebanyak 21 pengusaha Jamur di Kabupaten Sumedang dengan waktupelaksanaan dari bulan Maret sampai Juli 2021. Teknis analisis yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Usaha Jamur Tiram Pada Masa Pandemi Covid 19

Usaha jamur tiram merupakan suatu sistem agribisnis yang di dalamnya ada subsistem yang saling terkait, saling melengkapi dan saling mendukung, jika salah satu sub sistem terganggu maka subsistem yang lain akan jadi masalah. Subsistem agribisnis jamur tiram meliputi subsistem sarana produksi, usaha budidaya, pengolahan hasil dan subsistem pemasaran. Masyarakat yang melakukan usaha jamur tiram mempertimbangkan subsistem mana yang bisa dijalankan dan menguntungkan. Jenis usaha yang dijalankan para pengusaha jamur tiram di Kabupaten Sumedang di sajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jenis Usaha yang dilakukan Pengusaha Jamur Tiram

Berdasarkan Gambar 1, ada lima jenis usaha yang dijalankan oleh pengusaha jamur tiram yaitu usaha bibit, usaha baglog, usaha budidaya, pengolahan dan usaha pemasaran. Namun demikian ada beberapa pengusaha yang menjalankan usahanya lebih dari 1 jenis usaha. Sebagian besar pengusaha jamur, jenis usahanya pada usaha budidaya yaitu sebanyak 38,10 persen. Jenis usaha baglog dan budidaya sebanyak 23,81 persen, selain menyiapkan baglog untuk kebutuhan sendiri juga sebagian baglognya di jual. Sedangkan yang menjalankan usaha bibit, baglog, budidaya dan pengolahan sebanyak 9,52 persen dan yang menjalankan usaha bibit, budidaya dan pengolahan sebanyak 9,52 persen, yang menjalankan usaha bibit dan pemasaran masing-masing 4,79 persen. Jenis jamur tiram yang diusahakan adalah jenis jamur tiram putih dan jamur tiram coklat. Omset atau nilai penjualan usaha jamur tiram rata-rata per bulan pada masa pandemi Covid 19 disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Omset Usaha Jamur Tiram Per Bulan

Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai penjualan (omset) selama pandemi Covid 19 sebagian besar berkisar antara Rp 5.000.000 – 9.900.000 per bulan yaitu sebanyak 38,10 persen. Omset yang kurang dari Rp 5.000.000 per bulan sebanyak 23,81 persen.

Sedangkan yang omsetnya lebih dari 25.000.000 per bulan sebanyak 4,76 persen. Omset yang paling rendah Rp 2.880.000 per bulan dan omset yang paling tinggi Rp 37.200.000 per bulan. Nilai omset rata-rata Rp 10.839.524 per bulan. Penyerapan tenaga kerja usaha Jamur tiram di Kabupaten Sumedang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyerapan tenaga kerja usaha Jamur tiram

Berdasarkan Gambar 6, usaha jamur tiram dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat. Sebagian besar penyerapan tenaga kerja antara 1–2 orang yaitu sebanyak 52,38 persen, penyerapan tenaga kerja 3 – 4 orang sebanyak 28,57 persen dan penyerapan tenaga kerja antara 5 – 6 orang sebanyak 9,52 persen dan penyerapan tenaga kerja antara 6 – 8 orang dan antara 9 – 10 orang masing- masing sebanyak 4,76 persen. Penyerapan tenaga kerja yang paling sedikit 1 orang dan yang paling banyak yaitu 9 orang, dengan rata-rata penyerapan tenaga kerja 3 orang. Jika dilihat dari penyerapan tenaga kerja maka perusahaan jamur di kabupaten Sumedang tergolong pada skala usaha mikro dan skala usaha kecil

Dampak Covid-19 Terhadap Kondisi Usaha Jamur Tiram

Adanya wabah pandemic covid-19 sejak awal maret 2020, telah banyak merubah tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Berawal berdampak pada kesehatan, kemudian terhadap kehidupan sosial dengan protokol kesehatannya yaitu jaga jarak, *social distancing*, pakai masker dan diam di rumah berakibat juga pada kondisi ekonomi masyarakat terutama berdampak pada kondisi aktivitas usaha mikro dan kecil. Dampak wabah Covid-19 terhadap aktifitas usaha jamur tiram di Kabupaten Sumedang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Dampaknya Covid-19 Terhadap Operasional Usaha Jamur Tiram

No	Kondisi Aktivitas UMK	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tetap beroperasi seperti biasa	4	19,05
2	Tetap beroperasi, kapasitas produksi diturunkan	12	57,14
3	Tetap beroperasi, merumahkan sebagian TK	1	4,76
4	Tetap beroperasi, merubah cara Pemasaran	4	19,05
	Total	21	100,00

Berdasarkan Tabel 2, seluruh usaha jamur tiram masih tetap beroperasi tidak ada yang memberhentikan usahanya, namun dengan beragam upaya agar usaha tetap beroperasi. Sebagian besar pengusaha jamur tetap mengoperasikan usahanya namun dengan menurunkan kapasitas produksinya yaitu sebanyak 57,14 persen, sedangkan yang tetap beroperasi seperti biasa dan tetap beroperasi dengan merubah cara pemasaran masing-masing sebesar 19,05 persen. Tetap beroperasi tapi sebagian tenaga kerja di rumahkan sebanyak 4,76 persen.

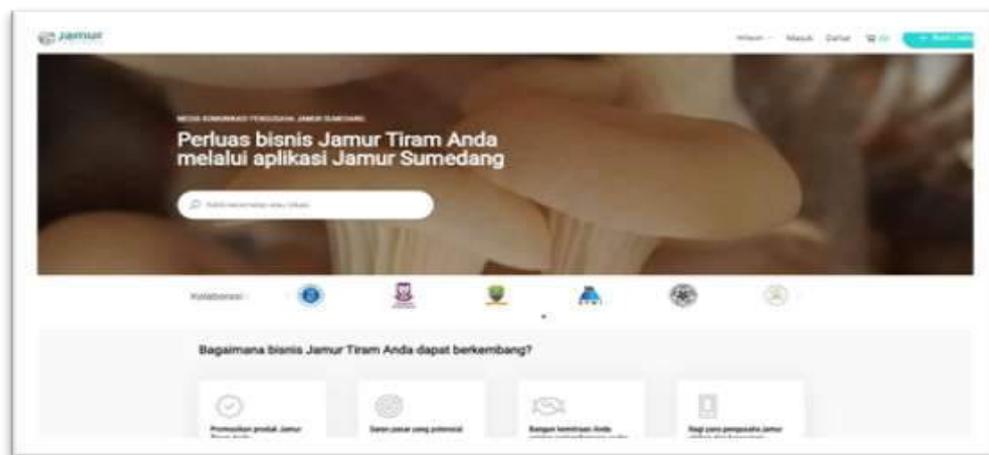
Implementasi Platform Digital Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Manajemen Pemasaran Jamur Tiram

Sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran yang dibangun dan digunakan pengusaha jamur tiram di daerah Kabupaten Sumedang dengan mempertimbangkan karakteristik usaha jamur yang dikomoditisasi dan pola kegiatan ekonomi di kawasan Sumedang. Guna mempermudah analisis, karakteristik ini dibagi pada dua kategori yaitu karakteristik objek yang menjadi komoditas, dan karakteristik usaha. Usaha jamur memiliki beberapa objek yang menjadi komoditas utama selain budidaya jamur tiram segar, yaitu baglog, bibit, dan olahan jamur tiram. Masing-masing produk ini memiliki karakteristik yang berbeda yang telah diakomodir dalam sistem yang dibangun.

Karakteristik komoditas yang diproduksi membentuk pola-pola yang khusus dari kegiatan ekonomi pengusaha jamur di Sumedang. Pola kegiatan ekonomi ini, kemudian menimbulkan permasalahan yang dihadapi pengusaha jamur. Beberapa pola kegiatan ekonomi yang ditangkap dan kemudian menjadi dasar bagi perumusan masalah yang dipecahkan oleh sistem ini. Berangkat dari kareketristik petani jamur, karakteristik usaha dan karakteriktis komoditas jamur tiram, serta kondisi pasar dalam membangun relasi

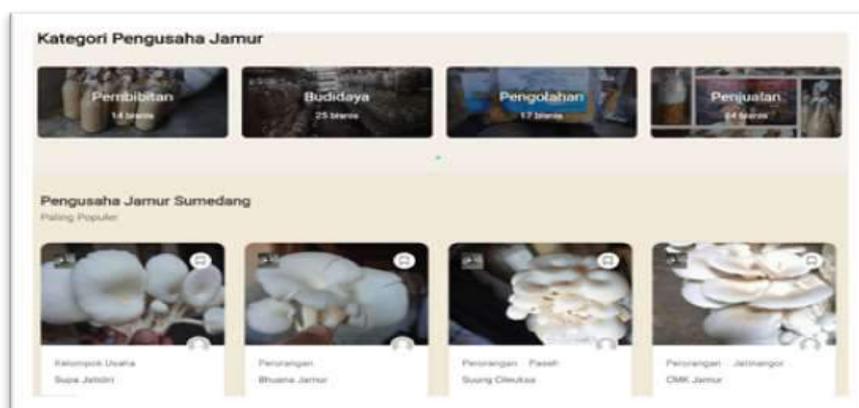
dengan setiap petani jamur, maka platform digital yang dibangun dapat berfungsi jika beberapa asumsi dipenuhi dalam mengoperasikan platform. Selain itu, kondisi tertentu akan membuat fungsi dari platform digital yang dibangun menjadi optimal.

Platform digital sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran ini dibangun dengan basis kerangka kerja Wordpress, dengan ekstensi *WooCommerce* untuk mengakomodasi tampilan yang memudahkan pengguna membandingkan antarproduk atau antarpengusaha. Web yang dibangun untuk platform sistem manajemen produksi dan pemasaran Jamur tiram sumedang yaitu <https://jamursumedang.com>. Tampilan halaman muka Platform digital disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Halaman Muka Platform Digital

Pada tampilan halaman muka ini berisi tentang fasilitas menu wilayah, menu masuk, dan menu daftar dan menu buat listing, Jika menu tersebut di Klik maka akan muncul data detailnya. Tampilan berikutnya adalah kategori pengusaha jamur dan daftar pengusaha jamur pada Platform digital jamur sumedang disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Kategori dan Daftar Pengusaha Jamur Sumedang

Pada kategori pengusaha jamur di bagi menjadi usaha pembibitan, usaha budidaya, pengolahan dan penjualan. Jika di klik pada salah satu kategori misalnya pada pembibitan, maka akan muncul para pengusaha jamur yang bergerak pada usaha pembibitan yang ada di Kabupaten Sumedang. Sedangkan Pengusaha Jamur Sumedang berisikan daftar profil pengusaha jamur Sumedang per perusahaan. Misalnya di Klik kelompok Usaha Supa Jatidiri, maka akan keluar profil perusahaan yang menyangkut produksi dan pemasarannya akan muncul secara detail.

Seperti pada situs *listing* produk pada umumnya, tampilan web ini terbagi menjadi dua, tampilan untuk pengguna umum dan tampilan bagi pemilik usaha atau bisnis. Tampilan bagi pemilik usaha menekankan pada kemudahan untuk menambahkan produk dan proses *update* pada poin yang wajib diperbaharui setiap hari. Sementara tampilan pada pengguna umum mengasumsikan bahwa pengguna tersebut adalah konsumen dan pelanggan bagi para pengusaha yang terdaftar. Tampilan akan menekankan pada perbandingan pengusaha atau produk jamur yang ditunjukkan secara spesifik. Tampilan dari sisi pengusaha untuk memudahkan proses *update* bagi pemilik usaha disajikan pada Gambar 6.

Gambar 6. Tampilan dari Sisi Pengusaha untuk Memudahkan Proses *Update*

Tampilan bagi pengusaha yang memiliki laman bisnis pada platform menekankan fokus untuk mengupdate, seperti lokasi, email, nomor telepon, situs pribadi, atau media sosial yang berkaitan dengan usaha tersebut. Selain itu, beberapa poin yang perlu di-update setiap hari juga diilustrasikan pada gambar, yaitu produksi jamur dan rencana panen. Untuk mengisi poin spesifik, pemilik laman bisa memilih poin mana yang akan diisi di sebelah kiri, dan kemudian dapat langsung ditujukan pada poin tersebut.

Pengusaha jamur akan mendaftar melalui tampilan pendaftaran platform. Formulir pendaftaran akan menampilkan isian mengenai apa yang diproduksi oleh pengusaha

jamur. Satu pengusaha jamur dimungkinkan untuk memiliki empat macam jenis produk, yaitu jamur segar, bibit jamur, baglog, dan olahan jamur. Selain itu, pengusaha jamur juga diwajibkan untuk mengisi kapasitas produksi mereka per bulan, teknologi dan kapasitas teknologi yang mereka gunakan, serta cakupan pemasaran yang biasanya mereka lakukan. Melalui beberapa hal ini maka kapasitas produksi pengusaha jamur akan ditentukan terkait produk tertentu yang menjadi unggulan mereka.

Pada fitur *update* dari platform digital ini memungkinkan pencatatan dari isian harian beberapa poin di formulir, yaitu jumlah jamur yang dipanen, rencana panen 2 hari berikutnya, penjualan, dan rencana penjualan hari berikutnya. Isian ini akan dicatat oleh sistem untuk kemudian direkap oleh modul lain dari platform yang akan ditampilkan pada platform sisi administrator. *Update* ini wajib diisi secara harian untuk menjamin performa sistem yang optimal dalam menghubungkan para pengusaha dengan permintaan harian yang belum terpenuhi.

Fitur edit dari tampilan pengusaha memungkinkan setiap pengusaha yang menggunakan platform dapat mengubah data pribadi mereka dan perusahaannya. Hal ini memungkinkan gambaran kapasitas produksi yang lebih rinci dan aktual bagi para pengguna yang merupakan konsumen grosir atau pedagang produk jamur. Hal ini dilakukan dengan cara mengubah isian dalam formulir yang sama seperti saat mendaftar dan menyimpan perubahan dari formulir tersebut.

Pengusaha jamur yang mendaftar dimungkinkan untuk menerima pesan dari administrator atau pengguna lain. Setiap pesan yang masuk akan memicu kolom pemberitahuan dari platform pada tampilan pengusaha. Pesan dari administrator dapat berupa saran untuk memasarkan produk jamur dari pengusaha pada pengguna tertentu. Saran ini akan disampaikan pada pengusaha melalui fitur pesan langsung. Selain itu, pesan langsung juga dapat dikirim dan diterima dari pengguna lain yang merupakan konsumen jamur. Melalui fitur pesan langsung ini konfirmasi pesanan dapat dilakukan oleh pengusaha jamur.

Jika telah ada konfirmasi atas pesanan yang disarankan oleh administrator atau permintaan langsung dari pengguna lain, pengusaha dapat menegosiasikan harga yang disepakati kemudian di luar platform ini, termasuk bagaimana detail pengantaran, pengemasan, hingga penyelesaian pembayaran yang akan dipenuhi oleh kedua belah pihak. Tahap ini membuka kesempatan bagi asosiasi atau pihak administrator untuk menjadi penengah yang sistemnya akan ditentukan kemudian. Setelah pesanan telah

dipenuhi dan pembayaran telah diselesaikan, pengusaha jamur diwajibkan untuk meng-*update* isian penjualan harian mereka, sehingga data yang terdapat di hari itu tetap aktual.

Respon Pengusaha Jamur Terhadap Sistem informasi Terhadap Pengusaha Jamur

Pengujian platform digital digunakan untuk menguji apakah sistem informasi yang dibangun dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi para pengusaha jamur. Pengujian dilakukan dengan melakukan wawancara (*Depth Interview*) dengan para pengusaha jamur sebanyak 21 Orang yang telah terdaftar dan telah menggunakan sistem informasi tersebut. Pemahaman terhadap pemakaian atau pemanfaatan sistem informasi manajemen disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Grafik Tingkat pemahaman Pengusaha Jamur

Berdasarkan gambar 7, para pengusaha jamur setelah Platform sistem informasi manajemen ini disosialisaikan dan dilakukan literasi tentang pengoperasian dan pemanfaatan sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran, sebagian besar menyatakan paham dan sangat paham yaitu 57,14 persen dan 19,05 persen dan 14,29 menyatakan cukup paham. Namun masih ada 9,52 persen yang menyatakan kurang paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan sistem informasi. Kelengkapan materi yang disajikan pada sistem manajemen produksi dan pemasaran di sajikan pada Gambar 8



Gambar 8. Grafik Kelengkapan Materi Pada Aplikasi

Berdasarkan gambar 8, yang disajikan pada sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram, sebagian besar menyatakan lengkap dan sangat lengkap yaitu 52,38 persen dan 33,33 persen dan 9,52 menyatakan cukup lengkap. Namun masih ada 4,76 persen yang menyatakan yang disajikan pada sistem informasi kurang lengkap. Kesesuaian Sistem informasi dengan kebutuhan para pengusaha jamur tiram disajikan pada Gambar 9.



Gambar 9. Grafik Kesesuaian sistem informasi dengan Kebutuhan Pengusaha Jamur

Gambar 9. menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha jamur menyatakan sesuai sebanyak 47,62 persen dan sangat sesuai sebanyak 42,86 persen. Sedangkan yang menyatakan cukup sesuai dan kurang sesuai masing-masing 4,76 persen dengan kebutuhan dalam menjalankan usaha jamur tiram. Berdasarkan uji platform sistem informasi terhadap para pengusaha jamur, maka sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran dapat membantu para pengusaha jamur dalam mengatur produksi dan pemasaran jamur tiram di Kabupaten Sumedang.

KESIMPULAN

Nilai omset usaha jamur tiram selama pandemi Covid 19 rata-rata Rp 10.839.524 per bulan. penyerapan tenaga kerja rata-rata 3 orang tenaga kerja. Dampak pandemi Covid 19 terhadap aktivitas usaha jamur tiram menunjukkan bahwa seluruh usaha jamur tiram masih tetap beroperasi. Sebagian besar pengusaha jamur tetap mengoperasikan usahanya namun dengan menurunkan kapasitas produksi, tetap beroperasi seperti biasa dan sebagian tetap beroperasi namun dengan merubah cara pemasaran. Pembangunan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram

mengakomodasi pola kegiatan ekonomi dari pengusaha jamur dan menggambarkan keberadaan pengusaha jamur tersebar di Kabupaten Sumedang, serta dapat membangun koordinasi dan tukar informasi diantara pengusaha jamur dan pihak-pihak terkait. Implementasi platform digital telah memenuhi kebutuhan para pengguna. Respon dari pengusaha jamur tiram bahwa sebagian besar sudah paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan platform, informasi yang disajikan sudah lengkap dan sesuai dengan kebutuhan para pengusaha jamur untuk mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha jamur tiram. Beberapa hal yang direkomendasikan yaitu Usaha jamur tiram perlu dipertimbangkan untuk menjadi komoditi unggulan dalam membuka usaha secara mandiri bagi masyarakat dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemic covid 19, Platform digital yang telah dibangun, dapat digunakan dan di manfaatkan secara optimal oleh para pengusaha jamur untuk meningkatkan produksi dan pendapatan dari usahanya. Bagi pemerintah, diharapkan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram dapat didigunakan sebagai bahan mengambil kebijakan dalam pengembangan usaha jamur dan dapat dijadikan model Platform yang dapat di terapkan di kabupaten/kota yang lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Dekan Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK) Institut Teknologi Bandung dan Ketua Kelompok Keahlian Sistem dan Pemodelan Ekonomi SAPPK ITB yang telah mendukung dan memberikan kesempatan untuk melaksanakan terapan inovasi kepada masyarakat. Terima kasih juga disampaikan kepada pengurus Paguyuban Jamur Tiram Sumedang dan rekan-rekan pada KK SPE SAPPK ITB, yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan dan penyusunan naskah ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan meridhoi segala usaha kita semua. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang. 2020. Sumedang Dalam Angka, Badan Pusat Statistik, Sumedang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2017. Jawa Barat Dalam Angka, Badan Pusat Statistik Jawa Barat, Bandung.
- Cahyana, YA, Muchrodji, dan M. Bakrum. 1999. Jamur Tiram, Jakarta: Penebar Swadaya.
- Davis, Gordon B. 2002. Kerangka Dasar Sistem Manajemen, PT.Gramedia. Jakarta.

Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Pemasaran Jamur Tiram Berbasis Digital di Kabupaten Sumedang Jawa Barat

Kartib Bayu, Yogi Makbul, Pringgo Dwiyantoro, Edi Kusniadi, Deni Nugraha, Andhika Riyadi, Ari Nurfadillah, Ari Munawar dan Gilang Fauzy M.
Kelompok Kelahian Sistem dan pemodelan Ekonomi Sekolah Arsitektur Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK) Institut Teknologi Bandung. Jalan Ganesa No. 10 Bandung Indonesia 40132.

Correspondence: Kartib Bayu (kartib@sappk.itb.ac.id)

Received: 02 07 21 – Revised: 22 07 21 - Accepted: 08 08 21 - Published: 18 09 21

Abstrak. Terjadinya pandemi Covid 19 berdampak terhadap penurunan permintaan jamur tiram segar, keterlambatan pengiriman, dan kualitas jamur cepat rusak, sehingga harga jual menjadi rendah bahkan sampai tidak bisa dijual. Para petani jamur tiram di Kabupaten Sumedang belum melakukan pengaturan produksi dan teknis pemasarannya dilakukan secara langsung. Dilain pihak jika produksi berkurang permintaan pasar tidak terpenuhi, padahal petani lain kelebihan produksi, akhirnya petani rugi karena produknya rusak dan tidak bisa dijual. Tujuan terapan inovasi adalah untuk mengetahui karakteristik dan kondisi usaha jamur pada masa pandemi Covid 19, dampak pandemi Covid 19 terhadap aktivitas usaha, dan membangun sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan wawancara dan observasi lapangan, pembuatan Platform digital, literasi Platform digital, implementasi pengoperasian platform digital. Unit analisisnya adalah pengusaha jamur sebanyak 21 orang. Teknis analisis adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil terapan inovasi menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha jamur tiram cukup memadai untuk mengelola usaha jamur secara profesional. Nilai omset usaha jamur tiram rata-rata Rp 10.839.524 per bulan dan penyerapan tenaga kerja rata-rata 3 orang per perusahaan. Selama pandemi Covid 19 aktivitas usaha jamur tiram masih tetap beroperasi walaupun terjadi penurunan kapasitas produksi. Pembangunan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram telah mengakomodasi keragaman variasi objek yang menjadi komoditas dan pola kegiatan ekonomi dari pengusaha jamur. Implementasi platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran, telah dapat memenuhi kebutuhan para pengguna, sebagian besar sudah paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan platform serta informasi yang disajikan sudah lengkap sesuai dengan kebutuhan para pengusaha jamur.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, Manajemen Pemasaran, Jamur Tiram, Platform digital

Citation Format: Bayu, K.,dkk. (2020). Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Pemasaran Jamur Tiram Berbasis Digital di Kabupaten Sumedang Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung (SENAM)*, 2020, 226-240.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jamur yang dibudidayakan dan telah populer di masyarakat Indonesia sebagai makanan dan sayuran serta banyak diperdagangkan di pasar adalah jamur merang (*Volvariella volvacea*), Jamur champignon (*Agaricus bitorquis*) jamur kayu seperti jamur kuping (*Auricularia, Sp.*) jamur shiitake/payung (*Lentinus edodes*) dan jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*). Jamur tiram merupakan jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur kayu lainnya. Jamur tiram mengandung protein, lemak, fosfor, besi, thiamin dan riboflavin lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur lain. Jamur tiram mengandung 18 macam asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan tidak mengandung kolesterol. Jamur tiram memiliki sifat menetralkan racun dan zat-zat radioaktif dalam tubuh.

Khasiat jamur tiram untuk kesehatan adalah menghentikan pendarahan dan mempercepat pengeringan luka pada permukaan tubuh, mencegah penyakit diabetes mellitus, penyempitan pembuluh darah, memurunkan kolesterol darah, menambah vitalitas dan daya tahan tubuh serta mencegah penyakit tumor atau kanker, kelenjar gondok, influenza, sekaligus memperlancar buang air besar (Djarajah dan Abbas, 2001).

Ditinjau dari aspek biologinya, jamur tiram relatif lebih mudah dibudidayakan. Pengembangan jamur tiram tidak memerlukan lahan yang luas. Masa produksi jamur tiram relatif lebih cepat sehingga periode dan waktu panen lebih singkat dan dapat kontinu. Budidaya jamur tiram dapat dikelola sebagai usaha sampingan ataupun usaha ekonomis skala kecil, menengah dan besar (Industri). Negara-negara yang telah mengembangkan budidaya jamur tiram sebagai agrobisnis andalan dan unggulan adalah Cina, Belanda, Spanyol, Prancis, Belgia dan Thailand. Negara-negara tersebut termasuk produsen jamur terbesar di dunia.

Seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur tiram sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah terus meningkat. Kebutuhan konsumsi jamur tiram meningkat sebanding dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan serta perubahan pola konsumsi makanan penduduk Indonesia bahkan dunia. Negara-negara konsumen jamur terbesar adalah Amerika Serikat (AS), Kanada, Jerman, Jepang, Hongkong, Belgia Inggris, Belanda dan Italia. Rata-rata konsumsi jamur per kapita penduduk Kanada dan negara-negara Eropa melebihi 1,5 kg/kapita/tahun.

Fernan Syaeful (2016) menyatakan bahwa jamur merupakan komoditas jenis sayuran dengan pertumbuhan konsumsi per kapita paling tinggi diantara jenis sayuran lainnya. Jamur dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat dan berbagai kebutuhan lainnya. Pertumbuhan konsumsi jamur per kapita sebesar 18 persen, diikuti sawi putih 11 persen, jagung muda kecil 7 persen, sawi hijau 7 persen dan bawang putih 5 persen. Tingginya konsumsi jamur dapat memperluas kesempatan kerja dan memberi peluang untuk berwirausaha, sehingga diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap perbaikan ekonomi. Menurut Pratiwi (2010), Proses budidaya jamur ini juga tidak terlalu rumit, segmentasi pasarnya luas dan harganya sangat terjangkau. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang usaha jamur tiram saat ini dan masa yang akan datang.

Dengan demikian, usaha tani jamur tiram yang dikembangkan dapat menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja. Hal ini sejalan dengan program pemerintah dalam upaya menciptakan dan menumbuhkan wirausaha-wirausaha baru untuk menanggulangi masalah kemiskinan dan pengangguran termasuk dampak ekonomi akibat pandemic covid 19. Produksi jamur terbesar di Indonesia adalah di Jawa Barat. Pada tahun 2016 produksi jamur di Jawa Barat sebanyak 23.188.908 kg, dengan luas panen sebesar 2.884018 m² (BPS, 2017). Sedangkan perkembangan produksi jamur di kabupaten Sumedang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Luas lahan dan Produksi Jamur Tiram Dikabupaten Sumedang

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg)
1	2016	3.016	1.866.600
2	2017	15.230	6.481.300
3	2018	14.713	9.750.600
4	2019	17.336	10.561.900

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang, 2020

Berdasarkan Tabel 1. luas lahan yang digunakan untuk usaha jamur mengalami peningkatan, pada tahun 2016 seluas 3.016 ha menjadi 17.336 ha pada Tahun 2019 atau terjadi peningkatan sebesar 474,81 persen. Sejalan dengan adanya penambahan luas lahan, maka produksinyapun meningkat secara signifikan, pada tahun 2016 sebanyak 1.866.600 kg menjadi 10.561.900 kg pada Tahun 2019 atau terjadi peningkatan sebesar 465,84 persen. Hal ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat untuk usaha jamur khususnya jamur tiram cukup tinggi. Sesuai hasil penelitian Machfudi dkk, (2021), menyimpulkan

bahwa budidaya jamur tiram, di samping dapat dikonsumsi, sebagai obat berbagai macam penyakit juga dapat mendatangkan keuntungan yang sangat menggiurkan, baik dilakukan dalam skala kecil maupun skala besar dan ini menjadikan salah satu peluang usaha yang cukup baik bagi pelaku usaha.

Terjadinya wabah Covid 19 telah berdampak juga terhadap penurunan permintaan akan jamur tiram segar, sejalan diberlakukannya kebijakan PSBB dan PPKM dalam rangka pencegahan penularan Covid-19. Disisi lain sifat produksi dari jamur tiram segar yaitu cepat busuk, cepat rusak dan tidak bisa tahan lama disimpan. Para petani Jamur Kabupaten Sumedang selama ini, produksinya di jual dalam bentuk jamur segar untuk konsumsi sebagai sayuran. Adanya pandemi covid- 19 permintaan pasar menurun, dan sering keterlambatan dalam pengiriman, maka kualitas jamur cepat menurun (rusak dan busuk) sehingga harga jualnya menjadi rendah bahkan sampai tidak bisa dijual. Disamping itu para petani jamur tiram di Kabupaten Sumedang belum melakukan pengaturan kapasitas produksi, masih dilakukan masing-masing petani serta teknis pemasarannya masih dilakukan secara langsung (offline). Akibatnya jika produksi berlimpah produk tidak terjual, padahal di pasar yang lain masih membutuhkan. Dilain pihak jika produksi berkurang permintaan pasar tidak terpenuhi, padahal petani lain kelebihan produksi, akhirnya petani rugi karena produknya busuk/rusak dan tidak bisa dijual. Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk mengatur produksi, dan pemasaran serta membangkitkan kembali para petani jamur di Kabupaten Sumedang keberadaan sistem informasi manajemen produksi dan sistem pemasaran jamur tiram yang efektif dan akurat yang bisa diakses kapan saja sangat diperlukan.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi usaha jamur pada masa pandemi Covid 19 dan masa adaptasi kebiasaan baru.
2. Bagaimana Dampak Pandemi Covid 19 terhadap kondisi usaha jamur di Kabupaten Sumedang
3. Bagaimana membangun dan Implementasi sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram berbasis digital.
4. Bagaimana tingkat respon pemanfaatan dan kesesuaian implementasi sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran berbasis digital oleh para pengusaha Jamur di Kabupaten Sumedang.

METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan individual dan pendekatan kolektif/kelompok. Pendekatan individu dilakukan secara pribadi/person untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan keterampilan yang di sampaikan dan meningkatkan komitmen dan motivasi di dalam bekerja. Pendekatan kelompok dilakukan untuk meningkatkan kekompak dalam bekerja secara kolektif dan saling keterkaitan antara satu pekerjaan dengan pekerjaan lainnya, disamping itu karena didalam kelompok terjadi proses interaksi yang menumbuhkan dan memperkuat kesadaran dan solidaritas serta dengan pendekatan kelompok akan mempercepat perubahan pola pikir seseorang.

Pelaksanaan kegiatan pembelajaran untuk literasi platform digital menggunakan pendekatan orang dewasa “*andragogy*” dan “*participatory*”. Metode pembelajaran orang dewasa “*andragogy*” dengan prinsip-prinsip “*participatory*”, yang didasari oleh pemikiran bahwa latar belakang peserta sangat beragam baik pengalaman, pengetahuan, umur, maupun pendidikannya. Langkah-langkah kegiatan terapan inovasi yang dilakukan adalah wawancara dan observasi lapangan, desain platform digital sistem manajemen berbasis digital, pembuatan sistem informasi manajemen berbasis digital, literasi platform digital, uji coba (treatment) platform digital dilapangan, implementasi dan pendampingan. Setiap langkah terapan platform digital dilakukan kajian dan analisis. Jumlah Pengusaha Jamur yang menjadi objek terapan platform digital sebanyak 21 pengusaha Jamur di Kabupaten Sumedang dengan waktupelaksanaan dari bulan Maret sampai Juli 2021. Teknis analisis yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Usaha Jamur Tiram Pada Masa Pandemi Covid 19

Usaha jamur tiram merupakan suatu sistem agribisnis yang di dalamnya ada subsistem yang saling terkait, saling melengkapi dan saling mendukung, jika salah satu sub sistem terganggu maka subsistem yang lain akan jadi masalah. Subsistem agribisnis jamur tiram meliputi subsistem sarana produksi, usaha budidaya, pengolahan hasil dan subsistem pemasaran. Masyarakat yang melakukan usaha jamur tiram mempertimbangkan subsistem mana yang bisa dijalankan dan menguntungkan. Jenis usaha yang dijalankan para pengusaha jamur tiram di Kabupaten Sumedang di sajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jenis Usaha yang dilakukan Pengusaha Jamur Tiram

Berdasarkan Gambar 1, ada lima jenis usaha yang dijalankan oleh pengusaha jamur tiram yaitu usaha bibit, usaha baglog, usaha budidaya, pengolahan dan usaha pemasaran. Namun demikian ada beberapa pengusaha yang menjalankan usahanya lebih dari 1 jenis usaha. Sebagian besar pengusaha jamur, jenis usahanya pada usaha budidaya yaitu sebanyak 38,10 persen. Jenis usaha baglog dan budidaya sebanyak 23,81 persen, selain menyiapkan baglog untuk kebutuhan sendiri juga sebagian baglognya di jual. Sedangkan yang menjalankan usaha bibit, baglog, budidaya dan pengolahan sebanyak 9,52 persen dan yang menjalankan usaha bibit, budidaya dan pengolahan sebanyak 9,52 persen, yang menjalankan usaha bibit dan pemasaran masing-masing 4,79 persen. Jenis jamur tiram yang diusahakan adalah jenis jamur tiram putih dan jamur tiram coklat. Omset atau nilai penjualan usaha jamur tiram rata-rata per bulan pada masa pandemi Covid 19 disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Omset Usaha Jamur Tiram Per Bulan

Gambar 2 menunjukkan bahwa nilai penjualan (omset) selama pandemi Covid 19 sebagian besar berkisar antara Rp 5.000.000 – 9.900.000 per bulan yaitu sebanyak 38,10 persen. Omset yang kurang dari Rp 5.000.000 per bulan sebanyak 23,81 persen.

Sedangkan yang omsetnya lebih dari 25.000.000 per bulan sebanyak 4,76 persen. Omset yang paling rendah Rp 2.880.000 per bulan dan omset yang paling tinggi Rp 37.200.000 per bulan. Nilai omset rata-rata Rp 10.839.524 per bulan. Penyerapan tenaga kerja usaha Jamur tiram di Kabupaten Sumedang disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyerapan tenaga kerja usaha Jamur tiram

Berdasarkan Gambar 6, usaha jamur tiram dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat. Sebagian besar penyerapan tenaga kerja antara 1–2 orang yaitu sebanyak 52,38 persen, penyerapan tenaga kerja 3 – 4 orang sebanyak 28,57 persen dan penyerapan tenaga kerja antara 5 – 6 orang sebanyak 9,52 persen dan penyerapan tenaga kerja antara 6 – 8 orang dan antara 9 – 10 orang masing- masing sebanyak 4,76 persen. Penyerapan tenaga kerja yang paling sedikit 1 orang dan yang paling banyak yaitu 9 orang, dengan rata-rata penyerapan tenaga kerja 3 orang. Jika dilihat dari penyerapan tenaga kerja maka perusahaan jamur di kabupaten Sumedang tergolong pada skala usaha mikro dan skala usaha kecil

Dampak Covid-19 Terhadap Kondisi Usaha Jamur Tiram

Adanya wabah pandemic covid-19 sejak awal maret 2020, telah banyak merubah tatanan kehidupan masyarakat Indonesia. Berawal berdampak pada kesehatan, kemudian terhadap kehidupan sosial dengan protokol kesehatannya yaitu jaga jarak, *social distancing*, pakai masker dan diam di rumah berakibat juga pada kondisi ekonomi masyarakat terutama berdampak pada kondisi aktivitas usaha mikro dan kecil. Dampak wabah Covid-19 terhadap aktifitas usaha jamur tiram di Kabupaten Sumedang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Dampaknya Covid-19 Terhadap Operasional Usaha Jamur Tiram

No	Kondisi Aktivitas UMK	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tetap beroperasi seperti biasa	4	19,05
2	Tetap beroperasi, kapasitas produksi diturunkan	12	57,14
3	Tetap beroperasi, merumahkan sebagian TK	1	4,76
4	Tetap beroperasi, merubah cara Pemasaran	4	19,05
	Total	21	100,00

Berdasarkan Tabel 2, seluruh usaha jamur tiram masih tetap beroperasi tidak ada yang memberhentikan usahanya, namun dengan beragam upaya agar usaha tetap beroperasi. Sebagian besar pengusaha jamur tetap mengoperasikan usahanya namun dengan menurunkan kapasitas produksinya yaitu sebanyak 57,14 persen, sedangkan yang tetap beroperasi seperti biasa dan tetap beroperasi dengan merubah cara pemasaran masing-masing sebesar 19,05 persen. Tetap beroperasi tapi sebagian tenaga kerja di rumahkan sebanyak 4,76 persen.

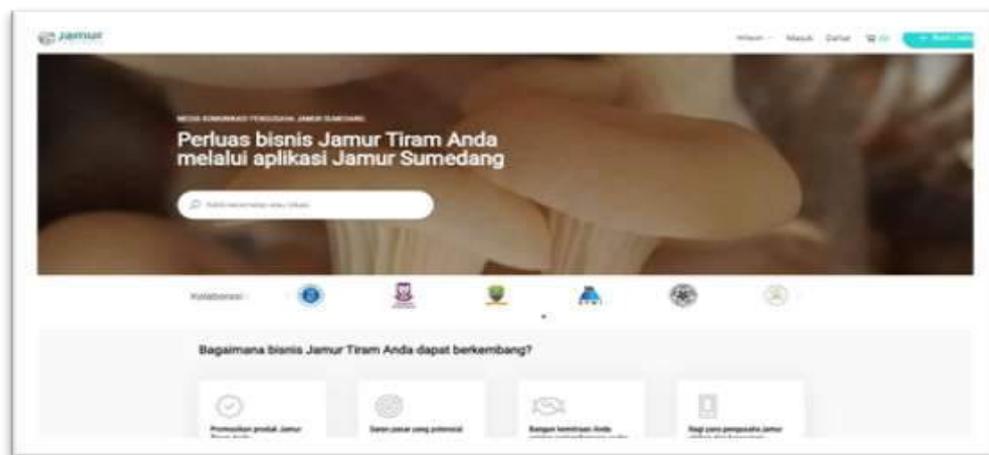
Implementasi Platform Digital Sistem Informasi Manajemen Produksi dan Manajemen Pemasaran Jamur Tiram

Sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran yang dibangun dan digunakan pengusaha jamur tiram di daerah Kabupaten Sumedang dengan mempertimbangkan karakteristik usaha jamur yang dikomoditisasi dan pola kegiatan ekonomi di kawasan Sumedang. Guna mempermudah analisis, karakteristik ini dibagi pada dua kategori yaitu karakteristik objek yang menjadi komoditas, dan karakteristik usaha. Usaha jamur memiliki beberapa objek yang menjadi komoditas utama selain budidaya jamur tiram segar, yaitu baglog, bibit, dan olahan jamur tiram. Masing-masing produk ini memiliki karakteristik yang berbeda yang telah diakomodir dalam sistem yang dibangun.

Karakteristik komoditas yang diproduksi membentuk pola-pola yang khusus dari kegiatan ekonomi pengusaha jamur di Sumedang. Pola kegiatan ekonomi ini, kemudian menimbulkan permasalahan yang dihadapi pengusaha jamur. Beberapa pola kegiatan ekonomi yang ditangkap dan kemudian menjadi dasar bagi perumusan masalah yang dipecahkan oleh sistem ini. Berangkat dari kareketristik petani jamur, karakteristik usaha dan karakteriktis komoditas jamur tiram, serta kondisi pasar dalam membangun relasi

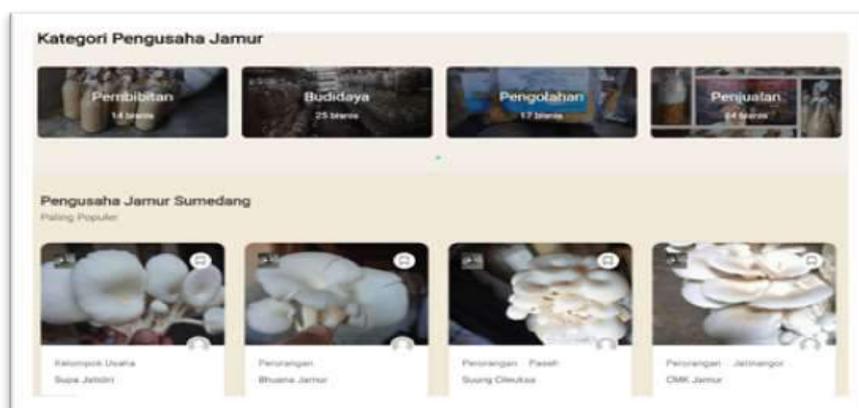
dengan setiap petani jamur, maka platform digital yang dibangun dapat berfungsi jika beberapa asumsi dipenuhi dalam mengoperasikan platform. Selain itu, kondisi tertentu akan membuat fungsi dari platform digital yang dibangun menjadi optimal.

Platform digital sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran ini dibangun dengan basis kerangka kerja Wordpress, dengan ekstensi *WooCommerce* untuk mengakomodasi tampilan yang memudahkan pengguna membandingkan antarproduk atau antarpengusaha. Web yang dibangun untuk platform sistem manajemen produksi dan pemasaran Jamur tiram sumedang yaitu <https://jamursumedang.com>. Tampilan halaman muka Platform digital disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Halaman Muka Platform Digital

Pada tampilan halaman muka ini berisi tentang fasilitas menu wilayah, menu masuk, dan menu daftar dan menu buat listing, Jika menu tersebut di Klik maka akan muncul data detailnya. Tampilan berikutnya adalah kategori pengusaha jamur dan daftar pengusaha jamur pada Platform digital jamur sumedang disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Kategori dan Daftar Pengusaha Jamur Sumedang

Pada kategori pengusaha jamur di bagi menjadi usaha pembibitan, usaha budidaya, pengolahan dan penjualan. Jika di klik pada salah satu kategori misalnya pada pembibitan, maka akan muncul para pengusaha jamur yang bergerak pada usaha pembibitan yang ada di Kabupaten Sumedang. Sedangkan Pengusaha Jamur Sumedang berisikan daftar profil pengusaha jamur Sumedang per perusahaan. Misalnya di Klik kelompok Usaha Supa Jatidiri, maka akan keluar profil perusahaan yang menyangkut produksi dan pemasarannya akan muncul secara detail.

Seperti pada situs *listing* produk pada umumnya, tampilan web ini terbagi menjadi dua, tampilan untuk pengguna umum dan tampilan bagi pemilik usaha atau bisnis. Tampilan bagi pemilik usaha menekankan pada kemudahan untuk menambahkan produk dan proses *update* pada poin yang wajib diperbaharui setiap hari. Sementara tampilan pada pengguna umum mengasumsikan bahwa pengguna tersebut adalah konsumen dan pelanggan bagi para pengusaha yang terdaftar. Tampilan akan menekankan pada perbandingan pengusaha atau produk jamur yang ditunjukkan secara spesifik. Tampilan dari sisi pengusaha untuk memudahkan proses *update* bagi pemilik usaha disajikan pada Gambar 6.

Gambar 6. Tampilan dari Sisi Pengusaha untuk Memudahkan Proses *Update*

Tampilan bagi pengusaha yang memiliki laman bisnis pada platform menekankan fokus untuk mengupdate, seperti lokasi, email, nomor telepon, situs pribadi, atau media sosial yang berkaitan dengan usaha tersebut. Selain itu, beberapa poin yang perlu di-update setiap hari juga diilustrasikan pada gambar, yaitu produksi jamur dan rencana panen. Untuk mengisi poin spesifik, pemilik laman bisa memilih poin mana yang akan diisi di sebelah kiri, dan kemudian dapat langsung ditujukan pada poin tersebut.

Pengusaha jamur akan mendaftar melalui tampilan pendaftaran platform. Formulir pendaftaran akan menampilkan isian mengenai apa yang diproduksi oleh pengusaha

jamur. Satu pengusaha jamur dimungkinkan untuk memiliki empat macam jenis produk, yaitu jamur segar, bibit jamur, baglog, dan olahan jamur. Selain itu, pengusaha jamur juga diwajibkan untuk mengisi kapasitas produksi mereka per bulan, teknologi dan kapasitas teknologi yang mereka gunakan, serta cakupan pemasaran yang biasanya mereka lakukan. Melalui beberapa hal ini maka kapasitas produksi pengusaha jamur akan ditentukan terkait produk tertentu yang menjadi unggulan mereka.

Pada fitur *update* dari platform digital ini memungkinkan pencatatan dari isian harian beberapa poin di formulir, yaitu jumlah jamur yang dipanen, rencana panen 2 hari berikutnya, penjualan, dan rencana penjualan hari berikutnya. Isian ini akan dicatat oleh sistem untuk kemudian direkap oleh modul lain dari platform yang akan ditampilkan pada platform sisi administrator. *Update* ini wajib diisi secara harian untuk menjamin performa sistem yang optimal dalam menghubungkan para pengusaha dengan permintaan harian yang belum terpenuhi.

Fitur edit dari tampilan pengusaha memungkinkan setiap pengusaha yang menggunakan platform dapat mengubah data pribadi mereka dan perusahaannya. Hal ini memungkinkan gambaran kapasitas produksi yang lebih rinci dan aktual bagi para pengguna yang merupakan konsumen grosir atau pedagang produk jamur. Hal ini dilakukan dengan cara mengubah isian dalam formulir yang sama seperti saat mendaftar dan menyimpan perubahan dari formulir tersebut.

Pengusaha jamur yang mendaftar dimungkinkan untuk menerima pesan dari administrator atau pengguna lain. Setiap pesan yang masuk akan memicu kolom pemberitahuan dari platform pada tampilan pengusaha. Pesan dari administrator dapat berupa saran untuk memasarkan produk jamur dari pengusaha pada pengguna tertentu. Saran ini akan disampaikan pada pengusaha melalui fitur pesan langsung. Selain itu, pesan langsung juga dapat dikirim dan diterima dari pengguna lain yang merupakan konsumen jamur. Melalui fitur pesan langsung ini konfirmasi pesanan dapat dilakukan oleh pengusaha jamur.

Jika telah ada konfirmasi atas pesanan yang disarankan oleh administrator atau permintaan langsung dari pengguna lain, pengusaha dapat menegosiasikan harga yang disepakati kemudian di luar platform ini, termasuk bagaimana detail pengantaran, pengemasan, hingga penyelesaian pembayaran yang akan dipenuhi oleh kedua belah pihak. Tahap ini membuka kesempatan bagi asosiasi atau pihak administrator untuk menjadi penengah yang sistemnya akan ditentukan kemudian. Setelah pesanan telah

dipenuhi dan pembayaran telah diselesaikan, pengusaha jamur diwajibkan untuk meng-*update* isian penjualan harian mereka, sehingga data yang terdapat di hari itu tetap aktual.

Respon Pengusaha Jamur Terhadap Sistem informasi Terhadap Pengusaha Jamur

Pengujian platform digital digunakan untuk menguji apakah sistem informasi yang dibangun dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi para pengusaha jamur. Pengujian dilakukan dengan melakukan wawancara (*Depth Interview*) dengan para pengusaha jamur sebanyak 21 Orang yang telah terdaftar dan telah menggunakan sistem informasi tersebut. Pemahaman terhadap pemakaian atau pemanfaatan sistem informasi manajemen disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Grafik Tingkat pemahaman Pengusaha Jamur

Berdasarkan gambar 7, para pengusaha jamur setelah Platform sistem informasi manajemen ini disosialisaikan dan dilakukan literasi tentang pengoperasian dan pemanfaatan sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran, sebagian besar menyatakan paham dan sangat paham yaitu 57,14 persen dan 19,05 persen dan 14,29 menyatakan cukup paham. Namun masih ada 9,52 persen yang menyatakan kurang paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan sistem informasi. Kelengkapan materi yang disajikan pada sistem manajemen produksi dan pemasaran di sajikan pada Gambar 8



Gambar 8. Grafik Kelengkapan Materi Pada Aplikasi

Berdasarkan gambar 8, yang disajikan pada sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram, sebagian besar menyatakan lengkap dan sangat lengkap yaitu 52,38 persen dan 33,33 persen dan 9,52 menyatakan cukup lengkap. Namun masih ada 4,76 persen yang menyatakan yang disajikan pada sistem informasi kurang lengkap. Kesesuaian Sistem informasi dengan kebutuhan para pengusaha jamur tiram disajikan pada Gambar 9.



Gambar 9. Grafik Kesesuaian sistem informasi dengan Kebutuhan Pengusaha Jamur

Gambar 9. menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha jamur menyatakan sesuai sebanyak 47,62 persen dan sangat sesuai sebanyak 42,86 persen. Sedangkan yang menyatakan cukup sesuai dan kurang sesuai masing-masing 4,76 persen dengan kebutuhan dalam menjalankan usaha jamur tiram. Berdasarkan uji platform sistem informasi terhadap para pengusaha jamur, maka sistem informasi manajemen produksi dan manajemen pemasaran dapat membantu para pengusaha jamur dalam mengatur produksi dan pemasaran jamur tiram di Kabupaten Sumedang.

KESIMPULAN

Nilai omset usaha jamur tiram selama pandemi Covid 19 rata-rata Rp 10.839.524 per bulan. penyerapan tenaga kerja rata-rata 3 orang tenaga kerja. Dampak pandemi Covid 19 terhadap aktivitas usaha jamur tiram menunjukkan bahwa seluruh usaha jamur tiram masih tetap beroperasi. Sebagian besar pengusaha jamur tetap mengoperasikan usahanya namun dengan menurunkan kapasitas produksi, tetap beroperasi seperti biasa dan sebagian tetap beroperasi namun dengan merubah cara pemasaran. Pembangunan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram

mengakomodasi pola kegiatan ekonomi dari pengusaha jamur dan menggambarkan keberadaan pengusaha jamur tersebar di Kabupaten Sumedang, serta dapat membangun koordinasi dan tukar informasi diantara pengusaha jamur dan pihak-pihak terkait. Implementasi platform digital telah memenuhi kebutuhan para pengguna. Respon dari pengusaha jamur tiram bahwa sebagian besar sudah paham dalam pengoperasian dan pemanfaatan platform, informasi yang disajikan sudah lengkap dan sesuai dengan kebutuhan para pengusaha jamur untuk mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha jamur tiram. Beberapa hal yang direkomendasikan yaitu Usaha jamur tiram perlu dipertimbangkan untuk menjadi komoditi unggulan dalam membuka usaha secara mandiri bagi masyarakat dalam upaya pemulihan ekonomi pasca pandemic covid 19, Platform digital yang telah dibangun, dapat digunakan dan di manfaatkan secara optimal oleh para pengusaha jamur untuk meningkatkan produksi dan pendapatan dari usahanya. Bagi pemerintah, diharapkan platform digital sistem informasi manajemen produksi dan pemasaran jamur tiram dapat didigunakan sebagai bahan mengambil kebijakan dalam pengembangan usaha jamur dan dapat dijadikan model Platform yang dapat di terapkan di kabupaten/kota yang lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Dekan Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK) Institut Teknologi Bandung dan Ketua Kelompok Keahlian Sistem dan Pemodelan Ekonomi SAPPK ITB yang telah mendukung dan memberikan kesempatan untuk melaksanakan terapan inovasi kepada masyarakat. Terima kasih juga disampaikan kepada pengurus Paguyuban Jamur Tiram Sumedang dan rekan-rekan pada KK SPE SAPPK ITB, yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan dan penyusunan naskah ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan meridhoi segala usaha kita semua. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumedang. 2020. Sumedang Dalam Angka, Badan Pusat Statistik, Sumedang.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. 2017. Jawa Barat Dalam Angka, Badan Pusat Statistik Jawa Barat, Bandung.
- Cahyana, YA, Muchrodji, dan M. Bakrum. 1999. Jamur Tiram, Jakarta: Penebar Swadaya.
- Davis, Gordon B. 2002. Kerangka Dasar Sistem Manajemen, PT.Gramedia. Jakarta.

- Nugroho, Adi. 2011. Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data. Yogyakarta : Andi Djarijah, N. M dan A. S. Djarijah., (2001), Budidaya Jamur Tiram, Yogyakarta. Kanisius.
- Edy priyanto. 2017. Analisis penerapan sistem produksi terhadap pengambilan keputusan oleh manajemen PT. Inalum (persero). Tesis. Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan
- Febri, Pramudya N., Indra, Cahyadinata., 2012, Analisa Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleuterus ostreatus*) di Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Jurnal Agrisepe, Vol.11, no 2., hal.237 – 250, <https://doi.org/10.31186/agrisepe.11.2.237-250>.
- Fernan Pri Handika Syaeful. 2016. Analisis Pendapatan Usahatani Jamur Merang di Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon. IPB University. Dalam <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/86349>
- James A. O'Brien, George M. Marakas. 2008. Sistem Management Edisi Sembilan. Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Kartarina, Pahrul Irfan, Cristofer Satria. 2019. Sistem Pemasaran Produk Desa Berbasis Web. ILKOM Jurnal Ilmiah Volume 11 Nomor 3 Desember 2019 Terakreditasi peringkat 3 SK. No. 28/E/KPT/2019
- Machfudi Machfudi, Asep Supriyatna, Henky Hendrawan. 2021. Budidaya Jamur Tiram Sebagai Peluang Usaha (Studi Kasus Puslit Biologi LIPI) daman <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/1396>. Home > Vol 2, No 1 (2021)
- Moh. Khafid Taufani Riyadi Rizki Yudhi Dewantara. 2016. Analisis Dan Desain Sistem Pemasaran (Studi pada Sistem Pemasaran untuk Promosi CV. Intan Catering) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 2 September 2016| [administrasibisnis .studentjournal. ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Pustaka Pratiwi, Putri Sekar. 2010. *Usaha jamur tiram Skala Rumah Tangga*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Nugroho, Adi. 2011. Perancangan dan Implementasi Sistem Basis Data. Yogyakarta : Andi Djariah, N. M dan A. S. Djariah., (2001), Budidaya Jamur Tiram, Yogyakarta. Kanisius.
- Edy priyanto. 2017. Analisis penerapan sistem produksi terhadap pengambilan keputusan oleh manajemen PT. Inalum (persero). Tesis. Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan
- Febri, Pramudya N., Indra, Cahyadinata., 2012, Analisa Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleuterus ostreatus*) di Kecamatan Curup Tengah, Kabupaten Rejang Lebong, Jurnal Agrisepe, Vol.11, no 2., hal.237 – 250, <https://doi.org/10.31186/agrisepe.11.2.237-250>.
- Fernan Pri Handika Syaeful. 2016. Analisis Pendapatan Usahatani Jamur Merang di Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon. IPB University. Dalam <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/86349>
- James A. O'Brien, George M. Marakas. 2008. Sistem Management Edisi Sembilan. Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Kartarina, Pahrul Irfan, Cristofer Satria. 2019. Sistem Pemasaran Produk Desa Berbasis Web. ILKOM Jurnal Ilmiah Volume 11 Nomor 3 Desember 2019 Terakreditasi peringkat 3 SK. No. 28/E/KPT/2019
- Machfudi Machfudi, Asep Supriyatna, Henky Hendrawan. 2021. Budidaya Jamur Tiram Sebagai Peluang Usaha (Studi Kasus Puslit Biologi LIPI) daman <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/1396>. Home > Vol 2, No 1 (2021)
- Moh. Khafid Taufani Riyadi Rizki Yudhi Dewantara. 2016. Analisis Dan Desain Sistem Pemasaran (Studi pada Sistem Pemasaran untuk Promosi CV. Intan Catering) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 38 No. 2 September 2016| [administrasibisnis .studentjournal. ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Pustaka Pratiwi, Putri Sekar. 2010. *Usaha jamur tiram Skala Rumah Tangga*. Penebar Swadaya. Jakarta.