



Buku 3

**STRATEGI PEMASARAN SENTRA KREDIT KONSUMER PADA PT BANK RAKYAT
INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR WILAYAH MEDAN**
T. Nurhaida¹, Indah Fithria Lestari²

**DAMPAK MOTIVASI DAN KEMAMPUAN KERJA PADA KINERJA KARYAWAN
DI PT. SARI SURYA PERWIRA MEDAN**
Lenny Gurning

**AN ANALYSIS OF STUDENTS' ABILITY IN IDENTIFYING GERUND AND PRESENT
PARTICIPLE AT SMA SWASTA ANASTASIA PANCUR BATU**
Ira Maria Fran Lumbanbatu

**ANALISA PERANAN PEMBERIAN INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI KERJA
KARYAWAN LEMBAGA PENDIDIKAN PELITA MANDIRI MEDAN**
Eddy

**DAMPAK KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
DI PT. SERDANG HULU MEDAN**
Gloria Cahaya Julida Hutabarat
Halaman 225 s.d. 229 (Buku3)

**PENDEKATAN PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN
REPRESENTASI MATEMATIS SISWA**
Lois Oinike Tambunan

**PENERAPAN METODE ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM SEBAGAI ALTERNATIVE
SYSTEM PENENTUAN BIAYA RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT**
Arifin

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TEMPE DI KOTA MEDAN
Donny Ivan Samuel Simatupang

**PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
DI PT. SGAPO EXPRESS MEDAN**
Susanto
Halaman 258 s.d. 264 (Buku3)

**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH
MENERAPKAN EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM (ESOP)**
Yenni

**KAJIAN APLIKASI JENIS KOMPOS DAN BIOFERTILIZER
UNTUK PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI PADI SAWAH (*Oryza sativa*.L)
MENUJU PERTANIAN BERKELANJUTAN**
Parsaoran Sihombing¹, Chichi Josephine Manalu²

**TINJAUAN TENTANG PERANAN HYGIENE DAN SANITASI UNTUK MENJAGA KUALITAS
MAKANAN DIBAGIAN PASTRY PADA HOTEL NAGOYA PLASA BATAM**
Tina Linda

**THE ABILITY OF EIGHTH GRADE STUDENTS AT SM NEGERI 10 MEDAN IN ANALYZING
PREPOSITION THROUGH NARRATIVE TEXT
AND PROCEDURE TEXT**
Clara Puspita

Alamat Redaksi Jurnal Ilmiah Skylandsea:

Gedung Skylandsea Yappsu

Jl. Medan Km 24,5 Sp. Penara Perdamaian Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang

Telp (061) – 8218589 Homepage : <http://www.skylandseayappsu.com> e-mail : skylandseayappsu@yahoo.com



Jurnal Ilmiah Skylandsea

Penasehat : Pembina Yayasan Pengembangan Profesi Sumatera Utara

Penanggung Jawab : Ketua Yayasan Pengembangan Profesi Sumatera Utara

Pimpinan Redaksi : Mardaus Purba, ST, S.E., M.Si

Sekretaris Redaksi : Ananta Bangun, SS

Dewan Redaksi :

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1. Desinta Br Purba, ST, M. Kom | - Univ. Katolik St. Thomas Sumatera Utara |
| 2. Fauji Haris Simbolon, S.Kom, M.Kom | - AMIK Medan Business Polytechnic |
| 3. Model Barus, S.Pd, M.Pd | - Dinas Pendidikan Kabupaten Karo |
| 4. Rusli, S.Pd, M.Pd | - SMK Skylandsea Yappsu Deli Serdang |
| 5. Joel Panjaitan, ST, MT | - Akademi Teknik Deli Serdang |
| 6. Sofyan Ginting, SH, MH | - STT Poliprofesi Medan |
| 7. Lennaria Tarigan, SE, M.Si | - Politeknik Santo Thomas Medan |
| 8. Mardaus Purba, ST, SE, M.Si | - Politeknik Mandiri Bina Prestasi |
| 9. Benni Purba, SE, S.Kom, M.Si | - Universitas Quality Medan |

Alamat Redaksi:

Jurnal Ilmiah Skylandsea

Gedung Skylandsea Yappsu

Jl. Medan Km 24,5 Sp. Penara Perdamaian Tanjung Morawa

Kabupaten Deli Serdang

Telp (061)-8218589

Email : skylandseayappsu@yahoo.com

Homepage : <http://www.skylandseayappsu.com>



DAFTAR ISI

STRATEGI PEMASARAN SENTRA KREDIT KONSUMER PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR WILAYAH MEDAN

T. Nurhaida¹, Indah Fithria Lestari²

Halaman 200 s.d. 209 (Buku3)

DAMPAK MOTIVASI DAN KEMAMPUAN KERJA PADA KINERJA KARYAWAN DI PT. SARI SURYA PERWIRA MEDAN

Lenny Gurning

Halaman 210 s.d. 213 (Buku3)

AN ANALYSIS OF STUDENTS' ABILITY IN IDENTIFYING GERUND AND PRESENT PARTICIPLE AT SMA SWASTA ANASTASIA PANCUR BATU

Ira Maria Fran Lumbanbatu

Halaman 214 s.d. 218 (Buku3)

ANALISA PERANAN PEMBERIAN INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI KERJA KARYAWAN LEMBAGA PENDIDIKAN PELITA MANDIRI MEDAN

Eddy

Halaman 219 s.d. 224 (Buku3)

DAMPAK KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SERDANG HULU MEDAN

Gloria Cahaya Julida Hutabarat

Halaman 225 s.d. 229 (Buku3)

PENDEKATAN PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN REPRESENTASI MATEMATIS SISWA

Lois Oinike Tambunan

Halaman 230 s.d. 236 (Buku3)

PENERAPAN METODE ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM SEBAGAI ALTERNATIVE SYSTEM PENENTUAN BIAYA RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT

Arifin

Halaman 237 s.d. 242 (Buku3)

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TEMPE DI KOTA MEDAN

Donny Ivan Samuel Simatupang

Halaman 243 s.d. 257 (Buku3)

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SGAPO EXPRESS MEDAN

Susanto

Halaman 258 s.d. 264 (Buku3)



**PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN
SESUDAH MENERAPKAN EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM
(ESOP)**

Yenni

Halaman 265 s.d. 271 (Buku3)

**KAJIAN APLIKASI JENIS KOMPOS DAN BIOFERTILIZER
UNTUK PERTUMBUHAN DAN PRODUKSIPADI SAWAH (*Oryza sativa*.L)
MENUJU PERTANIAN BERKELANJUTAN**

Parsaoran Sihombing¹, Chichi Josephine Manalu²

Halaman 272 s.d. 278 (Buku3)

**TINJAUAN TENTANG PERANAN HYGIENE DAN SANITASI UNTUK
MENJAGA KUALITAS MAKANAN DIBAGIAN PASTRY
PADA HOTEL NAGOYA PLASA BATAM**

Tina Linda

Halaman 279 s.d. 286 (Buku3)

**THE ABILITY OF EIGHTH GRADE STUDENTS AT SM NEGERI 10 MEDAN IN
ANALYZING PREPOSITION THROUGH NARRATIVE TEXT
AND PROCEDURE TEXT**

Clara Puspita

Halaman 287 s.d. 295 (Buku3)



PETUNJUK PENULISAN NASKAH

Jurnal Ilmiah Skylandsea memuat artikel ilmiah berupa hasil pemikiran, penelitian, peninjauan/ulasan maupun studi literatur di bidang Ekonomi, Bisnis, Teknik, Bahasa, dan Pendidikan.

1. Panjang Artikel 10-15 halaman, diketik dan belum pernah diterbitkan sebelumnya
2. Ditulis dengan ms-word, spasi single, Times New roman, ukuran Font 12pt, margin atas 3 cm, kiri 4 cm, kanan 3 cm, bawah 3 cm, ukuran kertas A4.
3. Manuskrip dikirimkan dalam bentuk hardcopy/printout rangkap 2 (dua) disertai softcopy.
4. Format tulisan meliputi abstrak, jika artikel dalam bahasa Inggris, maka abstraknya wajib dalam bahasa Indonesia dan jika artikel dalam bahasa Indonesia maka abstraknya menggunakan Bahasa Indonesia beserta kata kuncinya (keyword), pendahuluan, isi/pembahasan, kesimpulan, saran dan daftar pustaka.
5. Redaktur Pelaksana berwenang menyunting naskah tanpa mengubah isi, dan berwenang memutuskan layak tidaknya diterbitkan.
6. Jurnal Ilmiah Skylandsea terbit dua kali dalam setahun pada bulan Februari dan Agustus.

Alamat Redaksi

Jurnal Ilmiah Skylandsea: Gedung Skylandsea Yappsu
Jl. Medan Km 24,5 Sp. Penara Perdamaian
Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang
Telp (061) - 8218589
Email : skylandseayappsu@yahoo.com
Homepage : <http://www.skylandseayappsu.com>

STRATEGI PEMASARAN SENTRA KREDIT KONSUMER PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK. KANTOR WILAYAH MEDAN

T. Nurhaida¹, Indah Fithria Lestari²
Politeknik Mandiri Bina Prestasi
t.nurhaida@gmail.com

ABSTRACT

Marketing Strategy is a plan that describes the Company's expectations will be the impact of various or marketing programs to the demand for the product or product line in the target market. Marketing strategy undertaken by the Consumer Credit Center PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Terrain Regional Office by using the marketing mix (Marketing Mix) namely Place, Product, Price, Promotion, Process, Physical Evidence. Results from this study that the Consumer Credit Center PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Regional Office Medan try to do a marketing strategy that is optimal, effective and efficient, although the increase or the target is still not as expected, so that the various efforts made to achieve the planned targets in order to compete fairly with the various banks other, both private banks and the banks BUMN

Keywords: Credit, Consumer, Marketing Strategy

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba yang optimal. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Tugas pemasaran dalam organisasi tidak hanya membantu mengetahui kesempatan yang terbuka di bidang bisnis dan melayani masyarakat yang mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam melainkan juga mengarahkan kekuatan organisasi untuk mempertinggi mutu kehidupan masyarakat. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, dan akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Strategi pemasaran suatu perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor, termasuk 1) ukuran besar dan posisi persaingan perusahaan dan lingkungan pasarannya, 2) sumberdaya, tujuan dan kebijaksanaan khas dari perusahaan bersangkutan, aneka strategi yang diterapkan oleh kaum pesaingnya, 4) perilaku pembelian dalam pasaran targetnya, tahap yang dicapai dalam daur usia produknya, 6) Sifat dan watak lingkungan

ekonominya. Sedangkan keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (*Marketing Mix*).

Tugas manajer pemasaran yaitu memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan pemasaran

Inti utama dari kegiatan pemasaran yang dikenal luas adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*), yang mencakup 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Keempat variable tersebut merupakan kombinasi yang mempunyai peran yang sama dan merupakan satu kesatuan guna menunjang sukses perusahaan. Oleh karena itu, empat (4) komponen tersebut dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyusun strategi dasar perusahaan yang dapat menjadi acuan bagi penyusunan strategi yang efektif.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Seiring berjalannya waktu, PT Bank Rakyat Indonesia melihat banyak peluang di bidang KPR (Kredit Pemilikan Rumah) dan KKB (Kredit Kendaraan Bermotor) pada lima tahun terakhir sebelum PT BRI kemudian melanjutkan untuk menyediakan fasilitas kredit konsumen untuk para nasabah dan calon nasabahnya pada tahun

2012. Pengertian Kredit Konsumer sendiri adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah PT BRI untuk pembelian produk-produk konsumer, seperti KPR (Kredit Pemilikan Rumah), KKB (Kredit Kendaraan Bermotor), KMG (Kredit Multi Guna) dan kredit konsumtif lainnya yang dipasarkan oleh PT BRI. Namun jumlah pencairan kredit pada enam bulan terakhir mengalami kenaikan dan penurunan, yaitu bulan Februari-Juli 2015. Hal tersebut terlihat pada tabel pencairan kredit berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Pencairan Kredit SKK PT BRI (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan Bulan Februari-Juli

NO.	BULAN	JUMLAH PENCAIRAN (RP)
1	Februari	9.658.573.700
2	Maret	12.219.458.524
3	April	16.153.212.043
4	Mei	13.313.092.650
5	Juni	25.337.625.088
6	Juli	16.263.604.384

Sumber: SKK PT BRI (Persero) Tbk Kanwil Medan Tahun 2015

Bedasarkan hal latar belakang di atas maka judul penelitian ini yaitu Analisis Strategi Pemasaran Sentra Kredit Konsumer pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Wilayah Medan. Adapun rumusan masalah adalah : Bagaimana Strategi Pemasaran Sentra Kredit konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan ?

Tujuan penelitian ini ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Sentra Kredit Konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan.

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat sebagai bahan informasi bagi berbagai pihak yang membutuhkannya dan bahan masukan bagi Sentra Kredit Konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah dibutuhkan. Masyarakat akan mengetahui produk suatu perusahaan dengan adanya pemasaran dari perusahaan tersebut kepada masyarakat luas baik dengan media massa, media elektronik dan media lainnya. Menurut **Chandra (2005:1)**, “Pemasaran mencakup proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui

penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain”.

Dalam memasarkan produk dibutuhkan manajemen pemasaran yang baik. “Pada dasarnya manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi”. (**Wahjono 2010:2**).

Sementara itu, pengertian pemasaran (*Marketing*) saat ini bukan sekedar menjual (*to sale*) dengan dimensi jangka pendek (jual-beli putus), tetapi memasarkan (*to marketing*) dengan dimensi jangka panjang.

“Pemasaran ini berfokus pada konsumen, yakni sebagai suatu fungsi organisasional dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen, serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang memberi keuntungan bagi organisasi dan *Stakeholder*-nya”. (**Moriarty dkk 2011:36**)

2.2. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut **Chandra (2005: 93)**, “strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu”.

Menurut **Manullang (2013:12)**, “strategi pemasaran didasarkan pada analisis secara menyeluruh (*Comprehensive*) terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang setiap saat mengalami perubahan cepat, sehingga timbulnya peluang dan ancaman dari luar perusahaan”.

2.3 Pemasaran Jasa

Menurut **Tim Dosen (2013:4)**, “pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat diretur ataupun dijual dikemudian hari. Jasa, juga tidak dapat disimpan, seperti barang, karena jasa yang diproduksi harus bersamaan dengan waktu”.

Sedangkan menurut **Lupiyoadi (2013:7)**, “jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atau

pemecahan masalah yang dihadapi oleh konsumen”.

2.4 Bauran Pemasaran

Menurut Lupiyoadi (2013:92), “bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses”.

Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Bauran pemasaran pada produk barang mencakup 4P, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), lokasi/tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*). Sementara untuk produk jasa keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Kemudian para ahli menambahkan tiga unsur lagi, yaitu orang atau sumber daya manusia (*SDM*), proses, layanan pelanggan, dan faktor bukti/lingkungan fisik (*Physical Evidence/Environment*).

Bauran pemasaran jasa terdiri atas delapan hal, yaitu:

a. Produk

Suatu produk ialah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen, untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikan. Istilah produk merujuk ke produk fisik atau jasa. Seperti yang dikemukakan oleh Laksana (2008:67), “produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya”.

Menurut Wahjono (2010:4), produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia. Sedangkan jasa adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tak berwujud dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu.

b. Promosi

Menurut Sangadji dan Sopiha (2013:18-19), promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen. Tujuan promosi adalah:

- 1) Memodifikasi tingkah laku konsumen
- 2) Memberitahukan/menginformasikan produk kepada konsumen

- 3) Membujuk dan memotivasi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan, dan
- 4) Mengingatkan konsumen tentang produk agar tidak beralih ke produk lain.

Ada tiga jenis promosi yang akan dibahas, yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi nonpribadi untuk memasarkan produk yang dibayar oleh sponsor tertentu.

2) Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan suatu kegiatan pemasaran selain periklanan, penjualan perseorangan, dan publisitas, yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer, mencakup demonstrasi, pameran, sampel produk, diskon, catalog, dan lain-lain.

3) Publisitas

Publisitas merupakan bentuk promosi yang mendorong permintaan secara nonpribadi untuk suatu produk untuk suatu produk dengan menggunakan berita komersial di media massa, dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.

c. Harga

Harga ialah sejumlah uang seseorang harus membayar untuk mendapatkan hak menggunakan produk. Perlu diperhatikan bahwa harga produk tidak sama dengan biaya produk bagi konsumen. Biaya konsumen (*The Consumer Cost*) ialah segala sesuatu (*Everything*), konsumen harus menyerahkan agar mendapatkan manfaat/keuntungan dan pemilikan/penggunaan produk.

d. Distribusi

Distribusi berkenaan dengan kesediaan produknya, dimana konsumen dari pasar sasaran bisa membelinya, produk berada/tersedia dimana saja, sehingga pembeli akan mudah menemukannya jika bermaksud untuk membeli. Pemasar harus mengetahui dimana para konsumen melakukan pembelian, diharapkan distribusi lancar.

Menurut Laksana (2008:124), “saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen”.

Menurut Sangadji dan Sopiha (2014:20), “saluran distribusi merupakan jalur yang dilalui arus barang dari produsen ke konsumen akhir, baik melalui perantara yang panjang maupun yang pendek”.

e. Proses

Menurut **Lupiyoadi (2013:98)**, “proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen”.

Menurut **Tim Dosen (2013:33)**, “proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran, dikoordinasikan, untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen”.

f. Sumber Daya Manusia/Orang

Menurut **Tim Dosen (2013:32)**, “Orang (*people*)/partisipan adalah semua pelaku yang memainkan, sebagai jasa dan karenanya memengaruhi persepsi pembeli. Yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa”.

g. Pelayanan

Pelayanan (*Service*) merujuk ke kegiatan bantuan atau periperal (*Auxiliary or Pheripheral Activities*) yang dikerjakan untuk meningkatkan produk atau jasa primer.

Menurut **Lupiyoadi, (2013:99)**, “layanan pelanggan meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat, termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pascatransaksi”.

Menurut **Laksana (2008:86)**, “pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

h. Bukti Fisik/Lingkungan Fisik

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Dalam bisnis jasa, pemasar perlu menyediakan sinyal/petunjuk fisik untuk dimensi tidak berwujud dari jasa yang ditawarkan perusahaan agar dapat mendukung penentuan posisi dan citra, serta meningkatkan lingkup produk.

Menurut **Lupiyoadi (2013:120)**, bukti fisik dalam bisnis jasa dapat dibagi menjadi dua tipe, sebagai berikut:

1. Bukti penting (*essential evidence*), yaitu mempresentasikan keputusan kunci yang dibuat penyedia jasa tentang desain dan tata letak (*Layout*) suatu bangunan. contohnya,

tipe pesawat yang digunakan sebuah maskapai penerbangan, suasana ruang tunggu dokter.

2. Bukti tambahan (*peripheral evidence*), yaitu memiliki nilai independen yang kecil, tetapi menambah keberwujudan pada nilai yang disediakan produk jasa. contohnya, tiket kereta yang menjadi tanda hak untuk memanfaatkan jasa naik kereta pada jadwal/waktu tertentu, buku tabungan sebagai bukti menjadi nasabah layanan perbankan sebuah bank.

2.5 Pengertian Debitur dan Kreditur

Menurut **Mulyo (2013)**, Debitur adalah pihak yang berhutang ke pihak lain, biasanya dengan menerima sesuatu dari kreditur yang dijadikan debitur untuk dibayar kembali pada masa yang akan datang. Pemberi pinjaman atau kreditur terkadang juga memerlukan jaminan atau agunan dari pihak debitur. Sedangkan Kreditur adalah pihak (perorangan, organisasi, perusahaan atau pemerintah) yang memiliki tagihan pada pihak lain (pihak kedua) atas properti atau layanan jasa yang diberikan (biasanya dalam bentuk kontrak atau perjanjian), dimana diperjanjikan bahwa pihak kedua tersebut akan mengembalikan properti yang nilainya sama atau jasa, dengan kata lain kreditur adalah pihak yang memberikan kredit atau pinjaman kepada pihak lainnya.

Untuk menjadi pihak peminjam/debitur (perorangan, organisasi, instansi, perusahaan), ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

- Seorang calon peminjam/debitur dikabulkan permohonannya apabila mempunyai jaminan atau agunan (*Collateral*) melebihi jumlah pinjaman yang diajukan.
- Kreditur akan memberikan pinjaman kepada calon debitur yang memiliki modal (*Capital*) walaupun hanya sedikit dan bukan kepada mereka yang tidak memiliki modal sama sekali.
- Kemampuan (*Capacities*) kita dalam memanfaatkan dan mengembalikan pinjaman akan dinilai kreditur yang akan memberi pinjaman.
- Kreditur juga akan menilai sifat-sifat (*Characters*) debitur dalam mengelola uang, terutama kejujuran, kedisiplinan dan kebiasaan dalam mengatur *cash Flow*.
- Kondisi ekonomi (*Condition of Economic*) juga menjadi salah satu pertimbangan kreditur dalam memberikan pinjaman.

METODE PENELITIAN

Sebagai tempat memperoleh data, Penulis mengadakan penelitian di Sentra Kredit Konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan, Jl. Gajah Mada No. 26-BC pada bulan Mei sampai Juli 2015.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang mendukung untuk memperoleh informasi mengenai strategi pemasaran pada peningkatan jumlah debitur konsumer Sentra kredit konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor wilayah medan, sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan.

Metode pengumpulan data yang Penulis gunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan adalah dengan teknik: Studi Dokumen, studi pustaka dan wawancara

Analisis yang digunakan Penulis adalah metode deskriptif yaitu dengan menggunakan uraian-uraian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Besar atau tidaknya laba suatu perusahaan tergantung bagaimana strategi pemasaran yang perusahaan tersebut lakukan. Pada Sentra Kredit Konsumer PT BRI Kanwil Medan, strategi pemasaran sangat dibutuhkan guna menambah debitur khususnya debitur konsumer bank tersebut. Mengingat bahwa Sentra Kredit Konsumer PT BRI Kanwil Medan adalah perusahaan yang tidak hanya melayani simpan-pinjam uang, tetapi juga menyediakan fasilitas kredit kepemilikan rumah (KPR), Kredit Kepemilikan Apartemen (KPA), Kredit Kepemilikan kendaraan Bermotor (KKB), dan juga kredit multi guna (KMG). SKK PT BRI Kanwil Medan melakukan strategi pemasaran dengan melakukan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* dan *Customer Service*.

a. *Promotion* (Promosi)

Banyak media yang digunakan oleh BRI untuk mempromosikan produk-produk konsumer yang BRI miliki. Ada media massa, media social baik melalui internet maupun berinteraksi langsung dengan calon debitur. Aktivitas *Above The line* untuk produk KPR pada umumnya menggunakan media press (koran, khususnya koran Kompas) berupa promosi program-program khusus (*discount*, bunga rendah dll) yang bersifat *tactical* dan *hard sell*. Pemasaran secara langsung

yang pihak BRI lakukan biasanya dengan melakukan *Personal Selling* maupun melakukan *Gathering* atau ikut dalam pameran-pameran. Sedangkan pemasaran yang dilakukan secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara seperti pemasangan spanduk, kerjasama dengan berbagai instansi, menjadi sponsor pada *event-event* tertentu. PT BRI juga berpromosi melalui media internet, dengan adanya laman PT BRI yaitu www.bri.co.id yang memuat tentang semua seluk beluk BRI dan produk-produknya khususnya produk konsumer mulai dari produk, keunggulan dan lain-lain yang berhubungan dengan BRI secara lengkap dan cukup mendetail.

Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu strategi pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh nasabah/ debitur. Dalam hal ini strategi yang juga dilakukan oleh Sentra Kredit Konsumer PT BRI (Persero) Tbk Kanwil Medan antara lain sebagai berikut:

- 1) Dalam bentuk *Gathering*, dalam hal ini pihak SKK PT BRI sebagai sponsor dalam berbagai kegiatan yang dilakukan yang dinilai bermanfaat baik bagi SKK BRI maupun pihak penyelenggara, serta kegiatan yang menunjang untuk memasarkan produk yang ada dilakukan di kota Medan dan wilayah sekitarnya, baik di instansi, ataupun perusahaan-perusahaan. Diharapkan dengan hal tersebut maka akan dapat dijadikan sarana promosi yang efektif untuk menarik minat calon debitur/nasabah.
- 2) Dalam bentuk *Personal Selling*, dengan melakukan tenaga pemasaran untuk melakukan promosi (memperkenalkan) produk yang ada dan menawarkan produk yang dimiliki oleh pihak SKK BRI kepada nasabah, baik perorangan maupun instansi pemerintahan ataupun swasta yang diutamakan pada pengumpulan data. Selain itu, tenaga pemasar juga bertugas dalam melakukan kunjungan kepada calon debitur yang ingin menggunakan produk dalam hal pembiayaan, dan juga memberi pemaparan kepada calon debitur yang berminat kepada produk yang ditawarkan. Selanjutnya bagian pemasaran juga bertugas menjelaskan mengenai produk yang ada dan memberikan pengertian yang benar serta menjelaskan ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan dalam melakukan akad kredit. Kemudian yang tidak kalah penting

adalah memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kelebihan atau manfaat produk yang dimiliki jika dibandingkan dengan pihak bank yang lainnya.

- 3) Menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang ada di wilayah Medan dan sekitarnya, dalam melakukan promosi, pihak SKK BRI menjalin kerja sama dengan beberapa *developer* yang ada di wilayah Medan dan sekitarnya untuk memperluas jaringan dan menambah debitur KPR/KPA BRI, dan pihak BRI juga menjalin kerja sama dengan beberapa *Dealer* di wilayah Medan untuk menambah debitur KKB.

b. *Product* (Barang/Produk)

PT BRI memiliki beberapa produk konsumen yang ditawarkan kepada konsumen/ calon debitur, produk-produk tersebut adalah:

1) KPR (Kredit Kepemilikan Rumah)

KPR (Credit Kepemilikan Rumah) adalah kredit yang digunakan untuk membeli rumah dengan jaminan/agunan berupa rumah.

Keunggulannya: Proses cepat, Biaya credit ringan, Jangka waktu sampai dengan 20 tahun, Suku bunga kompetitif, DP mulai dari 10% (khusus dibebepara *developer*), Obyek yang dibiayai berupa rumah tinggal, apartemen, *Condotel*, ruko (Rumah Toko) atau Rukan (Rumah kontrakan), Pembayaran dapat dilakukan dengan *Automatic Fund Transfer* (AFT)/*Automatic Grab Fund* (AGF), Asuransi jiwa kredit serta asuransi kerugian/kebakaran, mengikuti persyaratan yang berlaku.

2) KKB(Kredit Kepemilikan kendaraan Bermotor)

KKB(Kredit Kepemilikan kendaraan Bermotor) adalah credit yang tujuannya untuk membiayai pembelian mobil atau motor yang sumber pembayarannya berasal dari pendapatan pemohon yang dapat diajukan baik secara perorangan maupun instansi, dengan jaminan BPKB mobil/motor yang dibeli. Keunggulannya: Bebas piaya provisi, Jangka waktu sampai dengan 5 tahun untuk KKB Mobil Baru, dan 4 tahun untuk KKB Mobil Bekas, DP mulai dari 25% (sesuai ketentuan Bank Indonesia), Berlaku untuk semua merk dan tipe mobil, Suku bunga kompetitif. Adapun fasilitas yang diberikan: Pembayaran dapat dilakukan dengan *Automatic Fund Transfer* (AFT)/*Automatic Grab Fund* (AGF), Pembayaran angsuran pertama dapat dibayar 1 bulan mudur setelah realisasi kredit,

Asuransi kerugian *All Risk*. Persyaratan sesuai ketentuan yang berlaku.

c. *Place* (Tempat/Distribusi)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, SKK BRI Kanwil Medan memilih tempat tepat diperempatan jalan, yaitu di Jalan Gajah Mada No. 26-BC.

Distribusi atau ketersediaan produk SKK BRI selalu tersedia di outlet yang tersebar diseluruh Indonesia. Di medan sumatera utara outlet SKK BRI berada di Jl. Gajah Mada No. 26-BC. Saluran distribusi produk SKK BRI dimulai dari SKK-*Developer/Dealer-Debitur*.

d. *Price* (Harga)

Sentra Kredit Konsumer PT BRI menetapkan harga produk yang kompetitif dengan ketentuan sebagai berikut (untuk KPR dan KKB)

Untuk paket KPR

- 1) Suku bunga, SKK BRI menetapkan suku bunga sebesar:
 - 9,25% *fixed* 1 tahun selanjutnya *counter rate*
 - 9,50% *fixed* 2 tahun selanjutnya *counter rate*
 - 10,00% *fixed* 3 tahun selanjutnya *counter rate*
 - 10,50% *fixed* 5 tahun selanjutnya *counter rate*,Minimal tenor untuk suku bunga diatas adalah 5 tahun
- 2) Ketentuan pembayaran uang muka, yaitu:
 - Untuk KPR/KPA dengan luas bangunan $\leq 70 \text{ m}^2$ uang muka mulai dari 10%
 - Untuk KPR/KPA dengan luas bangunan $> 70 \text{ m}^2$ maka maksimal LTV adalah sesuai dengan peraturan BI.
- 3) Penalty pelunasan maju
 - Pada masa *fixed rate* sebesar 2%
 - Setelah *fixed rate* sebesar 1%
- 4) Tidak dikenakan biaya administrasi
- 5) Biaya provisi 1% dari *Plafond* kredit

Untuk paket KKB

- 1) Kredit ini dapat dilakukan untuk semua tipe dan merk mobil/motor
- 2) Kredit ini jugadapat dilakukan di seluruh *Authorized Dealer/ATPM* Dan non-*Authorized Dealer* yang telah PKS.
- 3) Suku bunga
 - a) *In Advance*

- 4,00% untuk 1 tahun, 4.50% untuk 2 tahun, 4.75% untuk 3 tahun, 5,25% untuk 4 tahun, 6,00% untuk 5 tahun.
- b) *In Arrear*
4,75% untuk 1 tahun, 4,92% untuk 2 tahun, 5,05% untuk 3 tahun, 5,51% untuk 4 tahun, 6,24% untuk 5 tahun.
- c) Uang muka 25%
- d) *Penalty* pelunasan maju sesuai dengan surat B.655-DIR/ADK/09/2013 tanggal 29 September 2013 Perihal Ketentuan Pelunasan Maju Untuk Kredit dengan perhitungan bunga *flat*.
- e) Tidak dikenakan biaya administrasi, Debitur hanya wajib membayar biaya BPKB yang seharusnya diambil dari biaya administrasi KKB. Untuk program simplikasi dokumen, biaya administrasi sesuai dengan ketentuan.
- 2) *People* (Orangnya) terdiri dari: Pimpinan Wilayah, Wakil Pimpinan Wilayah, Kepala Sentra Kredit Konsumer, Manajer Kredit Konsumer, Kepala Administrasi Kredit, Petugas Administrasi Kredit, *Area Sales Manager/Regional Sales Manager, Sales Person*
- e. *Process* (Proses)
Untuk KPR
- 1) *Sales Person* menjalin kerja sama ke banyak *Developer* untuk mencari calon debitur. Para pemasar juga banyak melakukan *gathering*, mengikuti pameran-pameran dan melakukan kunjungan ke perusahaan-perusahaan.
 - 2) Debitur mengajukan surat permohonan kepada kreditur dengan mengisi formulir KPR.
 - 3) Setelah pihak kreditur mendapat paket kredit atau permohonan dari calon debitur, pihak SKK lalu menganalisa data dari calon debitur, dari mulai pengecekan ID melalui *BI Checking*, peninjauan agunan, dan lainnya.
 - 4) Setelah paket kredit lolos tahap pengecekan dan telah diputus oleh pemutus, lalu berkas tersebut di proses di bagian Administrasi Kredit, mulai dari pengorderan ke notaris, melakukan registrasi putusan kredit, melakukan verifikasi atas kelengkapan dokumen kredit dan lainnya, setelah semua berkas lengkap lalu dilakukan akad kredit.
 - 5) Setelah menerima paket kredit yang telah diadakan, dilakukan pencairan setelah debitur menyetorkan biaya akad dan setelah dilakukan beberapa prosedur.
- 6) Setelah seluruh proses tersebut, pihak bank melakukan *monitoring* dan *After Sales Service*
Untuk KKB
- 1) *Sales Person* melakukan kerja sama ke *dealer-dealer* untuk mencari calon debitur, atau melakukan *gathering*, dan menyebarkan brosur-brosur perusahaan-perusahaan atau kelapangan seperti pasar-pasar.
 - 2) Debitur mengajukan surat permohonan kepada kreditur dengan mengisi formulir KPR.
 - 3) Setelah mendapatkan paket kredit, lalu paket kredit tersebut dianalisa oleh analis kredit dan dilakukan penghitungan atas penghasilan calon debitur, apakah dapat memenuhi syarat atau tidak.
 - 4) Setelah paket kredit telah diutus oleh pemutus, lalu berkas tersebut di proses oleh bagian Administrasi Kredit. Mulai dari pengorderan ke notaris, melakukan registrasi putusan kredit, melakukan verifikasi atas kelengkapan dokumen kredit dan lainnya, setelah semua berkas lengkap lalu dilakukan akad kredit.
 - 5) Setelah menerima paket kredit yang telah diadakan, dilakukan pencairan setelah debitur menyetorkan biaya akad dan setelah dilakukan beberapa prosedur.
 - 6) Setelah seluruh proses tersebut, pihak bank melakukan *monitoring* dan *After Sales Service*
- g. *Physical Evidence*/Bukti Fisik
Bukti fisik SKK PT BRI Medan memiliki bukti penting (*essential evidence*) yaitu memiliki tata ruang (*layout*) yang nyaman yaitu gedung yang memiliki empat lantai dimana pada lantai pertama difungsikan sebagai tempat penarikan dan penyimpanan uang dan juga untuk *costumer service* yang memiliki beberapa kursi tunggu dan dilengkapi televisi untuk mengurangi kemungkinan timbulnya rasa bosan nasabah ketika menunggu giliran, dilantai kedua adalah ruang khusus untuk para analis kredit dan juga tempat manajer kredit dan kepala SKK PT BRI. Selain itu, dilantai dua adalah tempat berlangsungnya akad kredit yang terdiri dari dua ruang tersendiri dilengkapi satu meja berukuran sedang dan beberapa kursi yang diperuntukan bagi petugas kredit, penjual/*developer*, notaris dan debitur. Dilantai

dua juga terdapat tempat beribadah/ sholat yang cukup untuk dua orang. Lantai tiga adalah ruangan administrasi kredit dan bersebelahan dengan ruangan *marketing*. Ruangan tersebut dilengkapi dengan beberapa kursi ruang tunggu dan beberapa *filling cabinet* untuk menyimpan berkas-berkas nasabah. Diruang *marketing* terdiri dari 12 meja dan kursi untuk pegawai pemasar dan 2 meja dan kursi untuk ASM (*Area Sales Manager*) dan 1 meja dan kursi untuk RSM (*Regional sales Manager*). Diruang administrasi kredit terdiri dari 6 meja dan kursi untuk pegawai ADK dan satu ruangan lagi terdiri dari 1 meja dan kursi juga beberapa *filling cabinet* yang merupakan tempat *supervisor* ADK. Di masing-masing lantai dari ruangan tersebut terdapat toilet yang kebersihannya sangat dijaga dan wangi. Bukti tambahan (*peripheral evidence*) yang dimiliki SKK PT BRI juga adalah kepemilikan buku tabungan.

h. Pengoptimalan *Customer Service*

Dalam setiap penjualan barang atau jasa, keunggulan dari produk, mutu dan pemasarannya sangat mempengaruhi keberhasilan penjualan barang/jasa tersebut, tidak berbeda juga untuk jasa perbankan. Akan tetapi dalam pelaksanaannya, keunggulan Dan promosi tersebut harus didukung oleh sikap pegawai. Pegawai diharuskan memiliki sikap yang baik terhadap nasabah/debitur serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberi penjelasan yang mencukupi kepada nasabah/debitur yang akan dipadu dengan sistem pelayanan yang ada. Pelayanan yang memuaskan nasabah/debitur akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah/debitur tersebut menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, Dan orang lain (*Worm of Mouth*) mengenai pelayanan unggul suatu bank, Dan diharapkan citra bank ersebut akan semakin meningkat. Pada SKK BRI pelayanan kepada pelanggan dilakukan salah satunya dengan *monitoring* dan melakukan *after sales service*, misalnya dengan selalu rutin mengirim surat pemberitahuan bila ada perubahan suku bunga kepada debitur, memeriksa kelengkapan berkas kredit debitur, mengirim *copy* perjanjian kredit dan dokumen agunan kepada debitur, melakukan pemantauan terhadap jatuh tempo Putusan Penundaan Dokumen, melakukan klaim asuransi, dan lainnya

4.3 Pembahasan

Dalam suatu perusahaan, strategi pemasaran sangatlah penting, karena strategi pemasaran di-

suatu perusahaan sangat mempengaruhi berhasil tidaknya produk dari perusahaan tersebut yang dijual kepasar atau besar tidaknya laba yang perusahaan dapatkan dari penjualan produk/jasa perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran dilakukan untuk menambah debitur khususnya debitur konsumen. Produk konsumen sendiri adalah produk barang/jasa yang konsumennya adalah konsumen rumah tangga sebagai pemakai akhir, dimana produk dari produsen yang terjual dan dibeli konsumen akan dan akan dipakai/dikonsumsi sendiri bukan untuk dijual kembali. Seperti yang sudah dijelaskan produk-produk konsumen yang dimiliki SKK PT BRI adalah KPR (Kredit Pemilikan Rumah), KKB (Kredit Kendaraan Bermotor), KPA (Kredit Pemilikan Apartemen). Metode pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan khususnya dalam bidang promosi adalah dengan cara membuat iklan dimedia cetak maupun elektronik, melakukan *Gathering* dengan mensponsori beberapa *event*, juga yang paling sering dilakukan adalah *personal selling* dimana para *Sales Person* melakukan presentasi mengenai produk kepada calon debitur/konsumen yang bertujuan agar terciptanya penjualan. Selain itu, pihak SKK juga menjalin kerja sama dengan beberapa *developer* dan juga beberapa *dealer*.

Pada Sentra Kredit Konsumer PT BRI (Persero) Tbk Kantor Wilayah Medan, penulis mengamati peningkatan dan penurunan pencairan kredit pada enam bulan terakhir yaitu pada bulan Februari-Juli, adalah sebagai dampak dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak SKK PT BRI Kanwil Medan. Berikut persentasi kenaikan dan penurunan pencairan kredit SKK PT BRI Kanwil Medan

Tabel 4.1 Persentase Penaikan dan Penurunan Pencairan Kredit SKK PT BRI Kantor Wilayah Medan

NO.	BULAN	JUMLAH ENCAIRAN (RP)	PERSENTASE
1	Februari	658.573.700	(+)
2	Maret	2.219.458.524	2.560.884.824 (26,51%)
3	April	6.153.212.043	(+) 3.933.753.519 (32,19%)
4	Mei	3.313.092.650	(-) 2.840.119.393 (17,58%)
5	Juni	5.337.625.088	(+) 12.024.532.438 (90,32%)
6	Juli	6.263.604.384	(-) 9.074.020.704 (35,81%)

Sumber: SKK PT BRI (Persero) Tbk Kanwil Medan Tahun 2015

Berdasarkan data yang penulis paparkan, terjadi kenaikan dan penurunan yang signifikan khususnya kenaikan pada bulan Juni dan penurunan pada bulan Mei dan Juli. Pada pencapaian target di triwulan pertama yaitu pada bulan Maret tidak terlalu signifikan dan jumlah pencairannya masih diangka yang wajar atau biasa, jumlah pencairan kredit justru mengalami kenaikan sebanyak 32,19% pada bulan April, hal ini dikarenakan banyaknya realisasi kredit/pencairan kredit yang mayoritas berasal dari realisasi KPR dibandingkan KKB, dan realisasi KPR itu dapat dilaksanakan jika persyaratan AJB (Akta Jual Beli) telah terpenuhi. Persyaratan terlaksananya AJB adalah kewajiban pajak-pajak BPHTB (Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan) dan PPh (Pajak Penghasilan) sudah terpenuhi. Pajak-pajak tersebut dapat dipenuhi apabila nilai NJOP (Nilai Jual Obyek Pajak) sudah tertera dengan pasti di SPPT PBB (Surat Pemberitahuan Pajak Terhutang Pajak Bumi dan Bangunan) atau SPPT PBB pada tahun tersebut sudah terbit. Pada awal tahun biasanya SPPT PBB belum terbit, sehingga tidak dapat dilakukan akad-akad atau realisasi kredit KPR. Pada bulan Maret, SPPT PBB tahun 2015 sudah terbit dan sudah terdistribusi dari kantor pajak ke masing-masing pemilik PBB nya, sehingga berkas-berkas yang terkendala di AJB nya pada bulan-bulan sebelumnya diproses dibulan April. Pada bulan Mei terjadi penurunan sebanyak 17,58% yang dikarenakan berkas yang masuk pada bulan tersebut masih dalam proses dan pencairan pada bulan Mei sebagian besar adalah berkas yang sudah siap proses pada bulan sebelumnya yaitu pada bulan April dan sebagian kecil lagi berkas yang masuk pada bulan Mei. Hal tersebut dikarenakan lama proses yang dimulai dari awal *collecting* berkas dari *sales person* sampai adanya putusan kredit dari pemutus dan diadakannya akad kredit memerlukan waktu hingga satu bulan dan apabila ada ketidaklengkapan berkas dari debitur, proses bisa menjadi lebih lama sampai 1,5 bulan-2 bulan. Pada bulan Juni terjadi peningkatan jumlah pencairan kredit yang angkanya meningkat sangat signifikan hingga 90,32%, hal tersebut dikarenakan pada awal bulan Mei SKK BRI memberikan paket/promo lebaran. Promo tersebut diantaranya nasabah/debitur akan mendapatkan hadiah langsung sebesar Rp 2.000.000 untuk *plafond* kredit dengan nominal Rp 750.000.000-Rp 1.250.000.000, Rp 2.500.000 untuk *plafond* kredit >Rp 1.250.000.000-Rp 1.750.000.000, dan Rp 3.500.000 untuk *plafond*

kredit >Rp 1.750.000.000. Kenaikan juga dikarenakan SKK PT BRI mengejar pemenuhan target triwulan ke dua pada bulan Juni 2015. Pihak SKK PT BRI selalu berfokus untuk meningkatkan jumlah pencairan kredit yang lebih baik disetiap pencapaian target triwulan sehingga jumlah pencairan triwulan kedua lebih baik dibandingkan jumlah pencairan di triwulan pertama. Pada bulan Juli terjadi penurunan sebanyak 35,81% hal tersebut dikarenakan konsentrasi nasabah sudah terfokus ke Hari Raya Idul Fitri 1436 H sehingga berkurangnya permintaan kredit. Pada minggu ketiga bulan Juli sudah tidak ada lagi aktivitas akad dan realisasi dikarenakan baik dari pihak BRI, nasabah/debitur, penjual/*developer*, notaris, dan pejabat-pejabat yang berwenang sudah mulai mengambil cuti hari raya. Pada minggu keempat bulan Juli aktivitas akad dan realisasi kredit juga belum sepenuhnya berjalan karna baik pejabat yang berwenang maupun nasabah/debitur baru memulai aktivitas kerja setelah libur lebaran.

Dari hasil dan pembahasan yang sudah dijelaskan, promo berhadiah meningkatkan keinginan debitur/calon debitur untuk melakukan kredit baik itu KPR maupun KKB dikarenakan tertarik oleh hadiah-hadiah tersebut. Selain itu, ada juga beberapa hal penghambat kelancaran strategi pemasaran dalam pencapaian target. Hal-hal tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tenaga pemasar bukan berasal dari latar belakang pemasaran
- b. Proses kredit yang lama. Hal tersebut seringkali disebabkan oleh berkas-berkas dari debitur yang bersangkutan kurang lengkap dan tidak adanya koordinasi yang baik dari debitur itu sendiri. Penyebab lain juga karena debitur yang belum menyetorkan/lama menyetorkan biaya akad sehingga proses pencairan tidak berjalan dengan lancar, dan sistem jaringan BRI yang seringkali tidak stabil.
- c. Kurangnya semangat tenaga pemasar
- d. Kalah cepat dengan dipasaran

Hal ini seringkali terjadi untuk pemasaran produk KKB, dimana selalu pihak BRI kalah cepat dengan lawan ketika berada dilapangan. Lawan-lawan tersebut salah satunya adalah *leasing* yang selalu menawarkan proses yang cepat.

Untuk mengatasi hal-hal diatas SKK PT BRI Kantor Wilayah Medan melakukan beberapa solusi guna mengatasi hambatan-

hambatan tersebut. Solusi-solusi tersebut adalah:

- a. Melakukan pelatihan-pelatihan kepada para tenaga pemasar, dengan melakukan seminar, rapat-rapat penggugah semangat dan *sharing* yang diberikan oleh para pimpinan.
- b. Memberi pengertian kepada debitur bahwa proses yang lama merupakan akibat dari berkas-berkas yang belum debitur tersebut lengkapi dan juga debitur yang belum melakukan penyetoran biaya akad. Pihak BRI juga menjelaskan bahwa proses kredit sering terkendala dengan sistem atau jaringan yang seringkali *offline*/tidak stabil, bukan karena ada unsur kesengajaan.
- c. Melakukan *sharing* kepada para pemasar tentang apa kendala yang mereka hadapi dan mengapa mereka bisa tidak bersemangat dalam melakukan pekerjaan. Hal tersebut dapat sangat membantu, jika ada situasi yang tidak lagi kondusif baik di kantor maupun dengan sesama pekerja pemasar.
- d. Ketika memasarkan produk KKB tentu para pemasar menjelaskan apa kelebihan BRI dari *leasing* yaitu BRI memiliki suku bunga yang lebih rendah dan juga tingkat ketelitian yang lebih tinggi. Sehingga pihak BRI juga dapat menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, misalnya wanprestasi oleh debitur

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat Penulis ambil dari hasil penelitian di Sentra Kredit Konsumer PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Wilayah Medan adalah:

- a. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh SKK BRI dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu *Place, Product, Price, Promotion, Process, People, Physical Evidence* dan juga dengan mengoptimalkan *Customer Service*.
- b. Promo hadiah yang dilakukan pihak SKK PT BRI berpengaruh dan berdampak besar pada peningkatan jumlah debitur dan tentunya berdampak pula pada kenaikan jumlah pencairan kredit.
- c. Faktor-faktor penghambat yang mempengaruhi belum optimalnya strategi pemasaran pada perusahaan adalah tenaga pemasar yang bukan berasal dari latar belakang pemasaran, proses kredit yang lama, kurangnya semangat tenaga pemasar, kalah bersaing dilapangan.
- d. Solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut adalah melakukan pelatihan-

pelatihan kepada para tenaga pemasar, memberi pengertian kepada debitur sebab-sebab lamanya proses pencairan, melakukan *sharing* kepada para pemasar tentang apa kendala yang mereka hadapi, ketika memasarkan produk KKB tentu para pemasar menjelaskan apa kelebihan BRI dari *leasing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Gregorius. 2005. **Manajemen Industri**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Laksana, Fajar. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Manullang, M dan Manuntun Pakpahan. 2013. **Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global**. Jakarta: Yudhistira
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell dan William Wells. 2011. **Advertising**. Jakarta: kencana
- Nazir, Moh. 2009. **Metodologi Penelitian**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J dan Nandan H Lima krisna. 2007. **Pelaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis**. Edisi Pertama. Jakarta: MitraWacana Media.
- Sunyoto, Danang. 2013. **Metodologi Penelitian Akuntansi**. Cetakan Pertama. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sangadji, Etta Mamangdan M Sopiah. 2014. **Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis)**. Yogyakarta: Andi Offset
- Tim Dosen. 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Yogyakarta: Andi Offset
- Wahjono, Sentot Imam. 2010. **Manajemen Pemasaran Bank**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gunadarma. 2015. http://elearning.gunadarma.ac.id/docmodul/pengantar_manajemen_pemasaran/bab1_pengertian_dan_konsep_pemasaran.pdf. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2015 pukul 22.30 WIB
- Mulyo. 2008. mulyo.weblog.esaunggul.ac.id/tag/syarat-mejadi-debitur/. Diakses pada tanggal 27 Agustus 2015 pukul 22.50 WIB

DAMPAK MOTIVASI DAN KEMAMPUAN KERJA PADA KINERJA KARYAWAN DI PT. SARI SURYA PERWIRA MEDAN

Lenny Gurning

NIDN: 0114067402

Dosen Program Studi Teknik Komputer Politeknik IT&B Medan

ABSTRACT

PT. Sari Surya Perwira Medan is a company engaged in shipping which employs a staff of about 184 people. The company is working to improve the performance of employees, one of the efforts to improve employee performance by improving work ability and motivation of employees. However, there is still a difference of performance between expectations and reality. To determine the relationship between variables, researchers used methods of testing such as deskriptive analysis, test multikolinieritas, heterokedastisitas, normality, simple regression and multiple regression, coefficient of determination, the significance of the partial effect, and simultaneous significance. T-test (test the significance of the partial effect) showed that motivation have positive effect on the ability to work at PT. Karunia Samudera Hindia Sibolga with the results $t_{hitung} (15,269) > t_{tabel} (2,6549)$. T-test (test the significance of the partial effect) showed that motivation has positive effect on the employees performance at PT. Sari Surya Perwira Medan with the results $t_{hitung} (8,165) > t_{tabel} (2,6549)$. T-test (test the significance of the partial effect) also shows that the work ability has positive affects on employee performance in PT. Sari Surya Perwira Medan with the results $t_{hitung} (7,287) > t_{tabel} (2,6549)$, then the H_1 Ho accepted and rejected. The result of F test (simultaneous significance test) showed a significant relationship between motivation and work ability to employees performance in PT. Sari Surya Perwira Medan indicated by the results of the calculation: $F_{hitung} (33,808) > F_{tabel} (3,15)$ which means that H_1 is accepted and H_0 is rejected. Determination test results indicate that the effect of variable X_1 (motivation) and X_2 (work ability) to variable Y (employee performance) is 52.2%. It is quite high value to affect the performance of employees. The remaining 47.8% is influenced by other factors such as style of leadership, discipline and others.

Keywords: Motivation, Work Ability, Employee Performance

Latar Belakang

Salah satu aspek yang paling sulit dihadapi manajemen pada seluruh organisasi saat ini adalah bagaimana membuat karyawan mereka bekerja secara efisien. Aspek organisasi telah menyebabkan sebagian besar industri menggunakan strategi yang digunakan untuk memotivasi kekuatan kerja mereka. Kebanyakan literature dalam studi organisasi, misalnya, Mitchell (2012) adalah berpandangan sebuah organisasi bias sukses, anggotanya harus mau dan mampu melakukan pekerjaan mereka. Hal ini menisyaratkan bahwa kinerja anggota organisasi secara bersama-sama ditentukan oleh motivasi anggota dan kemampuan mereka. Feldman dan Daniel (2012) menyatakan bahwa kinerja bersama-sama ditentukan oleh kemampuan dan motivasi. Hal ini penting karena dalam tingkatan tertentu, kurangnya kemampuan tidak dapat dikompensasikan dengan tingginya motivasi dan sebaliknya kurangnya motivasi

tidak dikompensasikan dengan tingginya kemampuan. Keduanya adalah komponen penting dari kinerja yang efektif dalam organisasi (Gana dan Fatima, 2012).

PT. Sari Surya Perwira Medan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pelayaran. Perusahaan tersebut mempekerjakan karyawan sebanyak 184 orang. Karyawan yang telah menyelesaikan pekerjaannya dengan sangat baik, tidak diberikan penghargaan berupa kenaikan pangkat atau gaji. Sehingga karyawan merasa de-motivasi akibat dari kurangnya pengakuan dan penghargaan dari perusahaan.

Fenomena untuk kemampuan kerja dari perusahaan adalah perusahaan mendapati bahwa masih banyak karyawan yang kurang sanggup untuk menyelesaikan target yang diberikan perusahaan.

Fenomena untuk kinerja karyawan adalah karyawan sering melakukan kesalahan pada saat bekerja, memiliki gerak kerja yang lambat, dan kurang mampu memahami tujuan dan sasaran

yang diinginkan dicapai oleh perusahaan karena perusahaan ini kurang memberikan pelatihan bagi karyawan mereka. Kinerja karyawan yang juga menurun karena terdampak beberapa faktor yang mempengaruhinya. Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan.

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian tesis ini adalah:

1. Motivasi kerja karyawan masih rendah.
2. Kemampuan kerja karyawan masih rendah.
3. Kinerja karyawan belum sesuai dengan harapan perusahaan.

Pembatasan Masalah

Disebabkan keterbatasan waktu, pengetahuan dan dana dari peneliti maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh motivasi dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan.

Motivasi Kerja

Kata motivasi (*motivation*) berasal dari bahasa latin *move*, kata dasarnya adalah motif (*motive*) yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Dengan demikian Motivasi berarti suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu perbuatan atau kegiatan (Nawawi, 2012:32). Motivasi kerja adalah sesuatu yang menimbulkan dorongan atau semangat kerja atau dengan kata lain pendorong semangat kerja (Martoyo, 2012:43).

Kemampuan Kerja

Kemampuan kerja adalah suatu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan (Robbins, 2015:21). Salah satu faktor yang sangat penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan karyawan di dalam melaksanakan suatu pekerjaan adalah kemampuan kerja. Kemampuan merupakan potensi yang ada dalam diri seseorang untuk berbuat sehingga memungkinkan seseorang untuk dapat melakukan pekerjaan ataupun tidak dapat melakukan pekerjaan tersebut.

Dalam fungsi operasional manajemen kemampuan kerja merupakan fungsi

pengembangan, karena dalam fungsi ini pengembangan kemampuan kerja karyawan sangat diperhatikan. Kemampuan kerja pada dasarnya sangat berpengaruh terhadap mutu atau bobot hasil kerja yang dicapai oleh seorang karyawan.

Hal ini dapat dimengerti karena dalam kemampuan kerja terdapat berbagai potensi kecakapan, keterampilan, serta potensi yang lain yang mendukung yang tercermin dalam kondisi fisik dan psikis. Dengan demikian konsep kemampuan kerja mengandung pengertian kekuatan yang ada dalam diri seseorang untuk melakukan pekerjaan.

Kinerja Karyawan

Istilah kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. (Mangkunegara, 2011:67)

Dalam jurnal Krisna, Bagia dan Yulianthini (2015) memaparkan pengertian kinerja yaitu suatu hasil kerja yang dihasilkan oleh seorang karyawan diartikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dengan ini diungkapkan bahwa dengan hasil kerja yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan dapat dievaluasi tingkat kinerja pegawainya, maka kinerja karyawan harus dapat ditentukan dengan pencapaian target selama periode waktu yang dicapai organisasi.

Performance atau kinerja merupakan hasil atau keluaran dari suatu proses (Nurlaila, 2011:71). Menurut pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan (Luthans, 2015:165).

Metode Penelitian

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, yaitu dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang berkaitan dengan motivasi, kemampuan kerja dan kinerja yang ditujukan kepada Karyawan PT. Sari Surya Perwira Medan. Angket terdiri dari 10 (sepuluh) butir pertanyaan tentang motivasi, 10 (sepuluh) butir pertanyaan tentang kemampuan kerja dan 10 (sepuluh) pertanyaan tentang

kinerja karyawan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) dengan bentuk pilihan ganda, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi.

2. Studi dokumentasi yaitu teknik yang digunakan dengan mengambil data berdasarkan dokumen-dokumen atau laporan-laporan yang ada pada perusahaan yang berhubungan dengan penelitian seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas dan peraturan disiplin kerja perusahaan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek penelitian yang di dalamnya terdapat sejumlah data yang diharapkan dapat memberikan keterangan-keterangan yang diperlukan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 184 orang karyawan PT. Sari Surya Perwira Medan

2. Sampel

Setelah diketahui jumlah populasi maka selanjutnya ditetapkan besarnya sampel. Sampel merupakan unit-unit yang dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

Penentuan besar sampel digunakan rumus Taro Yamane.¹⁶

$$n = N / (Nd^2 + 1)$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

d = Presisi

Maka :

$$n = 184 / (184) \cdot (0,1)^2 + 1$$

$$= 184 / 2,84$$

$$n = 64,78 \text{ dibulatkan menjadi } 65 \text{ orang}$$

Maka berdasarkan pendapat di atas pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 orang karyawan PT. Sari Surya Perwira Medan. Pengambilan sampel dilakukan secara propotional random sampling.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil output dari SPSS, dapat disimpulkan bahwa

Tabel 4.15.
Analisa Uji t dan F

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.395	3.292		2.853	.006
Motivasi	.532	.184	.550	2.887	.005
Kemampuan kerja	.180	.182	.188	.989	.326

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2742.324	2	1371.162	33.808	.000 ^a
	Residual	2514.537	62	40.557		
	Total	5256.862	64			

a. Predictors: (Constant), Kemampuan kerja, Motivasi

b. Dependent Variable: Kinerja karyawan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.737	.738	3.36844

Sumber: SPSS 2016

- a. Secara Parsial, Motivasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan. Karena t-hitung yang dihasilkan dalam uji hipotesis parsial (uji t) adalah > dari t-tabel (2,877 > 1,9990) dimana koefisien korelasi parsial adalah signifikan.
- b. Secara parsial, kemampuan kerja mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan, karena t-hitung yang dihasilkan dalam uji hipotesis parsial (uji t) adalah < dari t-tabel (0,989 < 2,6575) dimana koefisien korelasi adalah tidak signifikan.
- c. Secara Simultan, motivasi dan kemampuan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan dihasilkan dalam uji simultan (uji F) adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$ (33,808 > 3,15) dimana koefisien korelasi linear berganda yang diuji adalah signifikan. Maka bisa disimpulkan bahwa variabel bebas motivasi dan kemampuan kerja secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan.
- d. Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi R yang diperoleh signifikan atau tidak, dapat di uji dengan menggunakan Uji F. Hasil analisis pada lampiran tersebut menunjukkan bahwa besaran koefisien korelasi $R_{x_1x_2y}$ sebesar 0,859 berarti motivasi dan kemampuan kerja secara bersama-sama mempunyai hubungan yang positif terhadap kinerja karyawan.

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didalam penelitian inidapat diketahui bahwa variabel Motivasi , Kemampuan Kerja dan Kinerja

- Karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan berada dalam kategori “Cukup Baik”.
2. Berdasarkan hasil Uji t, Motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan. dan Kemampuan Kerja mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan.
 3. Berdasarkan hasil Uji F, Motivasi dan Kemampuan Kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sari Surya Perwira Medan.
 4. Koefisien determination Motivasi dan Kemampuan Kerja dalam meningkatkan Kinerja Karyawan adalah sebesar 0,737 atau 73,7% sedangkan sisa 0,263 atau 26,3% dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya kepemimpinan, disiplin, semangat kerja dan lain-lain.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Fredrick Herzberg. 2009. *The Motivation to Work*. New York: Library of congress cataloging in-publication data.
- Gomes, Faustino. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Andi Ofset.
- Hasibuan, Malayu SP. 2003. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, S.P. Malayu. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia edisi revisi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Husein, Umar. 2001. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kreitner, Robert and Angelo Kinicki, 2001, *Organizational Behavior, Fifth edition*
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2005. *Perilaku Budaya Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu. 2007 dan 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- P.Robbins, Stephen. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- P.Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- P. Robbins, Stephen. 2009, *Perilaku Organisasi*, Jakarta : Salemba Empat.
- Robert L. Manthis & John H. Jackson. (2006). *Human Resource Management (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Bisnis, Edisi ke lima belas*, Bandung: Alfa Beta

AN ANALYSIS OF STUDENTS' ABILITY IN IDENTIFYING GERUND AND PRESENT PARTICIPLE AT SMA SWASTA ANASTASIA PANCUR BATU

Ira Maria Fran Lumbanbatu
Politeknik Mandiri Bina Prestasi

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the ability of students in identifying gerund and present participle. Writer used the qualitative research method to collect the data and complete this paper. In collecting the data, writer used two instruments such as paper test and recorder. Writer tested the students of Politeknik Mandiri Bina Prestasi especially at the third grade students. Writer gave 10 questions to 23 students and the students were divided into 6 groups with one leader of each group. The result of this research shows that 78,26% students are able to identify gerund and present participle. It was showed by the score that they got start from 70-90 scores. 21,74% students are unable to identify gerund and present participle because they got 50-60 scores. Each student use the different way in determining gerund and present participle. There are 12 students follow the theory of Murcia, 3 students follow the theory of Solahudin and 8 students do not follow any theory.

Key words: *Ability, gerund, present participle*

1. Introduction

Communication is involved in every part of our life. When you are reading a report, listening to instruction, filling out the application form, or speaking about the interest thing, it means you are spending your time in communication. In communication, a man needs the language as the media to deliver news or something to the other persons. Without language, the information will not be received by the receiver.

According to Gaeng in his book *Introduction to the Principles of Language* (1971:1) stated that "language is the most significant and colossal work that human spirit has evolved. It is a truism to say that language is not necessary in life but that it is essential to human life".

Since language presents in human activity and mind and since it flows so easily from the tongue of native speakers, it is possible for having plans to study it. All the activity has to depend on it because activity will not be working if there is no language to deliver a message.

Students have so many difficulties in analyzing the different between gerund an present participle, that is why the writer considers the obstacles faced by students in learning gerund and present participle. It is about getting student.s potency in distinguishing them. According to the discussion above, writer gets a title "An Analysis of Student's Ability in Identifying Gerund and Present Participle at SMA Swasta Anastasia Pancur Batu".

Writer chose this topic because writer wants to know the students. ability to identify and to differentiate gerund and present participle in a sentence and writer also wants to get some experiences in teaching the student of Senior High School. In addition to experience, writer wants to conquer her fear standing up in front of some students.

2. Review Literature

2.2 Gerund

2.2.1 Definition of gerund

Burch in her book *A Writer's Grammar Book* (2003:94) defined that "gerunds are also readily identifiable by their form: base verb + ing (working, cheering, smoothing). They function only as nouns and can appear where nouns do: in the subject slot, the direct object. They can also function as objects of prepositions and as appositives". Azar in her book *Understanding and Using English Grammar* (1993:150) stated that "a gerund is the -ing form of a verb (e.g., talking, playing, understanding)".

According to Simamora in his book *Structure III* (2015:20) stated that "a gerund is a verbal ending in -ing that functions as a noun. Like an ordinary single word noun, a gerund may be used as a subject, direct object, subjective complement and appositive". Paperback *Oxford English Dictionary* seventh edition, stated that "gerund is a verb form which functions as a noun, in English ending in -ing".

Thomson and Martinet in their book *A Practical English Grammar* (1986:228) argued “the gerund has exactly the form as the present participle: running, speaking, working, etc. It can be used in the following ways: as subject of a sentence, as complement of a verb, after prepositions, after certain verb, in noun compounds”.

According to the statements above, writer concluded that gerund is the base verb (verb-1) ending with -ing. Gerund is used as a noun and has some functions as the subject, direct object, as an object after the preposition and appositive.

2.2.2 Kinds of gerund

Wishon and Burks on their book *Let's Write English* revised edition (1980:268) assumed that there are two kinds of gerund such as simple gerund and gerund phrase.

a. The simple gerund

The gerund is the-ing form of the verb used as noun. Notice that the gerund has the same form as the present participle. However, it functions differently in the sentence. It is always a noun and can function in any noun position.

Example : Swimming is a good exercise.

I am so tired of jogging.

Jenny keeps fighting with her sibling.

My favorite sport, running, takes a great deal of an effort.

b. The gerund phrase

While a gerund functions as a noun, it also retains some of the characteristics of a verb. Although it may have adjective modifiers like a noun (usually before it), it may also have adverbial modifiers like a verb (usually after it). If a noun or pronoun precedes a gerund, it must be in the possessive form.

Example : His acting is so professional.

My favorite sport, running for miles, takes a great deal of an effort.

Acting is a gerund of the sentence “his acting is so professional” but his acting and running for miles are gerund phrase.

2.2.3 Functions of gerund

Burch in her book *A Writer's Grammar* (2003:94) stated that “gerund always functions or works as a noun”. Therefore, you will find it in places where nouns typically found: as subject, direct object, object of preposition and appositive.

a. Gerund as the object of the sentence

All the subject of a sentence must be noun.

There are some kinds of noun that used as subject, such as a person, name of place or thing, and gerund.

Example :

1. Driving needs full attention.

2. Gambling cannot make someone rich.

3. Dancing is one of my hobbies.

From those examples above, driving, gambling, dancing, they act as a noun. They are not function as the predicate of the sentence because the predicate is the word after them. Is, cannot, and needs are the predicate.

b. Gerund as the direct object of certain verb

When gerunds follow verbs, they function as direct objects of those verbs. The sentence form is noun + verb + noun, a pattern that requires a transitive verb. However, only certain verbs can be followed by gerunds.

Example: I like dancing.

She loves camping on a top mountain.

The students stopped crying after their mother came to school. Dancing is a gerund of the sentence “I like dancing”, it is not a verb because the verb or the predicate is like. The position of dancing on that sentence acts as the direct object because it follows the verb directly. Here is a reference list of some of the more common verbs that can be followed by gerunds, together with illustrative sentences by Wishon and Burks (1980:269), Simamora (2015:26), Azar (2003:368).

2.3 Participle

2.3.1 Definition of participle

According to Burch in her book *A Writer's Grammar Book* (2003:98), stated that “participles are the most difficult to identify by form because they can have more than one form: past participial form (ends in -en, -ed, -t as in written, frayed, burnt) or present participial form (ends in -ing as in tearing, weeping, snoozing).

They have, though, only one function: as adjectives and patterning with nouns”. “There are two participles in English: the past participle, which usually ends in ‘ed’, and the present participle, which ends in -ing” stated in Collins COBUILD Advanced Dictionary of English (2015).

So, writer concluded that participle is the verbs form that functions not as a noun but as an adjective in a sentence. In participle, there are two forms like the present participle and the past participle. Each form has different ending sound

like –ing for present participle and –ed, –en, –t, for the past participle form as we already called it verb-3.

2.3.2 Kinds of participle

In accord with Wishon and Burks on their book *Let's Write English* (1980:261) assumed that participle has two kinds as the simple participle and the participial phrase.

a. The simple participle

The present participle (the –ing form of the verb) and the past participle (the ed, –en form of the verb) may be used in sentences as adjective modifiers. They may modify nouns occurring in any position in the sentence. The simple participle may have four positions in the sentence.

1) Before a noun :

The crying baby is suffering from the heat.

2) After a noun as appositive:

The baby, crying, woke his mother.

3) At the beginning of a sentence, to modify the subject.

Crying, the baby woke his mother.

4) After a linking verb :

She seemed worried.

Participles may be used in perfect constructions and perfect passive construction, as in the examples below.

Examples :

Having eaten, the baby went to sleep.

Having been helped, he wanted to help others.

Being worried, I forgot to speak to them.

Having been listening, I knew all that had been said.

b. The participial phrase

Participles commonly have objects and adverbial modifiers and they can sometimes have subjects. The participle and its subjects, objects and modifiers make up the participial phrase.

Example :

The man being my uncle, I had no choice but to do as he asked me.

The girl wearing the red blouse is Angela.

Walking rapidly past the burning building, I saw a woman escape through a downstairs window.

2.3.3 Form of participle

Participle has two forms as past participle and present participle. Both participles have the function as an adjective in a sentence.

a. Past participle

Past participle or commonly known as verb-3 is a participle that formed from verb-1 with additions

–ed, –en or –d and sometimes it has the irregular form.

Example: verb 1 verb 2 verb 3
Finish finished finished
Study studied studied
Speak spoke spoken

Example:

James has lived in Nias.

English is taught in elementary school.

I am interested in reading.

The sentence “James has lived in Nias” is perfect tense and past participle gets an act after the word “has”. The next and last sentences that used past participle is included in passive voice category.

b. Present participle

Present participle has the same form with gerund. It is formed from the base verb (verb-1) and adding with –ing. Even though they have the same form, the function of them is different. When gerund functions as a noun of a sentence, so present participle functions as adjective, adverb and verb.

2.3.4 Functions of present participle

Present participle or the –ing form has some functions when putting it down on a sentence. The functions of present participle are as a verb in continuous tense, as an adjective after the linking verb.

a. As a verb in continuous tense

Present participle can function in present continuous, present perfect continuous, past continuous, past perfect continuous, future continuous tense.

Example:

The students are learning English.

(Present continuous)

The students have been learning English.

(Present perfect continuous)

The students were learning English.

(Past continuous)

The students had been learning English.

(Past perfect continuous)

The students will be learning English.

(Future continuous)

b. As an adjective

Present participle has some positions when being an adjective on a sentence, which are:

1) After linking verb

Example:

This job is boring.

My boyfriend is very charming.

Your voice is amazing.

2) Before noun

Example: A rolling stone
An annoying boy

3) After noun or acts as appositive

Example: Her father, sleeping, is getting sick.
The man, walking on the street, is your brother.

4) After an object

Example: Can you make this book interesting?

c. As an adverb

Example:
Crying for milk, the baby woke everyone up.

2.4 Distinguishing –ing participle from gerund

Any discussion of participles must begin by distinguishing –ing participle from gerund. The same look of gerund and present participle will confuse someone to identify the subject and the verb of sentence. The –ing participles and gerunds had different form as well as different functions.

According to Murcia in her book *The Grammar Book* (1983:447) assumed that “one of the best ways of distinguishing –ing participle and gerunds is to remember that gerunds function as noun whereas –ing participles function as \adjectives”. So, if you find an -ing form of a verb that can replace noun, it is a gerund.

On the other hand, Solahudin (2014:42) argued that „the difference of present participle and gerund is known by the meaning and the function of them in a sentence; present participle means “that/which”, example: a boiling water (a water which is boiling) and plays role as adjective and verb; gerund means “for/to”, example: a boiling bottle (a bottle to boiling a water) and plays role as noun..

Murcia and Solahudin have different view to differentiate gerund and present participle. A statement of Murcia told that a way to differentiate the verbal is by looking the function of the verbal itself. Solahudin stated that the way to identify the verbal is to understand the meaning and function of the verbal. Both statements can be used to identify the verbal. We have to pay attention about the meaning of gerund and present participle and also the function of them.

3. Research Method

1. Research Subject

To complete the data of this paper, writer has to make a research of some people to analyze their ability in distinguishing gerund and present participle as written down on the title. Writer

chose the students of SMA Swasta Anastasia Pancur Batu as the population of research.

In consonance with Mr. Join, an English teacher of SMA Swasta Anastasia Pancur Batu, he said that he has already taught them about gerund and participle to the students. So, writer chose the third grade of Anastasia’s school as the sample case of the study because they have learnt about it. The class is consisted of 23 students.

2. Research Instrument

Writer used two instruments that are consisted of paper test and recorder to complete the data that are needed for this study. In this test, writer gave the test about gerund and present participle on a paper that is aimed to know the students’ \achievement after learning it and also to know their ability in identifying gerund and present participle. The students will be divided into some groups and one of them will be a leader of each group. Each group is consisted of some persons that will discuss the paper test that is given by writer.

After giving the paper test, writer continues to get some dialogues with the students to get the way of them in distinguishing gerund and present participle. The leader of each group will tell the way of them when differentiating gerund and present participle. This dialogue will show that every person may have the different way to identify verbal.

3. The Technique of Collecting Data

After giving the paper test, the data which derived from it was used as stuff to be analyzed by the writer. To analyze the data, writer has some criteria as written below.

1. An excellent score is specified by 90-100 score achievement.
2. A very good score is expressed by 70-89 score achievement.
3. A good score is determined with 60-69 score achievement.
4. A bad score is known through 0-59 score achievement.

Student Score Explanation

Excellent 90-100 Able Very good 70-89 Able
Good 60-69 Unable Bad 0-59 Unable

4. Technique of Analyzing the data

Students with the excellent score mean that they have understood the function and form both gerund and present participle. It is easy for them to differentiating it. Students which got very good score show that they have understood

about it both but not focused when identified them so the error checking occurs.

Good and bad score mean the students do not understand about the verbal especially gerund and present participle. It means that the students still confuse about the function of gerund and present participle.

Dialogue is the last step that is done by writer to complete the research. In this dialogue, writer will ask the students about the manner that is used by the students to identify gerund and present participle. This dialogue will be recorded and laden in data transcription.

The writer will reduce the data by taking the important information which is called as data reduction. After carrying out the data reduction, writer will conclude and oppose the data with two theories that have been explained. The researchers have theorized about the way to differentiate gerund and present participle and the outcome of the dialogue will show the number of persons that followed the theories. Some persons may follow the theories of the researchers but maybe some of them use their own way.

5. Conclusion

1. There are 78,26 % students which are able to identify gerund and present participle.
2. There are 21,74 % students that are unable to identify gerund and present participle.
3. From 23 students, there are 12 students follow the theory of Murcia, 3 students follow the theory of Solahudin and 8 students do not follow one of the theory that have been explained.

REFERENCES

Azar, Betty Schramper, 2003. *Fundamentals of English Grammar*. United States of America. Pearson Education.

- Azar, Betty Schramper, 1993. *Understanding and Using English Grammar*. Jakarta. Binarupa Aksara.
- Collins, 2015. *Collins COBUILD Advanced Dictionary of English*. Glasgow. HarperCollins Publisher.
- Farbman, Evelyn, 1985. *Signals A Grammar and Guide for Writers*. Boston. Houghton Mifflin Company.
- Givon, T., 2001. *Syntax An Introduction Volume 1*. Amsterdam. John Benjamins Publishing Company.
- Greenbaum, S. and Quirk, R., 1990. *A Student's Grammar of the English Language*. Edinburgh Gate. Pearson Education Limited.
- Hancock, Craig, 2005. *Meaning-Centered Grammar An Introductory Text Unit 6*. London. Equinox Publishing Ltd.
- Murcia, Marianne Celce, 1983. *The Grammar Book*. Rowley, Massachusetts. Newbury House Publisher, Inc.
- Solahudin, M., 2014. *7 Masalah Grammar Paling Sulit*. Jogjakarta. Berlian.
- Thomson, A.J. and Martinet, A.V., 1986. *A Practical English Grammar*. New York. Oxford University Press.
- Wishon, E. George, 1980. *Let's Write English* revised edition. New York. Litton Educational Publishing International

ANALISA PERANAN PEMBERIAN INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN PRESTASI KERJA KARYAWAN LEMBAGA PENDIDIKAN PELITA MANDIRI MEDAN

Eddy

NIDN: 0110018704

Dosen Program Studi Manajemen Perpajakan Politeknik IT&B Medan

ABSTRAKSI

The success of a company is influenced by the employee's job performance, and in improving employee's job performance the company provides motivation for employees to work effectively and productively it is by providing incentives. This research is aimed to find out the Influence of incentive towards Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan employees' job performance. The sample of this study was 35 people, taken from all employees who worked for more than one (1) year at Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan. Technique of collecting data of this research used questionnaire.

Keywords : Inentive, Work Achievement

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka antara Lembaga Pendidikan yang satu dengan Lembaga Pendidikan yang lain akan bersaing dalam hal kualitas, baik itu kualitas peningkatan manajemen sumber daya manusia maupun kualitas produk, terutama antara perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Peningkatan manajemen sumber daya manusia merupakan suatu bidang yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi.

Sebelum mengetahui pengertian manajemen sumber daya manusia adanya baiknya kita harus tau pengertian apa itu manajemen dan sumber daya manusia itu sendiri. Manajemen adalah cara mengatur kegiatan agar berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan secara optimal sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan pengertian Sumber daya manusia merupakan aset perusahaan yang sangat vital, peran dan fungsinya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Jadi Manajemen sumber daya manusia menjadi bagian dari manajemen yang fokus pada peranan pengaturan manusia dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier evaluasi kinerja, insentif karyawan dan hubungan ketenaga kerjaan yang baik. Manajemen sumber daya manusia melibatkan semua keputusan dan praktik manajemen yang mempengaruhi secara langsung sumber daya manusia.

kesuksesan suatu Lembaga Pendidikan sangat ditentukan oleh kemampuan seseorang dalam mengelola manajemen sumber daya yang dimiliki, terutama terhadap pengelolaan manajemen sumber daya manusia. Dengan tingkat keahlian yang tinggi sesuai dengan bidang yang dibutuhkan, seseorang akan mampu menjalankan operasional perusahaan secara baik dan sesuai rencana. Hal ini disebabkan sumber daya manusia mengatur tenaga kerja yang ada didalam organisasi, Sehingga terwujud tujuan organisasi dan kepuasan kerja karyawan. Karyawan merupakan sumber daya manusia yang di pekerjakan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan. penempatan karyawan pada suatu bidang haruslah sesuai dengan keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan yang bersangkutan. Begitu juga dengan jumlah pekerjaan yang diberikan kepada karyawan tersebut haruslah sebanding dengan besarnya kapasitas atau volume pekerjaan, sehingga dalam penyelesaian suatu pekerjaan baik dari segi kualitas, kuantitas maupun waktu serta biaya sesuai dengan apa yang di harapkan.

Rendahnya motivasi kerja masih menjadi masalah pokok dalam perusahaan. Karena hal ini juga berhubungan dengan kinerja perusahaan yang terakumulasi dari karyawan. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya motivasi atau semangat kerja karyawan adalah kurangnya insentif.

Insentif merupakan sebagai bagian dari bentuk kompensasi, pemberian balas jasa oleh Lembaga Pendidikan kepada pegawai diluar gaji atau upah sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja karyawan kepada Lembaga Pendidikan.

Insentif mempunyai dua pengaruh yang pertama Pengaruh insentif material adalah untuk motivasi karyawan ketika karyawan dalam kondisi himpitan ekonomi. Sehingga harapan – harapan untuk mendapatkan peningkatan taraf ekonomi dan kesejahteraan semakin mendorong motivasi. Sedangkan yang ke dua pengaruh insentif non material adalah untuk memotifasikan karyawan ketika karyawan dalam kondisi telah memiliki insentif material. Salah satunya pemberian piagam penghargaan sehingga meningkatkan stara sosial. Pelaksanaan pemberian insentif kepada karyawan dalam usahanya untuk mencapai tujuan Lembaga Pendidikan, karyawan selalu berusaha melaksanakan sesuai target Lembaga Pendidikan, akan tetapi dalam pelaksanaan terkadang Lembaga Pendidikan belum sepenuhnya memberikan sesuai dengan yang diharapkan karyawan itu sendiri, gejala tersebut akan mengakibatkan prestasi kerja karyawan rendah dan tidak bersemangat.

Pengertian prestasi kerja merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan terhadap yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan, yang dilakukan guna mendapatkan ukuran penilaian terhadap karyawan terhadap para karyawan untuk kemungkinan pengisian jabatan. Keberadaan sistem prestasi kerja akan lebih mendorong karyawan berprestasi sebaik mungkin. Karena dengan cara ini penilaian Lembaga Pendidikan terhadap karyawan akan lebih objektif. Berhasilnya atau tidaknya suatu Lembaga Pendidikan sangat ditentukan oleh karyawan dalam melaksanakan tugas yang dilimpahkan kepadanya. Untuk itu Lembaga Pendidikan perlu menciptakan suasana kondusif ini dapat terciptalah bila Lembaga Pendidikan dapat memberikan insentif yang sesuai dengan kebutuhan para karyawannya.

Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pendidikan Perkembangannya program – program yang diselenggarakan Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan ternyata sangat diminati oleh masyarakat, Berdasarkan Uraian – uraian diatas, maka penulisan tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Analisa Peranan Pemberian Insentif Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan”.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Sebelum mengetahui pengertian manajemen sumber daya manusia adanya baiknya kita harus tau pengertian apa itu manajemen dan sumber daya manusia itu sendiri .

Pada prinsipnya, manajemen adalah cara mengatur kegiatan agar berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan secara optimal sesuai dengan yang diinginkan. Tujuan yang diharapkan tersebut dapat berhasil dengan baik apa bila kemampuan manusia yang terbatas, baik pengetahuan, teknologi, *skill*, maupun waktu yang dimiliki, dapat dikembangkan dengan membagi tugas pekerjaan, wewenang, dan tanggung jawabnya kepada orang lain. Sehingga, pembagian tugas ini dapat membentuk kerja sama dan kemitraan yang saling menguntungkan untuk pencapaian tujuan yang diinginkan.

Sumber daya manusia merupakan aset perusahaan yang sangat vital, peran dan fungsinya tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya. Dalam suatu perusahaan, sumber daya manusia bukan hanya sebagai alat produksi, tetapi juga penggerak dan penentuan berlangsungnya proses produksi, serta segala aktivitas organisasi. Sumberdaya manusia memiliki andil besar dalam menentukan maju atau mundurnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, kemajuan suatu perusahaan.

ditentukan oleh kualitas dan kapabilitas sumber daya manusia di dalamnya. Di sinilah pentingnya manajemen sumberdaya manusia demi pengembangan perusahaan.

Sedangkan pengertian Manajemen Sumber Daya manusia adalah suatu proses mengatur atau menangani berbagai masalah atau kegiatan pada ruang lingkup karyawan, pegawai buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Bagian yang biasanya mengurus sumber daya manusia adalah departemen sumber daya manusia atau sering disebut Human Resource departemen atau personalia perusahaan.

Manajemen sumber daya manusia menjadi bagian dari manajemen yang fokus pada peranan pengaturan manusia dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier evaluasi kinerja, insentif karyawan dan hubungan ketenaga kerjaan yang baik. Manajemn sumber daaya manusia melibatkan semua keputusan dan praktik

manajemen yang mempengaruhi secara langsung sumber daya manusia.

Berikut ini ada beberapa definisi tentang manajemen sumber daya manusia yang dikemukakan oleh para ahli

1. (Hasibuan, 2000:1), manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.
2. (Indah puji hartatik,SE,MM 2014:13), manajemen sumber daya manusia adalah pengembangan dan pemanfaatan pegawai dalam rangka tercapainya tujuan dan sasaran individu, organisasi, masyarakat, bangsa, dan internasional yang efektif. (Armstrong, 1990:3) manajemen sumber daya manusia suatu pendekatan terhadap manajemen manusia yang berdasarkan empat prinsip dasar yaitu :
 - a. Sumber daya manusia adalah harta paling penting yang dimiliki suatu perusahaan, sedangkan manajemen yang efektif adalah kunci bagi keberhasilan perusahaan tersebut.
 - b. Keberhasilan perusahaan sangat mungkin dicapai jika peraturan atau kebijaksanaan dan prosedur yang berkaitan dengan manusia dari perusahaan tersebut saling berhubungan, serta memberikan sumbangan terhadap pencapaian tujuan perusahaan dan perencanaan strategis.
 - c. Kultur dan nilai perusahaan, suasana perusahaan, dan perilaku manajerial yang berasal dari kultur tersebut akan memberikan pengaruh yang besar terhadap hasil pencapaian yang terbaik.
 - d. Manajemen sumber daya manusia berhubungan dengan integrasi, yakni semua anggota perusahaan tersebut terlibat dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.
 - e. Dari seluruh definisi beberapa ahli tersebut, maka manajemen sumber daya manusia, yaitu ilmu dan seni dalam kegiatan perencanaan, pengelola, dan pengembangan segala potensi sumber daya manusia yang ada, serta hubungan antar manusia dalam suatu perusahaan ke dalam desain tertentu yang sistematis, sehingga mampu mencapai efektivitas dan efisiensi kerja dalam mencapai tujuan, baik individu, masyarakat, maupun perusahaan.

Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Sesuai dengan pengertian manajemen sumber daya manusia yang telah dirumuskan sebelumnya, maka kegiatan – kegiatan pengelolaan sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa fungsi. Sebagai ilmu penerapan dari ilmu manajemen, manajemen sumber daya manusia memiliki fungsi manajemen dengan penerapan di bidang sumber daya manusia. (S.P. Hasibuan, 2005:4) menyebutkan bahwa fungsi manajemen sumber daya manusia dapat dibagi menjadi dua, yaitu fungsi manajemen dan fungsi operasional.

a. Fungsi manajemen

Fungsi - fungsi manajemen ini terbagi atas :

1. Perencanaan

Perencanaan adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi.

3. Pengarahan

Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

4. Pengendalian

Pengendalian adalah kegiatan mengendalikan semua karyawan agar menaati peraturan – peraturan perusahaan dan bekerja sesuai rencana.

b. Fungsi Operasional

Fungsi Operasional ini terbagi atas :

1. Pengadaan

Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

2. Pengembangan

Pengembangan adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoretis, konseptual, dan moral karyawan melalui pendidikan serta pelatihan.

3. Kompensasi

Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung dan tidak langsung, baik berupa uang maupun barang, kepada karyawan

sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan.

4. **Pengintegrasian**
Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dengan kebutuhan karyawan, agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan.
5. **Pemeliharaan**
Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan agar tetap mau bekerja sama sampai pensiun.
6. **Kedisiplinan**
Kedisiplinan merupakan fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan sebab, tanpa adanya disiplin yang baik, sulit terwujudnya tujuan yang maksimal.
7. **Pemberhentian**
Pemberhentian adalah putusannya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan dari pihak karyawan, perusahaan, kontrak kerja berakhir, kecelakaan yang memaksa seseorang tidak dapat melanjutkan kontrak kerjanya, pensiun, dan sebab – sebab lainnya.

Pengertian Insentif

Insentif disini merupakan bentuk pembayaran langsung yang didasarkan atau dikaitkan langsung dengan kinerja. Kinerja yang dimaksudkan sebagai pembagian keuntungan bagi pegawai akibat peningkatan produktivitas atau penghematan biaya. Pada umumnya dilakukan sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis. Dalam kaitan ini produktivitas menjadi satu hal yang sangat penting dengan memanfaatkan perilaku pegawai yang mempunyai kecenderungan kemungkinan bekerja seadanya atau tidak optimal dalam sistem insentif yang menerima jumlah tetap, dan akan bekerja secara maksimal bila mana unjuk kerjanya berkaitan langsung dengan *reward* yang dinamakan instrumentality.

Juga bila dikaitkan dengan teori *reinforcement* yang mengatakan bahwa seseorang akan bekerja secara maksimal bila suatu pekerjaan mendatangkan suatu konsekuensi yang sangat penting bagi seorang pekerja, sebab uang dapat menjadi alat penting untuk memenuhi motif primer seperti kebutuhan fisik, rasa

aman, dan pengakuan. jadi baik insentif maupun *gain sharing* merupakan upah variabel yang sering dinamakan sebagai kompensasi tradisional, meskipun sesungguhnya telah ada sejak Taylor dan Fayol sebagai bapak manajemen ilmiah. Hal ini pada umumnya merupakan pelengkap dan salah satu bagian dari sistem insentif diluar gaji dan upah yang bersifat tetap dan tunjangan – tunjangan lainnya. Dalam konteks teori dan praktik, dengan sistem insentif di luar gaji dan upah yang bersifat dan tunjangan – tunjangan lainnya. Berkaitan dengan bahasan tentang pengertian insentif tersebut, berikut ini di kemukakan beberapa teori, konsep maupun definisi atau batasan serta pendapat dari para ahli dibidang tersebut beserta analisis yang penulis berikan.

1. (Dr. M. Kadarisman, 2014:184) “Insentif diartikan sebagai bentuk pembayaran yang dikaitkan dengan kinerja dan *gain sharing*, sebagai pembagian keuntungan bagi karyawan akibat peningkatan produktivitas atau penghematan biaya.” (Nitisemito, 1996:165), insentif adalah penghasilan tambahan yang diberikan kepada para karyawan yang dapat memberikan prestasi sesuai dengan yang telah ditetapkan.
2. (Handoko, 2002:176), menyatakan bahwa pengertian insentif adalah “Perangsang yang ditawarkan kepada para karyawan untuk melaksanakan kerja sesuai atau lebih tinggi dari standar-standar yang telah ditetapkan”. Pemberian insentif terhadap karyawan merupakan upaya untuk memelihara karyawan agar dapat bekerja lebih baik dan maksimal. Berdasarkan uraian tersebut, berikut yang perlu di globalisasi adalah bahwa dalam pemberian insentif berdasarkan jumlah hasil pekerjaan karyawan yang dinyatakan dalam unit produksi, berarti merupakan imbalan jasa yang langsung terkait dengan prestasi kerja, atau bayaran lebih yang diberikan karena pegawai harus bekerja ekstra keras untuk berbagi keadaan atau kondisi kerja yang kurang nyaman. Yang dicakup dalam insentif ini dapat berupa bekerja melebihi waktu kerja normal atau lembur, waktu kerja *shift*, kerja saat hari libur atau lain – lain kondisi yang berkaitan dengan kondisi lingkungan kerja yang berisik, panas, lembab, gelap, berbau, serta kondisi kerja kurang nyaman lainnya.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Adapun analisa yang dilakukan adalah dengan analisis deskriptif dengan tetap mengacu pada hasil interpretasi data dan informan data tersebut sesuai dengan fokus kegiatan penelitian. Dari seluruh data dan informasi yang telah dikumpulkan, baik melalui studi kepustakaan, wawancara mendalam dengan informan, maupun studi dokumentasi maka dapat diberikan suatu Analisa Peranan Pemberian Insentif Terhadap Peningkatan Prestasi Kerja Karyawan Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan.

1. Dan dengan adanya Keberhasilansuatu lembaga pendidikan sangat mungkin disebabkan oleh adanya pimpinan yang efektif dalam mengelola sumber daya manusia dengan baik. Agar karyawan dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Dalam hal ini pimpinan harus mampu mempengaruhi karyawannya agar dapat melakukan tugasnya secara efektif dengan hasil yang baik, tanpa ada unsur tekanan dan paksaan. Pimipinan memiliki peran penting dalam mewujudkan peran serta aktif setiap karyawan, sesuai dengan posisi dan jabatannya. Mampu memberikan peluang bagi karyawan untuk tidak saja aktif melaksanakan tugas-tugas rutin, tetapi juga dalam mewujudkan kemajuan dan perkembangan lembaga pendidikan melalui kegiatan yang memerlukan kreativitas dan inisiatif, yang secara langsung memberikan peluang untuk mewujudkan kemampuan karyawan secara maksimal. Dengan memberikan peluang untuk mewujudkan kemampuan karyawan berarti seorang pemimpin berusaha untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia karyawannya yang secara langsung akan meningkatkan prestasi kerja karyawan.
2. Dalam suatu lembaga pendidikan, selain pimpinan dan upah atau gaji, Insentif juga memiliki peran penting. karena Insentif merupakan suatu balas jasa yang diberikan kepada karyawan dengan jumlah tertentu dan sebanding dengan hasil yang dicapai yang bertujuan untuk memotivasi karyawan agar bersemangat dalam menjalankan pekerjaannya. Banyak manfaat yang ditimbulkan oleh insentif ini, salah satunya adalah dapat meningkatkan kinerja lembaga pendidikan dan mebangun kerja sama yang baik. Suatu perusahaan yang tidak memberikan insentif pada karyawan dapat mengakibatkan para karyawan bermalas malasan, tidak disiplin dan urung – uringan

dalam bekerja. Karyawan menganggap lembaga pendidikan cuek n tidak peduli terhadap karyawannya. karena tidak ada motivasi bagi mereka untuk melakukan pekerjaan tersebut. Sehingga perusahaan tidak akan mengalami kemajuan dan bahkan perusahaan bisa mengalami goncang atau kemunduran. Lain halnya bila lembaga pendidikan memberikan insentif pada karyawan. Dengan adanya insentif maka para karyawan akan termotivasi untuk bekerja lebih baik, lebih giat lagi dan lebih semangat lagi sehingga pekerjaan yang mereka lakukan akan cepat terselesaikan dan target mereka tercapai. Dan dengan adanya insentif yang diberikan oleh lembaga pendidikan pada karyawannya maka akan membawa dampak positif bagi lembaga pendidikan itu sendiri. Dengan begitu betapa pentingnya pemberian insentif kepada karyawan – karyawan untuk membantu kebutuhan hidup para karyawan sehingga akan terciptalah hubungan yang saling menguntungkan antara karyawan dengan lembaga pendidikan dan pada akhirnya tujuan utama dan target dari lembaga pendidikan tersebut akan tercapai.

3. Inisentif akan berfungsi sebagai sebuah pelumas untuk dapat meningkatkan kualitas karyawan untuk dapat bekerja maksimal guna meningkatkan laba lembaga pendidikan. Tujuan pemberian insentif adalah untuk merangsang karyawan agar lembaga pendidikan memperoleh laba yang lebih besar. Dengan pemberian insentif diharapkan karyawan akan mau bekerja lebih maksimal dan lebih baik lagi.
4. Prestasi kerja karyawan memiliki kemampuan dimana terdapat unsur kerja keras, faktor internal perorangan, dan keinginan dari setiap karyawan. Komponen lainnya yaitu usaha yang terdiri dari unsur insentif, kemampuan untuk bekerja dan kedisiplinan, serta komponen latihan yang dipergunakan untuk mengatasi masalah dalam pekerjaannya. Dengan prestasi yang tinggi, maka pencapaian tujuan lembaga pendidikan dapat dicapai semaksimal mungkin.

KESIMPULAN

1. Dalam suatu lembaga pendidikan selain pimpinan, upah atau gaji, insentif memiliki peran penting. Karena, banyak manfaat yang ditimbulkan oleh insentif ini, salah satunya dapat meningkatkan kinerja lembaga pendidikan dan membangun kerja sama yang baik dan Inestif merupakan program atau

dorongan finansial dan suatu bentuk penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan yang berprestasi agar karyawan termotivasi untuk produktivitas kerja yang lebih baik lagi.

2. Peranan pemberian insentif yang dilakukan Lembaga pendidikan Lembaga Pendidikan Pelita Mandiri Medan bertujuan untuk merangsang karyawan agar lembaga pendidikan memperoleh laba yang lebih besar. Dengan pemberian insentif diharapkan karyawan akan mau bekerja lebih maksimal dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadarisman. M. Dr. 2014. *Manajemen Kompensasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- M.M. SE, Pujia Hartatik Indah. 2014. *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Jogjakarta : Laksana.
- Ma'arif Syamsul. M. And Lindawati Kartika. 2012. *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bogor : PT IPB Press
- <http://hidaagustina.blogspot.co.id/2012/01/pengertian-manajemen-sumber-daya.html>
- <http://wardhacheche.blogspot.co.id/2013/05/prestasi-kerja.html>
- Hasibuan Melayu S.p. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusi*. Jakarta : Bumi Aksara

DAMPAK KEPEMIMPINAN DAN KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SERDANG HULU MEDAN

Gloria Cahaya Julida Hutabarat

NIDN: 0106077803

Dosen Program Studi Teknik Komputer Politeknik IT&B Medan

ABSTRACT

Leadership styles and effectiveness of communication is a factor that can affect the performance of employees. In this case the leadership style and effectiveness of communication in the PT. Serdang Hulu Medan Terrain is not yet quite well where the results of research on employee performance has not been maximized. The purpose of this study to know is there any influence of leadership and effectiveness of communication to employee performance partially and simultaneously. The study population was all employees PT. Serdang Hulu Medan is 60 employees. The sampling technique in this research is by using census technique. This technique is used for the population that will be examined are less than 100 people. Data collection method used is the questionnaire (questionnaire) and documentation. Data collected were analyzed using multiple linear regression analysis to test the hypothesis partial test (t test) and a simultaneous test (f test). The regression analysis of data demonstrated leadership style and effectiveness communication have positive effect on employee performance so when leadership style or/nor effectiveness communication increases thus employee performance will increase also. Based on partial test (t test) showed that the leadership style t count $>$ t table with significant value of P value ≤ 0.05 . It means leadership style has positive and significant effect on employee performance. Thus H_0 is rejected and H_a is accepted. Variable effectiveness of communication t count $<$ t table with significant value of P value $>$ 0.05 . It means effectiveness of communication has positive but not significant effect on employee performance. Thus H_0 is accepted and H_a is rejected. Based on simultaneous test (f test) showed that the leadership style variable, the variable effectiveness of communication together influence on employee performance variables where f count $>$ f table.

Keywords: Leadership Style, Effectiveness of Communication, Performance.

PENDAHULUAN

Seorang pemimpin dalam organisasi harus dapat menciptakan keserasian interaksi yang baik dengan para bawahannya guna membina kerjasama yang harmonis dengan mengarahkan sistem kerja yang benar, membimbing kepribadian karyawan agar lebih terarah terhadap tujuan dari pencapaian organisasi dan mendorong semangat kerja para karyawan sehingga terciptanya motivasi yang positif sehingga menimbulkan kinerja yang maksimal dengan didukung oleh fasilitas-fasilitas dalam lingkungan kerja mereka untuk mencapai sasaran organisasi. Gaya kepemimpinan yang handal mempengaruhi kinerja kerja karyawan dan kinerja produktivitas suatu organisasi juga. Kepemimpinan (*Leadership*) mempengaruhi atau memberi contoh kepada pengikut-pengikutnya melalui proses komunikasi dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih PT. Serdang Hulu Medan. Terdapat beberapa

permasalahan yang dikaji oleh peneliti dalam perusahaan ini dalam gaya kepemimpinan dan komunikasi yang berpengaruh besar terhadap kinerja karyawan. Dalam masalah gaya kepemimpinan, PT. Serdang Hulu Medan merupakan perusahaan yang telah berdiri sejak 1997 dan baru dalam 5 tahun belakangan dipimpin oleh pemimpin baru.

IDENTIFIKASI MASALAH

Dengan melihat latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain:

- Gaya kepemimpinan yang kurang tegas
- Kurangnya penghargaan atas prestasi kerja yang menyebabkan ketidakpuasan dalam bekerja
- Penempatan posisi kerja yang kurang sesuai
- Komunikasi antar sesama yang kurang bagus
- Sistem manajemen karyawan tidak efektif
- Kurangnya perhatian terhadap kepuasan karyawan

- g. Fasilitas kerja yang tidak memuaskan
- h. Kurangnya informasi dan penjelasan

PEMBATASAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, ada beberapa faktor produksi. Faktor-faktor tersebut antara lain: tanah, tenaga kerja, modal, dan skill. Di dalam penelitian ini, penulis membatasi untuk mengungkap faktor kinerja karyawan (sumber daya manusia). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh gaya kepemimpinan, efektivitas komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan gaya kepemimpinan, efektifitas komunikasi dan kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan?
2. Seberapa besar pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan?
3. Seberapa besar pengaruh efektifitas komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan?
4. Seberapa besar pengaruh gaya kepemimpinan dan efektifitas komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan?

GAYA KEPEMIMPINAN

Pengertian Gaya Kepemimpinan

Soekarso (2010:11) mendefinisikan gaya kepemimpinan sebagai perilaku atau tindakan pemimpin dalam mempengaruhi para anggota/pengikut serta melaksanakan tugas-tugas pekerjaan manajerial. Menurut Masmuh (2010:265), gaya kepemimpinana merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang dia lihat.

Menurut Thoha (2010:49) gaya kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat.

Indikator Gaya Kepemimpinan

Menurut Wahjosumidjo dalam Wijayanti (2012), indikator gaya kepemimpinan yang efektif yaitu:

1. Bersifat adil

2. Memberi sugesti
3. Mendukung tujuan
4. Katalisator
5. Menciptakan rasa aman
6. Sebagai wakil organisasi
7. Sumber inspirasi
8. Bersikap menghargai

KOMUNIKASI

Teori dan Pengertian Efektivitas Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communocare* yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran atau pengertian. Pada hakikatnya komunikasi adalah “pernyataan antar manusia”, dimana ada proses interaksi antara dua orang atau lebih untuk tujuan tertentu.

Menurut Romli (2013), Komunikasi secara sederhana dapat dimaknai sebagai proses penyampaian informasi atau pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan melalui sarana tertentu dengan tujuan dan dampak tertentu pula.

Indikator Efektivitas Komunikasi

Menurut Suranto (2010:105), ada beberapa indikator komunikasi efektif, yakni:

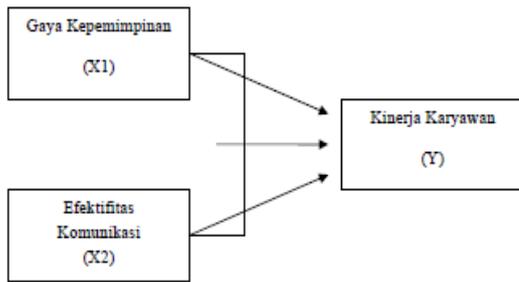
1. Pemahaman
2. Kesenangan
3. Pengaruh pada sikap
4. Hubungan yang makin baik
5. Tindakan

KINERJA KARYAWAN

Pengertian Kinerja

Secara etimologis, kinerja adalah sebuah kata yang dalam bahasa Indonesia berasal dari kata dasar “kerja” yang menerjemahkan kata dari bahasa asing prestasi, bisa pula berarti hasil kerja. Sehingga pengertian kinerja dalam organisasi merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan organisasi yang telah ditetapkan (www.wikipedia.com).

Arti kata kinerja berasal dari kata *job performance* dan disebut juga *actual performance* atau prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang telah dicapai oleh seseorang karyawan (Moeheriono, 2012:69).



Gambar : Kerangka Pemikiran Teoritis

HIPOTESIS

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- Pelaksanaan gaya kepemimpinan, efektifitas komunikasi dan kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medantidaklah bagus.
1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan.
 2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan efektifitas komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan.
 3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya kepemimpinan dan efektifitas komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Serdang Hulu Medan.

Uji Validitas

Dalam penelitian ini menggunakan analisis butir yaitu skor-skor total butir dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. Pengujian validitas menggunakan bantuan program SPSS 22.0

Berdasarkan data perhitungan pada tabel lampiran dengan perbandingan r hitung signifikansi 5%, maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Rxy	R tabel	Ket
Gaya Kepemimpinan (X1)	0,556	0,30	Valid
Efektifitas Komunikasi (X2)	0,484	0,30	Valid

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai *cronbach's Alpha* $\geq 0,60$, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	α hitung	standard α	Ket
Gaya Kepemimpinan	0,815	0,6	Reliabel
Efektifitas Komunikasi	0,813	0,6	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,863	0,6	Reliabel

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinieritas

Hasil uji melalui SPSS 22.0 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Jumlah X1	0,524	1,907
Jumlah X2	0,524	1,907

a. Dependent Variable: Jumlah Y

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini, taraf signifikansinya adalah 5%, jumlah sampel (T) = 60, jumlah variable (k) = 2, batas bawah Durbin Watson (dL) = 1.5144, batas atas Durbin Watson (dU) = 1.6518 (lampiran 4 tabel DW). Nilai (4 - d) = (4 - 2.248) = 1.752.

Hasil dari uji autokorelasi dengan menggunakan program SPSS 22.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.568	.527	5.613	2.248

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

b. Dependent Variable: Jumlah Y

Sumber: Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi parsial dengan menggunakan rumus *Pearson Correlations* ditunjukkan pada tabel hasil uji berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Parsial dengan *Pearson Correlations*

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1,000	,627	,588
	X1	,627	1,000	,790
	X2	,588	,790	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,001
	X1	,000	.	,000
	X2	,001	,000	.
N	Y	60	60	60
	X1	60	60	60
	X2	60	60	60

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Simultan Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.568	.527	5.613	2.248

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

b. Dependent Variable: Jumlah Y

Sumber: Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian regresi berganda antar variabel X1 & X2 secara simultan terhadap variabel Y dengan menggunakan program SPSS22.0 yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda Variabel X1 & X2 dengan Y Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	23,300	4,052	
	Jumlah X1	,269	,085	,495
	Jumlah X2	,035	,114	,047

a. Dependent Variable: Jumlah Y

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Pengujian Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig	Keterangan
Gaya Kepemimpinan	3,185	1,67155	0.002	signifikan
Efektifitas Komunikasi	0,305	1,67155	0.762	tidak signifikan

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 9. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji Simultan (Uji f) ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285,092	2	142,546	11,036	,000 ^b
	Residual	736,241	57	12,917		
	Total	1021,333	59			

a. Dependent Variable: Jumlah Y

b. Predictors: (Constant), Jumlah X2, Jumlah X1

Sumber : Data yang diolah (lampiran 3)

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif bahwa variabel gaya kepemimpinan dan efektifitas komunikasi berada pada kategori cukup baik dan kinerja karyawan berada pada kategori baik pada PT. Serdang Hulu Medan.

- Berdasarkan hasil pengujian dengan uji parsial (uji t), dimana Angka t hitung gaya kepemimpinan $3,185 > t$ tabel $1,67155$ dan taraf signifikan $0,002 \leq 0.05$. Dengan demikian H_0 ditolak atau H_a diterima.
- Berdasarkan hasil pengujian dengan uji parsial (uji t), dimana Angka t hitung efektifitas komunikasi $0,305 < t$ tabel $1,67155$ dan taraf signifikan $0,762 > 0.05$. Dengan demikian H_0 diterima atau H_a ditolak.
- Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi parsial, nilai korelasi gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan adalah sebesar $0,627$, ini menunjukkan kuatnya kontribusi variabel gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan dimana besarnya kontribusi yang diberikan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan adalah sebesar 39.31% .
- Berdasarkan hasil pengujian dengan uji simultan (uji f), didapatkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,036 > 4,000$ yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan *probabilitas* F_{hitung} sebesar $11,036$ dengan tingkat signifikansi $0,000$ jauh lebih kecil dari level *significance* yang digunakan yakni sebesar $0,05$ maka H_a diterima yang berarti hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara gaya kepemimpinan dan efektifitas komunikasi terhadap kinerja karyawan secara simultan dapat diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Herlin Arisanti, 2010. Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi dan Akuntabilitas Publik terhadap Kinerja Organisasi, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 9. No. 2, Hal.118-134.
- Arikunto, Suharsimi, 2009. Manajemen Penelitian, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kuncoro, Mudrajad, 2009. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Erlangga, Jakarta.

- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu, 2013. Manajemen Sumber Daya Perusahaan, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Moeheriono. 2009. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Mulyana, Deddy, 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Remaja Rosdakarya,
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, AFABETA, CV, Bandung.
- Sutrisno, Edy, 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Sutrisno, Edy, 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia, Kencana Prenada Media Group, Jakarta

PENDEKATAN PEMBELAJARAN KONTEKSTUAL UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN REPRESENTASI MATEMATIS SISWA

Lois Oinike Tambunan
Universitas HKBP Nommensen

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menelaah kemampuan siswa dalam mengilustrasikan sebuah ide matematika dengan gambar, (2) Menelaah kemampuan siswa dalam menuliskan model matematis dari suatu masalah matematika, (3) Menelaah pembelajaran kontekstual dalam meningkatkan kemampuan representasi matematis siswa, (4) Mendeskripsikan pandangan siswa dan guru terhadap pembelajaran kontekstual dalam meningkatkan kemampuan representasi matematis siswa. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh siswa kelas X SMA Swasta Kampus FKIP Nommensen. Analisis data dilakukan dengan uji perbedaan dua rata-rata (*uji-t*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pendekatan pembelajaran kontekstual mengalami peningkatan kemampuan mengaplikasikan konsep matematika yang lebih baik dibanding siswa yang belajar melalui pembelajaran biasa (konvensional), (2) Mengetahui sikap siswa terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual, (3) Aktivitas siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pendekatan pembelajaran kontekstual secara keseluruhan lebih baik dibanding siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pembelajaran biasa (konvensional).

Kata Kunci: *pembelajaran, kontekstual, representasi, matematis*

Pendahuluan

Matematika merupakan suatu mata pelajaran yang sangat penting bagi siswa. Matematika selain dapat membantu siswa dalam menyelesaikan masalah sehari-hari, juga dapat membantu untuk meningkatkan kemampuan matematika siswa. Karenanya merupakan hal yang wajar jika matematika mulai diajarkan sejak Sekolah Dasar hingga ke Perguruan Tinggi. Sasaran pembelajaran matematika di setiap jenjang pendidikan di antaranya adalah mengembangkan kemampuan siswa dalam berpikir matematis. Pengembangan kemampuan ini sangat diperlukan agar siswa lebih memahami konsep yang dipelajari, dan dapat menerapkannya dalam berbagai situasi.

Dalam *Principles and Standards for School Mathematics* tahun 2000 diungkapkan bahwa representasi adalah salah satu dari lima kemampuan yang hendaknya siswa ketahui dan dapat melakukannya, yaitu: pemecahan masalah, penalaran, komunikasi, koneksi, dan representasi (NCTM, 2000). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan representasi matematis siswa yang selama ini, dianggap hanya merupakan bahagian kecil dari sasaran pembelajaran, dan tersebar dalam berbagai bahan ajar, ternyata dipandang sebagai suatu proses yang fundamental untuk mengembangkan

kemampuan berpikir matematis siswa dan sejajar dengan kemampuan-kemampuan lainnya.

Pencantuman representasi sebagai komponen standar proses, cukup beralasan, karena untuk berpikir matematis dan mengkomunikasikan ide-ide matematika, seseorang perlu merepresentasikannya dalam berbagai cara. Meskipun representasi telah dinyatakan sebagai salah satu standar proses dalam kurikulum 2006 yang harus dicapai oleh siswa melalui pembelajaran matematika, pelaksanaannya bukan hal yang sederhana. Keterbatasan pengetahuan guru dan kebiasaan siswa belajar di kelas dengan cara konvensional belum memungkinkan untuk menumbuhkan atau mengembangkan daya representasi siswa secara optimal.

Terdapat permasalahan dalam penyampaian materi pembelajaran matematika, yaitu kurang berkembangnya daya representasi siswa. Siswa tidak pernah diberi kesempatan untuk menghadirkan representasinya sendiri, sejalan dengan informasi yang disimpulkan dari hasil studi pendahuluan Hudiono tahun 2002 (dalam Hudiono, 2005) menyatakan hasil wawancara pendahuluannya, bahwa menurut guru (pengajar) bahwa representasi seperti tabel, gambar disampaikan kepada siswa, sebagai penyerta atau pelengkap dalam penyampaian

materi, dan jarang memperhatikan representasi yang dikembangkan siswa. Dengan demikian guru mengajarkan representasi terbatas pada yang konvensional, siswa cenderung meniru langkah guru, siswa tidak pernah diberikan kesempatan untuk menghadirkan representasinya sendiri yang dapat meningkatkan perkembangan daya representasi siswa dalam pembelajaran matematika.

Representasi adalah kemampuan siswa mengkomunikasikan ide/gagasan matematika yang dipelajari dengan cara tertentu. Ragam representasi yang sering digunakan dalam mengkomunikasikan ide-ide matematis antara lain: diagram (gambar) atau sajian benda konkrit, tabel *chart*, pernyataan matematika, teks tertulis, ataupun kombinasi dari semuanya (Rahmi, 2002). Representasi dapat dinyatakan sebagai internal dan eksternal. Berpikir tentang ide matematika yang kemudian dikomunikasikan memerlukan representasi eksternal yang wujudnya antara lain verbal, gambar dan benda konkrit. Berpikir tentang ide matematika yang memungkinkan pikiran seseorang bekerja atas dasar ide tersebut merupakan representasi internal. Representasi internal tidak dapat diamati karena ada di dalam mental (Hierbert dan Carpenter dalam Hudojo, 2002).

McCoy, Baker & Little (Rahmi, 2002) mengemukakan bahwa cara terbaik untuk membantu siswa memahami matematika melalui representasi adalah dengan mendorong mereka untuk menemukan atau membuat suatu representasi sebagai alat atau cara berpikir dalam mengkomunikasikan gagasan matematika. Hiebert & Carpenter (Hudiono, 2005) mengemukakan bahwa komunikasi dalam matematika memerlukan representasi yang dapat berupa: simbol tertulis, diagram (gambar), tabel, ataupun benda/obyek.

Ruseffendi (1991) mengemukakan bahwa salah satu peran yang penting dalam mempelajari matematika adalah memahami obyek langsung matematika yang bersifat abstrak seperti: fakta, konsep, prinsip dan *skill*. Dalam proses pembelajaran matematika yang bersifat abstrak dibutuhkan suatu kemampuan representasi yang baik, sehingga matematika yang bersifat abstrak tersebut lebih mudah dipahami (dipahami oleh siapa pun yang terlibat dalam dialog). Guru memberikan kesempatan kepada siswa untuk memahami suatu objek langsung matematika dengan jalan mengamati, menduga (konjektur), mengkaji, menganalisis, menemukan, merumuskan dan membuat

kesimpulan dari benda-benda konkrit atau model-modelnya. Lebih jauh Ruseffendi, (1991) menyatakan bahwa memanipulasi benda-benda konkrit dalam belajar matematika sangat penting. Dengan memanipulasi benda-benda konkrit siswa lebih dapat memahami konsep matematika.

Peran sajian benda konkrit, dalam pembelajaran ini terbatas sebagai alat bantu pemahaman, dan jika ide yang dipelajari telah dipahami, maka sajian benda konkrit tidak diperlukan lagi. Pada tahap yang lebih tinggi saat kemampuan dan kesiapan siswa dalam mempelajari matematika telah berada pada tingkat tertentu, siswa tidak lagi memerlukan bantuan, sajian, model konkrit, tetapi berupa representasi matematika yang lain seperti: grafik, simbol, atau tabel.

Dalam proses penemuan kembali, yang merupakan salah satu komponen dalam pembelajaran kontekstual, guru berperan sebagai fasilitator dan moderator, tidak cenderung menyajikan sesuatu yang sudah jadi kepada siswa, atau pembelajaran tidak cenderung hapalan, tetapi guru berusaha melibatkan siswa, dan diharapkan terpacu untuk menjadi aktif belajar dan terlibat langsung dalam proses pembelajaran, siswa mengkonstruksi/ membangun pengetahuannya sendiri, siswa mengalami sendiri, menemukan sendiri dan tidak hanya sekadar menghafal. Pembelajaran dengan pendekatan kontekstual adalah pembelajaran yang dapat membantu guru dalam menghubungkan pokok bahasan yang diajarkan dengan situasi dunia nyata, dan dapat mengkonstruksi (membangun) pengetahuannya sendiri, serta mendorong siswa membuat hubungan antara pengetahuan yang dimilikinya dengan penerapannya dalam kehidupan sebagai anggota keluarga dan masyarakat (Diknas, 2003).

Dalam setiap pembelajaran matematika, guru seharusnya mengarahkan aktivitas pembelajaran, supaya siswa belajar aktif baik individu maupun kelompok, mampu menentukan/mengkonstruksi sendiri pengetahuan. Battencourt (Rauf, 2003) mengatakan bahwa mengajar bukanlah memindahkan pengetahuan dari guru kepada murid, melainkan suatu kegiatan yang memungkinkan siswa membangun sendiri pengetahuannya. Oleh sebab itu pada kegiatan pembelajaran matematika tidak semestinya semua informasi disampaikan dalam bentuk jadi, melainkan melalui aktivitas siswa dalam upaya menemukan informasi tentang matematika

secara integral dan mandiri. Itu semua akan dapat dicapai jika proses pembelajaran matematika yang diciptakan oleh guru benar-benar mampu mengaktifkan siswa secara utuh, baik melalui ranah kognitif, afektif maupun psikomotor, sebagai upaya untuk mengembangkan kemampuan representasi matematis.

Menurut Piaget (Setiono, 1983), pada tahap operasi konkrit anak dapat berpikir sistematis, tetapi terbatas pada obyek yang merupakan aktivitas konkrit. Selain itu, pada tahap ini anak senang sekali memanipulasi benda-benda konkrit untuk membuat model, membuat alat mekanis dan lain-lain (Ruseffendi, 1991).

Teori belajar yang mendukung pembelajaran kontekstual adalah teori belajar dari Dienes, dan teori belajar konstruktivisme dari Piaget. Menurut Dienes (Ruseffendi, 1991), konsep matematika dapat dipelajari dengan baik bila representasinya dimulai dengan benda-benda konkrit yang beraneka ragam. Lebih jauh Piaget mengemukakan bahwa pengetahuan tidak diperoleh secara pasif oleh seseorang, melainkan melalui tindakan. Bahkan perkembangan kognitif anak tergantung pada seberapa jauh mereka aktif memanipulasi benda-benda dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Upaya tersebut lebih terwujud jika pembelajaran tersebut dilakukan melalui belajar berkelompok (*cooperative learning*). *Cooperative learning* menekankan pada perilaku bekerja bersama saling membantu di antara sesama, dan sebagai tempat berdiskusi dalam berbagi pengalaman belajar dan latihan. Belajar dalam kelompok adalah salah satu model yang dapat melatih siswa untuk mendengarkan pendapat-pendapat orang lain dan merangkum pendapat orang lain, yang akan dapat memacu para siswa untuk bekerja sama, saling membantu sama lain dalam mengintegrasikan pengetahuan-pengetahuan baru dengan pengetahuan yang dimilikinya dan dapat terjadi komunikasi multi-arah.

Dalam pembelajaran kelompok kecil ini, siswa dikelompokkan dengan anggota 4 sampai 6 orang siswa, yang dikelompokkan secara heterogen menurut kemampuan matematikanya. Pengelompokan seperti ini dimaksudkan agar semua siswa terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran (MKPBM, 2001). Siswa dibagi dalam kelompok kecil untuk saling bekerja sama dalam menyelesaikan suatu masalah atau suatu tugas untuk mencapai tujuan bersama. Dengan *cooperative learning* siswa berlatih mendengar dan menghargai pendapat orang lain, saling membantu dalam membangun pengetahuan baru

dengan mengintegrasikan pengetahuan lama masing-masing individu.

Malone dan Krismanto (Helmaheri, 2004: 23) mengatakan bahwa terdapat fakta bahwa siswa mempunyai perkembangan sifat positif dan persepsi yang baik tentang belajar matematika dengan pengelompokan. Bahkan berdasarkan penelitian yang mereka lakukan, penggunaan kegiatan kelompok dalam belajar matematika direkomendasikan secara tinggi untuk mendorong motivasi siswa dalam pembelajaran. Dengan memberikan soal kepada dua kelompok siswa tersebut beberapa bulan setelah proses pembelajaran, bahwa siswa yang dalam belajarnya bekerja dalam kelompok ternyata lebih mampu menguasai materi pelajaran dibandingkan dengan siswa yang dalam belajarnya bekerja secara individu.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Swasta Kampus FKIP Nommensen Pematangsiantar. Proses pengambilan sampel merujuk pada ukuran populasi. Kelas eksperimen dan kelas kontrol (sampel) dipilih dari kelas yang telah ada. Karena desain penelitian menggunakan desain "Kelompok Kontrol Non-Ekivalen", maka penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik "Purposive Sampling", yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005: 54). Informasi awal dalam pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan dari guru bidang studi matematika sebelumnya. Agar penentuan sampel tidak bersifat subjektif, maka pertimbangan dalam menentukan sampel juga didasarkan pada perolehan nilai matematika siswa pada semester sebelumnya. Nilai matematika siswa pada semester sebelumnya digunakan untuk melakukan uji perbedaan dua rata-rata kelas eksperimen dan kelas kontrol. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini digunakan tiga macam instrumen, yang terdiri dari soal tes matematika, format observasi selama proses pembelajaran berlangsung. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa tes dan non-tes. Instrumen tes berupa soal-soal untuk mengukur kemampuan mengaplikasikan konsep matematika pada konsep barisan dan deret yang berbentuk uraian. Selanjutnya, instrumen non-tes berupa skala sikap matematis siswa terhadap pembelajaran matematika. Berkaitan dengan pertanyaan penelitian dan proses penyelesaian siswa dianalisis dengan analisis statistik deskriptif.

Untuk mendapatkan tes yang baik maka tes tersebut harus dinilai validitas, reliabilitas, tingkat kesukaran dan daya pembedanya. Untuk mengetahui perbedaan peningkatan kemampuan mengaplikasikan konsep matematika siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol dilakukan dengan menggunakan uji perbedaan dua rata-rata (uji- t).

Hasil Penelitian

Data yang diperoleh dan dianalisis dalam penelitian ini adalah nilai hasil pretes dan postes dari tes kemampuan mengaplikasikan konsep matematika. Disamping data pretes dan postes, juga diperoleh data berupa skor angket skala sikap mengenai sikap siswa terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual dan aktivitas siswa, yang diperoleh dari hasil observasi selama PBM.

Setelah dilakukan uji normalitas dan homogenitas terhadap data pretes, diperoleh informasi bahwa kemampuan mengaplikasikan konsep matematika siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol berdistribusi normal dan homogen. Selanjutnya untuk mengetahui apakah perbedaan skor rata-rata pretes kelas kontrol dan kelas eksperimen cukup signifikan atau tidak, maka data diuji dengan menggunakan uji perbedaan dua rata-rata.

Karena data pretes kelas eksperimen dan kelas kontrol berdistribusi normal dan homogen, maka uji perbedaan dua rata-rata dilakukan dengan menggunakan uji- t . Pengujian dilakukan berdasarkan hipotesis statistik berikut:

H_0 : rata-rata kemampuan awal siswa mengaplikasikan konsep matematika pada kelas eksperimen dan kelas kontrol sama.

H_1 : rata-rata kemampuan awal siswa mengaplikasikan konsep matematika pada kelas eksperimen dan kelas kontrol tidak sama.

Untuk taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (uji dua pihak, $\frac{1}{2}\alpha = 0,025$), H_0 diterima jika $-t_{(1 - \frac{1}{2}\alpha)} < t_{hitung} < t_{(1 - \frac{1}{2}\alpha)}$, sedangkan pada keadaan lain H_0 ditolak.

Informasi tentang kemampuan siswa setelah proses belajar mengajar pada kelas eksperimen maupun kelas kontrol dalam mengaplikasikan konsep matematika diperoleh dari hasil postes. Statistik deskriptif skor postes siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol meliputi skor maksimum (X_{maks}), skor minimum (X_{min}), skor rata-rata (\bar{X}), dan deviasi standar (S). Informasi tentang peningkatan kemampuan siswa setelah proses belajar mengajar pada kelas eksperimen

maupun kelas kontrol dalam mengaplikasikan konsep matematika diperoleh dari skor gain ternormalisasi. Statistik deskriptif gain

ternormalisasi meliputi rata-rata gain (\bar{X}), deviasi standar gain (S) dan kriteria indeks gain.

Rata-rata gain ternormalisasi kemampuan siswa dalam mengaplikasikan konsep matematika untuk kelas eksperimen dan kelas kontrol memiliki perbedaan. Skor rata-rata gain ternormalisasi pada kelas eksperimen adalah 0,626 dengan deviasi standar 0,170, sedangkan skor rata-rata gain ternormalisasi pada kelas kontrol adalah 0,491 dengan deviasi standar 0,175. Untuk mengetahui apakah perbedaan skor rata-rata gain ternormalisasi siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol cukup signifikan atau tidak, maka data diuji dengan menggunakan uji perbedaan dua rata-rata. Karena data gain ternormalisasi kemampuan mengaplikasikan konsep matematika siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol berdistribusi normal dan homogen, maka uji perbedaan dua rata-rata dilakukan dengan menggunakan uji- t .

Uji perbedaan dua rata-rata yang dilakukan merupakan pengujian terhadap hipotesis pertama pada penelitian ini. Pengujian dilakukan berdasarkan hipotesis statistik berikut:

H_0 : peningkatan kemampuan mengaplikasikan konsep matematika siswa kelas eksperimen dan kelas kontrol sama

H_1 : peningkatan kemampuan mengaplikasikan konsep matematika siswa kelas eksperimen lebih baik dibandingkan kelas kontrol.

Untuk taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n_e + n_k - 2)$, H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ sedangkan pada keadaan lain H_0 ditolak.

Sikap siswa terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual yang dianalisa meliputi: (a) minat siswa dalam mengkonstruksi pengetahuan melalui LKS, (b) perasaan siswa ketika menemukan sendiri pengetahuannya, (c) minat siswa terhadap adanya kesempatan bertanya, (d) pendapat siswa terhadap belajar secara berkelompok (adanya pembentukan masyarakat belajar), (e) pendapat siswa tentang penggunaan model dalam proses pembelajaran, (f) pendapat siswa terhadap fungsi jurnal sebagai alat untuk melakukan refleksi, dan (g) pendapat siswa terhadap model penilaian yang dilakukan (*Authentic Assessment*). Secara keseluruhan siswa memiliki sikap positif terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual. Skor sikap siswa adalah 3,706. Secara umum siswa menunjukkan

sikap positif terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual yang digunakan selama PBM.

Informasi mengenai aktivitas siswa selama proses belajar mengajar diperoleh dari data hasil observasi. Data observasi diperoleh dengan cara mengkonversikan kategori baik (B) menjadi skor 3, kategori cukup (C) menjadi skor 2, dan kategori kurang (K) menjadi skor 1. Secara keseluruhan aktifitas belajar siswa kelas eksperimen selama proses belajar mengajar, lebih baik dibandingkan dengan aktivitas belajar siswa kelas kontrol.

Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti langsung berperan sebagai pelaksana eksperimen pendekatan pembelajaran kontekstual. Secara umum pelaksanaan pembelajaran dengan pendekatan pembelajaran kontekstual berjalan dengan baik. Semua tahapan dalam pembelajaran ini dapat dilaksanakan dengan baik, sehingga berpengaruh terhadap kemampuan representasi matematis siswa. Tiap tahap dalam pendekatan pembelajaran kontekstual memberi kontribusi terhadap peningkatan kemampuan representasi matematis siswa.

1. Pendekatan pembelajaran kontekstual

Pendekatan pembelajaran kontekstual dapat dilakukan dengan mengembangkan ketujuh komponen utamanya sebagai langkah penerapan dalam pembelajaran (Depdiknas, 2003: 10), yaitu:

- Kembangkan pemikiran bahwa siswa akan belajar lebih bermakna dengan cara bekerja sendiri, menentukan sendiri, dan mengkonstruksi sendiri pengetahuan dan keterampilan barunya.
- Melaksanakan sebisa mungkin kegiatan penemuan dalam proses pembelajarannya.
- Kembangkan sifat ingin tahu siswa melalui pertanyaan.
- Ciptakan suasana 'masyarakat belajar' dengan melakukan belajar dalam kelompok.
- Hadirkan 'model' sebagai alat bantu dan contoh dalam pembelajaran.
- Lakukan refleksi di akhir pertemuan.
- Lakukan penilaian yang sebenarnya dengan berbagai cara. Penilaian yang sebenarnya dilakukan dengan mempertimbangkan setiap aspek kegiatan yang dilakukan siswa selama proses pembelajaran berlangsung.

2. Kemampuan Mengaplikasikan Konsep Matematika

Suherman, dkk. (2003) menyatakan bahwa

pada tahap awal, matematika terbentuk dari pengalaman manusia dalam dunianya secara empiris, karena matematika sebagai aktivitas manusia kemudian pengalaman itu diproses dalam dunia rasio, diolah secara analisis dan sintesis dengan penalaran di dalam struktur kognitif, sehingga sampailah pada suatu kesimpulan berupa konsep-konsep matematika. Agar konsep-konsep matematika yang telah terbentuk itu dapat dipahami orang lain dan dapat dengan mudah dimanipulasi secara tepat, maka digunakan notasi dan istilah yang cermat yang disepakati bersama secara global (*universal*) yang dikenal dengan bahasa matematika.

Kline (Suherman, dkk., 2003: 17) dalam bukunya menyatakan bahwa, matematika itu bukanlah pengetahuan menyendiri yang dapat sempurna karena dirinya sendiri, tetapi adanya matematika itu terutama untuk membantu manusia dalam memahami dan menguasai permasalahan sosial, ekonomi, dan alam.

Riedesel, *et al.* (Suryadi, 2005: 45-46) menyatakan bahwa matematika merupakan cara dan alat berpikir, sehingga matematika dapat digunakan sebagai alat berpikir yang sangat efektif untuk memandang berbagai permasalahan termasuk di luar matematika sendiri. Banyak permasalahan dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dilihat melalui cara pandang secara matematik serta dapat diselesaikan dengan menggunakan prinsip-prinsip dalam matematika. Suryadi (2005: 47) menegaskan bahwa pada dasarnya pengembangan kemampuan siswa dalam menggunakan matematika dalam kehidupan sehari-hari di lingkungan masyarakat, atau untuk menunjang kebutuhan yang berkaitan dengan pekerjaan berfokus pada peningkatan kemampuan berpikir matematik yang dapat diterapkan dalam menghadapi berbagai permasalahan baik dalam kaitannya dengan bidang akademik di lingkungan sekolah maupun dalam kehidupan sehari-hari atau dunia kerja.

Dari definisi-definisi matematika tersebut, tersirat bahwa matematika merupakan ilmu yang berawal dari pengalaman empiris manusia yang kemudian berkembang menjadi konsep dan akhirnya dapat digunakan sebagai alat berpikir yang sangat efektif untuk menyelesaikan permasalahan matematika maupun yang di luar matematika itu sendiri.

Untuk mampu menggunakan (selanjutnya disebut mengaplikasikan) konsep matematika dalam menyelesaikan permasalahan matematika ataupun di luar matematika, dibutuhkan

kreativitas dan penalaran yang baik. Suryadi (2005: 26) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk mengungkap hubungan-hubungan baru, melihat sesuatu dari sudut pandang baru, dan membentuk kombinasi baru dari dua konsep atau lebih yang sudah dikuasai sebelumnya. Ruseffendi (1991: 43) mendefinisikan aspek mengaplikasikan berkenaan dengan kemampuan seseorang menerapkan apa yang telah diperolehnya, seperti abstraksi, generalisasi, aturan, dan yang lainnya kepada situasi baru, dimana untuk menerapkan secara langsung itu belum ada aturan, rumus, dan semacamnya yang tersendiri, harus menggabungkannya.

Saat mengaplikasikan konsep matematika ke dalam permasalahan yang ada, seseorang harus paham dengan permasalahan, tahu cara memecahkan masalah tersebut, bisa mengkomunikasikan ide-ide yang terdapat dalam pikirannya, mampu menggunakan nalar untuk memperkirakan proses solusinya, dan mampu menghubungkan satu konsep dengan konsep lainnya dalam matematika bila diperlukan. Semua kemampuan tersebut merupakan kemampuan dasar matematika. Masing-masing kemampuan dasar matematika tersebut memiliki indikator sendiri sebagai petunjuk.

Tentu tidak semua indikator dalam kemampuan dasar matematika digunakan secara bersamaan ketika siswa hendak mengaplikasikan konsep matematika dalam menyelesaikan permasalahan yang ditemui. Beberapa indikator pada kemampuan dasar matematika seperti:

- a. Mengidentifikasi kecukupan data dan bisa memanfaatkannya untuk menyelesaikan persoalan.
- b. Menyatakan situasi yang ada dalam permasalahan ke dalam model matematika.
- c. Memperkirakan proses solusi.
- d. Memilih dan menerapkan strategi dan rumus atau konsep untuk menyelesaikan masalah.

Indikator kemampuan dasar matematika tersebut diperkirakan perlu dimiliki siswa ketika hendak mengaplikasikan konsep matematika untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemui. Selanjutnya kemampuan mengaplikasikan konsep matematika yang dimaksud dalam studi ini terbatas pada indikator-indikator tersebut.

3. Pendekatan Pembelajaran Kontekstual dan Hubungannya dengan Kemampuan Mengaplikasikan Konsep Matematika

Gravemeiner dan Doorman (Sabandar, 2001:2) mengemukakan bahwa pada pembelajaran kontekstual, konteks ditempatkan pada awal

pembelajaran, selanjutnya siswa secara perorangan atau kelompok disuruh memecahkan permasalahan, dengan kemampuan matematika-nya atau kemampuan berpikir. Keaktifan siswa saat memecahkan masalah menurut Gordon (Dahlan, 1990: 87) akan menimbulkan proses kreativitas yang akan berlangsung terus menerus dan merupakan bagian dari kegiatan sehari-hari yang berlangsung seumur hidup.

Kemampuan matematik yang dimiliki siswa dipadu dengan kreativitas berpikir yang dibina melalui pembelajaran dengan pendekatan kontekstual diharapkan dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam mengaplikasikan konsep matematika yang dimiliki siswa ke dalam permasalahan yang ditemukan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hull dan Souders (ATEEC, 2000) yang mengemukakan bahwa dalam pembelajaran kontekstual siswa dapat menemukan hubungan yang bermakna antara ide-ide abstrak dengan aplikasinya dalam konteks kehidupan nyata. Blanchard (Heruman, 2003: 16) menjelaskan, dengan memberikan permasalahan dalam kehidupan sehari-hari, diharapkan dapat memberikan stimulus untuk belajar, dengan cara mengaitkan dan mengorganisasikan informasi yang ada dan akhirnya diharapkan dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan yang akan datang.

Pernyataan-pernyataan para ahli tersebut menggambarkan bahwa pendekatan kontekstual yang mengawali pembelajarannya dengan permasalahan, akan membiasakan siswa dalam menyelesaikan suatu masalah. Pendekatan ini diduga memungkinkan untuk digunakan dalam pengajaran matematika bila ingin mengembangkan kemampuan siswa dalam mengaplikasikan konsep matematika yang dimiliki siswa ke dalam permasalahan yang terkait dengan konsep yang ada.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pendekatan pembelajaran kontekstual mengalami peningkatan kemampuan mengaplikasikan konsep matematika yang lebih baik dibanding siswa yang belajar melalui pembelajaran biasa (konvensional).
2. Siswa menunjukkan sikap positif terhadap pendekatan pembelajaran kontekstual yang diberlakukan pada mereka.

3. Aktivitas siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pendekatan pembelajaran kontekstual secara keseluruhan lebih baik dibanding siswa yang memperoleh pembelajaran melalui pembelajaran biasa (konvensional).

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, M. D. (1990). *Model-Model Mengajar (Beberapa Alternatif Interaksi Belajar Mengajar)*. Bandung: Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Departemen Pendidikan Nasional. (2003). *Pendekatan Kontekstual (Contextual Teaching and Learning (CTL))*. Jakarta: Depdiknas.
- Departemen Pendidikan Nasional (2003). *Kurikulum SMK Edisi 2004*. Jakarta: Depdiknas.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2004). *Sosialisasi Kurikulum SMK 2004*. Tidak diterbitkan.
- Heruman. (2003). *Pembelajaran Kontekstual terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Matematika di Kelas IV Sekolah Dasar*. Tesis. PPS UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Hudoyo, H. (1998). *Pembelajaran Matematika Menurut Pandangan Konstruktivistik*. Makalah Disajikan dalam Seminar Nasional Upaya Meningkatkan Peran Pendidikan Matematika dalam Menghadapi Era Globalisasi . PPS IKIP Malang: Tidak diterbitkan.
- Malone, J. A. dan Krismanto, A. (1997). *Indonesian Students' Attitudes and Perceptions Towards Small-Group Work in Mathematics*. Journal of Science and Mathematics Educations in Southeast Asia. XVI (2) 97 – 103.
- NCTM. (1989). *Curriculum and Evaluation Standards for School Mathematics*. [Online]. Tersedia: <http://www.nctm.org/focalpoints>. [2 Desember 2006]
- Ruseffendi, E. T. (1991). *Penilaian Pendidikan dan Hasil Belajar Siswa Khususnya dalam Pengajaran Matematika untuk Guru dan Calon Guru*. Bandung: Tidak diterbitkan.
- Ruseffendi, E. T. (1991). *Pengantar kepada Membantu Guru Mengembangkan Kompetensinya dalam Pengajaran Matematika untuk Meningkatkan CBSA*. Bandung: Tarsito.
- Sabandar, J. (2001). *Aspek Kontekstual dalam Soal Matematika dalam Realistic Mathematics Education*. Bahan Seminar Sehari tentang RME. FPMIPA UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Sugiono. (2004) *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suherman, E. dan Sukjaya, Y. (1990). *Petunjuk Praktis untuk Melaksanakan Evaluasi Pendidikan Matematika*. Bandung; Widyakusumah 157.
- Suherman, E. dkk. (2003). *Strategi Pembelajaran Matematika Kontemporer*. FMIPA-JICA UPI Bandung: Tidak diterbitkan.
- Suryadi, D. (2001). *Pengembangan Kemampuan Berfikir Matematika Tingkat Tinggi Melalui Kegiatan Pemecahan Masalah*. (Laporan Penelitian). Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suryadi, D. (2005). *Penggunaan Pendekatan Pembelajaran Tidak Langsung serta Pendekatan Gabungan Langsung dan Tidak Langsung dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Berpikir Matematik Tingkat Tinggi Siswa SLTP*. Disertasi. PPS UPI Bandung: Tidak diterbitkan.

PENERAPAN METODE ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM SEBAGAI ALTERNATIVE SYSTEM PENENTUAN BIAYA RAWAT INAP PADA RUMAH SAKIT

Arifin

NIDN: 0105028401

Dosen Program Studi Akuntansi Politeknik IT&B Medan

ABSTRACT

This study aims to determine how the application of the method of Activity-Based Costing in determining the tariff for inpatient hospital and compared with a rate home services inpatient approved hospital with tariff services using Activity-Based Costing the approach of activity -aktivitas in providing products or services to determine the amount of the costs incurred. This research uses descriptive method. Research using primary data with a direct review of the research object, conduct interviews and make observations or direct observations. Inpatient services tariff calculation using the ABC method, performed in two stages. That is the first expense traced to the activity which raises the cost and the secondstage charge activity to the product. While the rates obtained by adding the cost of hospitalization with the expected profit. The results obtained from the calculation of rates of hospitalization services using Activity-Based Costing namely to class Suite Rp. 1,434,298, Rp VVIP class. 1,141,516, VIP Rp. 757 680, Class I USD. 706 888, class II Rp. 643 385, and class III Rp. 616 269. So in the ABC method, has been able to allocate the cost of assets to each room is right by the consumption of each activity. From the results of this study usingthe assumption, researchers recommend that hospital is expected to reduce rates of hospitalization services in class suite, VVIP and VIP in order to attract patients to use the services of hospitalization. As for Class I, Class II and Class III, if the tariff wants to be maintained, it is recommended to class I order the tariff was increased to get a big profit, and for class II and class III is expected to add beds or full capacity.

Keywords: *activity based costing, hospitals, rates services, inpatient*

PENDAHULUAN

Perkembangan berbagai macam teknologi dewasa ini semakin canggih. Hal ini membuat persaingan di pasar global semakin ketat. Untuk itu perusahaan berusaha supaya dapat memanfaatkan berbagai macam teknologi dalam pengambilan keputusan dan kebijakan yang tepat guna mendapatkan informasi yang akurat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Perkembangan teknologi dalam pasar global salah satunya berdampak pada organisasi yang bergerak di bidang jasa kesehatan seperti Rumah Sakit. Dewasa ini banyak berdiri rumah sakit baik yang berasal dari sektor swasta maupun sektor pemerintah. Rumah sakit dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi baik kedokteran, bidang komunikasi dan informasi serta teknologi lain yang dapat mendukung jasa pelayanan kesehatan guna memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik bagi masyarakat mulai dari masyarakat kelas ekonomi sampai masyarakat kelas eksekutif. Dari pemanfaatan teknologi tersebut mengakibatkan biaya operasional yang

dikeluarkan rumah sakit menjadi besar yang nantinya akan berdampak pada tarif rawat inap yang tinggi, sehingga untuk mengendalikan biaya tersebut pihak rumah sakit memerlukan sistem akuntansi yang tepat dalam metode perhitungan penentuan biaya guna menghasilkan informasi biaya yang akurat berkenaan dengan biaya aktivitas pelayanannya.

Sampai saat ini rumah sakit hanya menggunakan sistem biaya tradisional dalam menentukan harga pokoknya, yang penentuan harga pokoknya tidak lagi mencerminkan aktivitas yang spesifik. Disamping itu, biaya produk yang dihasilkan memberikan informasi biaya produksi yang under costing dan over costing. Under costing terjadi bila biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk terlalu rendah dari biaya yang sebenarnya dikonsumsi untuk menghasilkan produk, sedangkan overcosting terjadi bila biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk terlalu tinggi dari biaya yang sebenarnya dikonsumsi untuk menghasilkan produk. Dengan munculnya biaya produksi yang under costing

dan over costing tersebut akan mengakibatkan kesalahan dalam pengambilan keputusan khususnya harga produk dan kelangsungan organisasi. Untuk itu perlu diterapkannya sistem penentuan harga pokok produk berdasarkan aktivitasnya.

Activity Based Costing System merupakan suatu sistem pembebanan biaya berdasarkan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk. Ada dua asumsi yang mendasari Activity Based Costing System (Cooper and Kaplan, 1999), yaitu :

1. adanya aktivitas akan menyebabkan timbulnya biaya.
2. produk atau jasa akan menyebabkan timbulnya permintaan akan aktivitas.

Activity Based Costing System tidak hanya merupakan proses pengumpulan data mengenai biaya dari aktivitas yang dilakukan dan kinerja perusahaan, tetapi juga merupakan proses pemberian umpan balik kepada manajemen mengenai hasil yang dicapai dibandingkan dengan rencana semula untuk mengambil langkah korektif yang dibutuhkan (Brimson, 1991).

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui kemungkinan penerapan Activity Based Costing di Rumah Sakit dan hubungannya dengan biaya dan aktivitas yang efisien.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Mursyidi (2010:13), biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi, baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk memperjelas konsep biaya dan klasifikasinya, maka akan dijelaskan dengan mengemukakan perbedaan antara konsep biaya (cost), beban (expense), harga pokok (at cost), dan kerugian (loss).

Menurut Garrison dan Norren (2000) "Activity Based Costing adalah metode costing yang dirancang untuk menyediakan informasi biaya bagi manajer untuk pembuatan keputusan strategik dan keputusan lain yang mempengaruhi kapasitas dan biaya tetap". Pengambil keputusan yang berpengalaman tidak menggunakan informasi akuntansi tanpa mempertimbangkan potensi ketidakakuratannya. Data yang tidak akurat dapat menyesatkan dan menghasilkan kesalahan yang berpotensi menghasilkan

keputusan yang kurang optimal. Dengan adanya Activity Based Costing dapat dihitung harga pokok satu produk atau jasa yang dapat digunakan oleh manajemen sebagai salah satu alternatif untuk penentuan harga jual.

System kerja activity based costing banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur, tetapi juga dapat diterapkan pada perusahaan jasa. Penerapan metode activity based costing pada perusahaan jasa memiliki beberapa ketentuan khusus, hal ini disebabkan oleh karakteristik yang disebabkan oleh karakteristik yang dimiliki perusahaan jasa.

Mursyidi (2010:14), Pembagian biaya dapat dihubungkan dengan suatu proses produksi dalam perusahaan industri baik yang mempunyai hubungan langsung maupun tidak langsung, yaitu berhubungan dengan: (1) Produk. (2) Volume Produksi. (3) Departemen Manufaktur. (4) Periode Akuntansi. Menurut Armen dan Azwar (2013:136), berdasarkan sifatnya, biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya tetap, biaya variable, dan biaya semi variable. Menurut Armen dan Azwar (2013:136) untuk mengetahui lebih jelas apa dan dimana saja adanya pembiayaan, kita harus mengenal terlebih dahulu apa yang disebut dengan pusat-pusat biaya (cost centers). Terdapat tiga macam kelompok pusat-pusat biaya yaitu, pusat biaya yang tidak menghasilkan pendapatan (nonrevenue-producing costcenters), pusat biaya menghasilkan pendapatan (revenue-producing cost centers), area pelayanan pasien (patient service areas).

Menurut Mursyidi (2010:25), Sistem biaya (cost system) yang dimaksudkan disini adalah serangkaian kegiatan dalam rangka menentukan biaya produksi dan harga pokok produk dalam suatu proses produksi. Dalam arti sempit, sistem biaya merupakan cara penentuan harga pokok produk yang menekankan pada penggunaan biaya sesungguhnya atau biaya yang telah ditentukan dimuka atau biaya standar. Batasan ini mencaerminkan bahwa sistem biaya hanya dipandang sebagai salah satu bagian dari sistem yang ada. Menurut Mursyidi (2010:28), Dalam suatu proses produksi terdapat elemen biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead. Biaya ini perlu dikumpulkan menjadi satu sebagai biaya produksi. Menurut Dunia dan Wasilah (2012:318) ABC (Activity Based Costing) didefinisikan sebagai suatu sistem pendekatan perhitungan biaya yang dilakukan berdasarkan aktivitas-aktivitas yang ada di perusahaan.

Menurut Blocher, Stout, dan Cokins (2011:206) Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas (Activity Based Costing) merupakan pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke objek biaya seperti produk, jasa atau pelanggan berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya. Anggapan dari pendekatan perhitungan biaya ini adalah bahwa produk atau jasa perusahaan merupakan hasil aktivitas dan aktivitas tersebut menggunakan sumber daya yang menyebabkan timbulnya biaya. Biaya sumber daya dibebankan kepada aktivitas berdasarkan aktivitas yang menggunakan atau mengkonsumsi sumber daya (penggerak biaya untuk konsumsi sumber daya) dan biaya aktivitas dibebankan ke objek biaya berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya (penggerak biaya untuk konsumsi aktivitas). Perhitungan biaya berdasarkan aktivitas mengakui hubungan sebab akibat atau hubungan langsung antara biaya sumber daya, penggerak biaya, aktivitas dan objek biaya dalam membebankan biaya pada aktivitas dan kemudian pada objek biaya. Cost driver, adalah faktor-faktor yang menyebabkan perubahan biaya overhead. Cost driver merupakan faktor yang dapat diukur yang digunakan untuk membebankan biaya ke aktivitas dan dari aktivitas ke aktivitas lainnya, produk atau jasa.

Tahap satu dalam sistem ABC akan melalui prosedur berikut: (1) Mengidentifikasi kegiatan-kegiatan. (2) Menentukan biaya atas kegiatan-kegiatan. (3) Mengelompokkan aktivitas-aktivitas yang memiliki karakteristik yang sejenis dalam beberapa set yang relevan. (4) Menentukan cost pools dari hasil pengelompokkan aktivitas. (5) Menghitung tarif biaya overhead untuk masing-masing pool.

Menurut Mursyidi (2010:288), Prosedur tahap dua merupakan tahap pembebanan overhead pabrik ke harga pokok produk, dengan formula tarif dikalikan dengan unit driver yang dikonsumsi oleh produk yang dihasilkan Untuk mengevaluasi profitabilitas lini produk yang berbeda, perlu untuk dilakukan penelusuran biaya overhead pabrik secara tepat. Meskipun demikian, karena biaya overhead pabrik berhubungan secara tidak langsung dengan produk akhir, maka kita harus menemukan dasar yang sesuai untuk membebankan biaya tersebut ke produk individual. „Activity Based Costing“ merupakan cara yang tepat untuk pembebanan biaya ke produk individual. Produk atau jasa perusahaan

dilakukan oleh aktivitas dan aktivitas yang dibutuhkan tersebut menggunakan sumber daya yang menyebabkan timbulnya biaya. Sumber daya dibebankan ke aktivitas, kemudian aktivitas dibebankan ke objek biaya berdasarkan penggunaannya. Setelah itu keputusan manajemen bisa dibuat terkait dengan penetapan tarif jasa rawat inap.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yakni penelitian yang menggambarkan data yang diperoleh dan menganalisis data yang ada. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan fakta yang saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya-upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang saat ini terjadi (Tika, 2006:10). Desain penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan data periode lalu. Studi kasus merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi subjek yang diteliti dan interaksinya dengan lingkungan. Subjek yang diteliti dapat berupa individu, kelompok, lembaga atau komunitas tertentu. Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subjek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subjek tertentu (Nur Indriantoro dan Bmbg Suporni, 2002:26).

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka laporan keuangan Rumah Sakit khususnya laporan laba rugi. Selain itu, data kuantitatif juga berupa data biaya-biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan kegiatan pelayanan jasa.

Penulis menggunakan metode deskriptif komparatif, yaitu menjelaskan, meringkas, berbagai kondisi, situasi dan variabel yang timbul di masyarakat, yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi, kemudian membandingkan dengan kondisi, situasi ataupun variabel yang diterapkan oleh objek penelitian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan analisis tarif rawat inap Rumah Sakit saat ini.
- 2) Menetapkan metode berdasarkan Activity Based Costing dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - (a) Based Costing dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - (b) Mengidentifikasi dan mendefinisikan aktivitas dan pusat aktivitas.
 - (c) Mengklasifikasikan aktivitas biaya ke dalam berbagai aktivitas.

- (d) Mengidentifikasi cost driver.
 - (e) Menentukan tarif perunit cost driver.
 - (f) Membebaskan biaya produk dengan menggunakan tarif cost driver ukuran aktivitas.
- 3) Membandingkan tarif rawat inap rumah sakit berdasarkan metode Activity Based Costing dengan realisasi.

Menurut Hansen and Mowen (1999:38), biaya aktivitas dibebankan ke produk berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas produk.

Rumus : BOP = Tarif int cost driver X Cost Driver yang digunakan

Dengan mengetahui BOP yang dibebankan pada masing-masing produk, maka dapat dihitung tarif jasa rawat inap perkamar. Menurut Mulyadi (1993) perhitungan tarif masing-masing tipe kamar dengan menggunakan metode Activity Based Costing adalah :

Rumus : Tarif per kamar = Cost rawat inap + Laba yang diharapkan

Hasil Dan Pembahasan

Didalam menentukan ABC, data-data yang dibutuhkan antara lain data biayarawat inap, data pendukung lama hari pasien rawat inap, data pendukung jumlah pasien rawat inap, data pendukung jumlah luas kamar rawat inap, data tarif konsumsi tiap kelas, dan data biaya rawat inap dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Penentuan Harga Pokok Rawat Inap menggunakan Activity Based Costing system.

Berdasarkan hasil penelitian pada rumah sakit Husada Utama Surabaya, aktivitas-aktivitas yang dimiliki rumah Sakit dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- (a) Biaya Perawatan.
- (b) Biaya Konsumsi Pasien.
- (c) Biaya Listrik dan Air.
- (d) Biaya Kebersihan.
- (e) Biaya Administrasi.
- (f) Biaya Bahan Habis Pakai.
- (g) Biaya Penyusutan Gedung.
- (h) Biaya Penyusutan Fasilitas.
- (i) Biaya Laundry

Aktivitas-aktivitas tersebut kemudian dikelompokkan menjadi beberapa pusat aktivitas yaitu : (1) Aktivitas perawatan pasien: (-) Biaya perawatan. (2) Aktivitas pemeliharaan inventaris: (-) Biaya penyusutan gedung, (-) Biaya penyusutan fasilitas, (-) Biaya kebersihan. (3) Aktivitas pemeliharaan pasien: (-) Biaya konsumsi. (4) Aktivitas pelayanan pasien: (-)

Biaya listrik dan air, (-) Biaya administrasi, (-) Biaya bahan habis pakai, (-) Biaya laundry

Berikut ini akan dijelaskan mengenai elemen biaya diatas sebagai berikut:

1. Biaya perawatan pasien oleh perawat Dalam hubungannya dengan penetapan tarif kamar rawat inap, biaya perawatan pasien oleh perawat secara tidak langsung turut mempengaruhi bagian rawat inap, maka aktivitas ini termasuk dalam kategori unit level activity cost. Untuk itu gaji sebesar Rp. 10.224.000.000 yang didapat dari jumlah perawat yang ada berjumlah 284 yang mendapatkan gaji masing masing Rp. 3000.000. jadi perbulan keseluruhan perawat mendapat gaji sebesar Rp. 852.000.000, dan untuk pertahun, perawat mendapat gaji Rp. 10.224.000.000 yang dialokasikan secara profesional pada setiap kamar.

2. Biaya penggunaan listrik dan air Seluruh tipe kamar rawat inap rumah sakit memerlukan tenaga listrik untuk menjalankan peralatan elektronik, untuk penerangan kamar atau fasilitas yang ada dimasing-masing kamar, dan air untuk mandi. Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1.354.028.448 untuk penggunaan listrik dan air termasuk kategori unit level activity cost, karena biaya berubah sesuai dengan perubahan KWH kamar yang terpakai. Fasilitas yang mengkonsumsi listrik meliputi lampu, AC, tempat tidur otomatis, lemari es, TV, kamar mandi panas dan dingin, hair dryer, dan dispenser dan ditambah biaya air sebesar Rp. 270.805.690. Jadi total keseluruhan untuk pemakaian listrik dan air adalah sebesar Rp 1.624.834.138 .

Mengklasifikasikan Aktivitas Biaya kedalam Berbagai Aktivitas.

1. Berdasarkan Unit-level activity cost Aktivitas ini dilakukan setiap hari dalam menjalani rawat inap pada Rumah Sakit. Aktivitas ini termasuk dalam kategori aktivitas perawatan, penyediaan tenaga listrik dan air dan juga biaya konsumsi.
2. Berdasarkan Batch-related activity cost Besar kecilnya biaya ini tergantung dari frekuensi order produksi yang diolah oleh fungsi produksi. Aktivitas ini tergantung jumlah batch produk yang diproduksi. Yaitu biaya administrasi.
3. Berdasarkan Product-sustaining activity cost. Aktivitas ini berhubungan dengan penelitian dan pengembangan produk tertentu dan biaya-biaya untuk mempertahankan produk agar tetap dapat dipasarkan. Namun aktivitas ini

tidak ditemui dalam penentuan tarif jasa rawat inap pada rumah sakit.

4. Berdasarkan Facility-sustaining activity cost. Aktivitas ini berhubungan dengan kegiatan untuk mempertahankan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan. Aktivitas yang termasuk dalam kategori ini adalah biaya laundry, biaya penyusutan gedung, biaya penyusutan fasilitas.

Mengidentifikasi Cost Driver

Setelah aktivitas-aktivitas ini diidentifikasi sesuai dengan kategorinya, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi cost driver dari setiap biaya aktivitas. Pengidentifikasi ini dimaksudkan dalam penentuan kelompok aktivitas dari tarif/unit cost driver.

Menentukan Tarif Perunit Cost Driver

Setelah mengidentifikasi cost driver, kemudian menentukan tarif per unit cost driver. Karena setiap aktivitasnya memiliki cost driver dengan cara membagi jumlah biaya dengan cost driver. Menurut Hansen and Mowen (1999; 134) tarif perunit cost driver dapat

Membebankan biaya ke produk dengan menggunakan tarif cost driver dan ukuran aktivitas.

Dalam tahap ini, menurut Hansen and Mowen (1999; 138) biaya aktivitas dibebankan ke produk berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas produk. Pembebanan biaya overhead dari tiap aktivitas ke setiap kamar dihitung dengan rumus:

BOP yang dibebankan = Tarif/unit Cost Driver X Cost Driver yang dipilih. Dengan mengetahui BOP yang dibebankan pada masing-masing produk, maka dapat dihitung tarif jasa rawat inap per kamar. Menurut Mulyadi (1993) perhitungan tarif masing-masing tipe kamar dengan metode ABC dapat dihitung dengan rumus: **Tarif Per Kamar = Cost Rawat Inap +**

Laba yang Diharapkan

Untuk cost rawat inap per kamar di peroleh dari total biaya yang telah dibebankan pada masing-masing produk dibagi dengan jumlah hari pakai.

Dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan tarif jasa rawat inap dengan menggunakan metode Activity Based Costing untuk kelas Suite Rp. 1.434.298, kelas VVIP Rp. 1.141.516, kelas VIP Rp. 757.680, kelas I Rp. 706.888, kelas II Rp. 643.385, dan kelas III Rp. 616.269. Dari hasil tersebut, jika

dibandingkan dengan metode yang ditetapkan Rumah Sakit, maka metode ABC yang saya terapkan.

Memberikan hasil yang lebih kecil, kecuali pada kelas I, kelas II dan kelas III. Dengan selisih Suite Rp 365.702, VVIP Rp 158.484, VIP Rp 142.320, Kelas I Rp. 6.888, Kelas II Rp. 2293.385, dan Kelas III Rp. 416.269. Hal ini dikarenakan karena terjadi subsidi silang dalam penentuan tarifnya. Penentuan tarif bertujuan untuk menyeimbangkan penggunaan pelayanan bagi masyarakat ekonomi lemah, karena mempertimbangkan pendapatan masyarakat dengan kelas SUITE, VVIP, dan VIP tarifnya di atas unit cost, agar dapat digunakan untuk mengatasi defisit atau menutupi kekurangan tarif yang ditetapkan pada kelas I, Kelas II dan Kelas III. Perbedaan yang terjadi antara tarif jasa rawat inap dengan metode yang diterapkan oleh rumah sakit dan metode ABC, disebabkan karena pembebanan biaya overhead pada masing-masing produk. Sehingga dalam metode ABC, telah mampu mengalokasikan biaya aktiva kesetiap kamar secara tepat berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas.

Penelitian ini terkait dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian Putri (2011) tentang Analisis penggunaan Metode Activity Based Costing sebagai alternatif dalam menentukan tarif SPPSMP-SMA pada YPI Nasima Semarang tahun 2010 dan penelitian Syaifun Anwar, program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang judul penelitiannya tentang "Penerapan Metode Activity Based Costing System Sebagai Alternatif Sistem Penentuan Tarif Rawat Inap pada Rumah Sakit Nashur Ummah Lamongan". Kedua penelitian ini berhasil mengimplementasikan metode ABC pada objek penelitian mereka dan hasilnya dengan menggunakan Metode ABC mereka dapat merencanakan anggaran secara tepat, dan mampu mengalokasikan biaya aktivitas ke setiap kamar secara tepat berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas.

KESIMPULAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan penulis, dengan tujuan untuk mengevaluasi tarif kamar rawat inap pada Rumah Sakit dengan penentuan tarif kamar yang menggunakan metode yang berbasis aktivitas (Activity Based Costing). Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh pada Rumah

Sakit. maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perhitungan tarif jasa rawat inap dengan menggunakan metode ABC, dilakukan melalui dua tahap. Yakni pertama biaya ditelusur ke aktivitas yang menimbulkan biaya dan tahap kedua membebankan biaya aktivitas ke produk. Sedangkan tarif yang diperoleh menambahkan cost rawat inap dengan laba yang diharapkan. Dari perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan tarif jasa rawat inap dengan menggunakan metode Activity Based Costing untuk kelas Suite Rp. 1.434.298, kelas VVIP Rp. 1.141.516, kelas VIP Rp. 757.680, kelas I Rp. 706.888, kelas II Rp. 643.385, dan kelas III Rp. 616.269.
2. Dari hasil tersebut, jika dibandingkan dengan metode yang ditetapkan Rumah Sakit, maka metode ABC yang saya terapkan memberikan hasil yang lebih kecil, kecuali pada kelas I, kelas II dan kelas III. Hal ini dikarenakan karena terjadi subsidi silang dalam penentuan tarifnya. Dengan selisih Suite Rp 365.702, VVIP Rp 158.484, VIP Rp 142.320, Kelas I Rp. 6.888, Kelas II Rp. 2293.385, dan Kelas III Rp. 416.269. Perbedaan yang terjadi disebabkan karena pembebanan biaya overhead pada masing-masing produk. Sehingga dalam metode ABC, telah mampu mengalokasikan biaya aktiva kesetiap kamar secara tepat berdasarkan konsumsi masing-masing aktivitas

- Sofia Prima Dewi, Septian Bayu Kristianto, 2015. "Akuntansi Biaya" Edisi 2. Bogor : In Media.
- Edward J. Blocher, David E. Stout, Gary Cokins, 2011. "Manajemen Biaya". Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Mulyadi, 2015. "Akuntansi Biaya" Edisi 5. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Mursyidi, 2010. "Akuntansi Biaya Conventional Costing, Just in Time, dan Activity-Based Costing" Bandung : PT Refika Aditama.
- Riadi Budiman. 2012. "Implementasi Metode Activity-Based Costing System Dalam Menentukan Besarnya Tarif Jasa Rawat Inap (Studi Kasus di RS XYZ)" Jurnal

DAFTAR PUSTAKA

- Islahuzzaman, 2011. "Activity Based Costing- Teori dan Aplikasi". Bandung Alfabeta
- Firdaus Ahmad Dunia, Wasilah, 2012. "Akuntansi Biaya" Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Indra Bastian, 2008. "Akuntansi Kesehatan".- Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Fakhni Armen, Vivianti Azwar, 2013. "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Rumah Sakit" Yogyakarta : Gosyen Publishing.
- Hansen, D. R., Maryanne M. Mowen, 2006. "Akuntansi Manajemen." Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Ray H. Garrison, Eric W. Nooren, Peter C. Brewer, 2013. "Akuntansi Manajerial". Jakarta Selatan : Salemba Empat

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA TEMPE DI KOTA MEDAN

Donny Ivan Samuel Simatupang

Dosen Tetap Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia, Medan

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan aspek penting dalam pengembangan agribisnis terutama usaha tempe. Proses penyampaian tempe dari produsen ke konsumen akan semakin lancar jika didukung oleh sistem pemasaran yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran tahu dan tempe, untuk mengetahui struktur pasar yang terjadi pada setiap saluran pemasaran tahu dan tempe, untuk menganalisis biaya pemasaran, sebaran harga (price spread) dan share margin dari masing-masing saluran pemasaran tempe serta untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh saluran pemasaran tempe di Kecamatan Medan Selayang. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif dan pelaksanaannya dengan teknik survei. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode purposive, yaitu Kecamatan Medan Selayang. Metode analisis data menggunakan metode analisis SWOT. Metode penentuan produsen sampel dilakukan secara Simple Random Sampling sebanyak 30 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu Terdapat beberapa struktur pasar pada saluran tempe di daerah penelitian yaitu persaingan pasar sempurna. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah penjual dan pembeli yang ada di pasar, barang yang dijual bersifat relatif homogen, penjual dan pembeli mudah untuk keluar masuk pasar, dan setiap pelaku dalam pemasaran tempe mengetahui informasi harga tempe di pasar. Terdapat perbedaan biaya pemasaran, sebaran harga (price spread), dan share margin pada setiap saluran dari tingkat produsen hingga tingkat pengecer terdapat perbedaan. Biaya pemasaran yang paling tinggi pada jalur pemasaran tempe di Kota Medan yaitu saluran 1 yaitu sebesar Rp 150. Sedangkan biaya terkecil terdapat pada saluran 2 dan 3 yaitu sebesar Rp 100. Keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran 2 dan 3 yaitu sebesar Rp 400, sedangkan keuntungan terkecil terdapat pada saluran pemasaran 1 yaitu sebesar Rp 350. Strategi pemasaran tempe di Kota Medan menurut diagram SWOT berada pada posisi kuadran 1 (Strategi Agresif) yaitu SO (Strength Opportunities) yang menunjukkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy/Expansion Strategy).

Kata Kunci : *saluran, pemasaran, struktur pasar, price spread, sShare margin, strategi*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang penting bagi penduduk Indonesia di mana sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Sektor pertanian mempunyai peranan penting karena sektor ini menghasilkan bahan pangan yang merupakan kebutuhan primer manusia. Hasil pertanian yang melimpah mendorong penduduk Indonesia untuk mengelola hasil-hasil pertanian menjadi berbagai produk olahan sehingga bernilai lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Oleh karena pengelolaan hasil dari sektor pertanian harus dilakukan sebaik mungkin, mulai dari penanaman sampai pengolahan, sehingga dapat dikonsumsi oleh konsumen.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia,

kedelai telah dikenal sejak lama sebagai salah satu tanaman sumber protein nabati dengan kandungan 39-41% yang diolah menjadi bahan makanan, minuman serta penyedap cita rasa makanan, misalnya yang sangat terkenal adalah tempe, tahu, kecap, tauco dan tauge. Bahkan diolah secara modern menjadi susu dan minuman sari kedelai yang dikemas dalam karton khusus atau botol. Selain itu kedelai berperan penting dalam beberapa kegiatan industri dan peternakan (Santoso, 1993).

Menurut UU No. 5 Tahun 1984, industri adalah kegiatan ekonomi mengolah bahan mentah, barang baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Bahan-bahan industri diambil secara

langsung maupun tidak langsung, kemudian diolah, sehingga menghasilkan barang yang bernilai lebih dan memiliki nilai guna bagi masyarakat. Kegiatan proses produksi dalam industri itu disebut dengan perindustrian.

Usaha industri tempe yang berkembang dimasyarakat adalah industri rumah tangga dan industri kecil. Permasalahan pokok industri kecil adalah modal kerja yang sangat minim, kenaikan harga bahan baku, pemasaran untuk menyalurkan tempe ke konsumen, karena kurangnya informasi pasar terkait dengan pola permintaan konsumen. Selain itu kemampuan strategi pemasaran masih kurang. Terkadang pengusaha tidak mampu menghasilkan produk dengan mutu yang sesuai dengan tuntutan pasar, selera konsumen, dan kurang mampu memproduksi dalam jumlah yang besar dalam waktu cepat sehingga permintaan pasar tidak dapat dipenuhi.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang analisis strategi pemasaran usaha tempe. Untuk menjadi sasaran penelitian adalah Kecamatan Medan Selayang karena di daerah tersebut terdapat usaha pembuatan tempe yang paling banyak yaitu 5 usaha tempe.

1.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran tempe di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui struktur pasar yang terjadi pada setiap saluran pemasaran tempe di daerah penelitian.
3. Untuk mengetahui besar biaya pemasaran, besaran harga (price spread), share margin di daerah penelitian.
4. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha industri tempe yang ada di daerah penelitian.

1.3. Metode Penelitian

Daerah penelitian di tentukan secara *purposive* atau secara sengaja, yaitu di Kecamatan Medan Selayang, yang di dalamnya terdapat pengusaha tempe terbanyak di kota Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yaitu orang-orang yang terlibat dalam mendistribusikan tempe hingga ke konsumen akhir. Pedagang sebagai sampel ditentukan dengan metode penelusuran yaitu menelusuri semua pedagang yang terlibat dalam pemasaran tempe di daerah penelitian mulai dari produsen, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Jumlah pedagang besar yang

digunakan sebagai sampel sebanyak 5 orang, pedagang pengecer sebanyak 25 orang

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Pemasaran

Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran dapat meningkatkan guna waktu, guna tempat, guna bentuk dan guna pemilikan (Sudiyono, 2004).

Pemasaran menurut Kohl dan Downey (1972) adalah semua aktivitas bisnis yang terlibat dalam aliran barang dan jasa mulai dari awal produksi sampai ke tangan konsumen akhir. Adapun pengertian pemasaran menurut Hammond dan Dahl (1977) adalah suatu proses penyampaian barang dari titik produksi ke titik konsumsi melalui fungsi pertukaran dalam upaya untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Menurut Limbong dan Sitorus (1987), pemasaran mencakup segala kegiatan dan usaha yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari produsen ke tangan konsumen, termasuk didalamnya kegiatan-kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang yang dimaksud untuk lebih memudahkan konsumen dalam memilih barang sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.

Menurut Kotler (1993) pemasaran adalah suatu proses sosial dengan individu dan kelompok dengan kebutuhan dan keinginan dalam menciptakan, penawaran dan perubahan nilai barang dan jasa secara bebas dengan lainnya.

2.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah himpunan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa yang siap untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen atau pengguna industrial. Terdapat empat kategori besar lembaga saluran : grosir barang dagangan, perantara agen, pengecer, serta agen pendukung (Boyd, 2000).

Saluran pemasaran selalu diperlukan karena produsen tidak mampu menjual sendiri produk yang dihasilkan. Produsen memerlukan patner yang lokasinya berbeda dan kapasitasnya yang juga berbeda (Soekartawi, 1993).

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan ataupun perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran hasil pertanian. Ditingkat desa ada tengkulak dan ada pedagang perantara serta

ada pengecer. Ditingkat kecamatan juga ada perantara, pengumpul dan pengecer. Keadaan seperti ini juga terjadi ditingkat kabupaten atau provinsi. Masing-masing lembaga pemasaran akan mengeluarkan biaya tataniaga dan akan memperoleh keuntungan yang disebut bagian dari margin pemasaran (Daniel, 2002).

Menurut (Koeswara, 1995) lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya (Sudiyono, 2004).

Menurut Kohl dan Downey (1972) salah satu lembaga pemasaran adalah lembaga perantara baik sebagai individu maupun sebagai perusahaan bisnis yang berspesialisasi dalam membentuk berbagai fungsi pemasaran yang terlibat dalam pembelian dan penjualan barang dan jasa atau perpindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Lembaga pemasaran disebut juga sebagai pelaku atau pelaksana aktivitas bisnis/fungsi-fungsi pemasaran. Lembaga perantara ini

2.3. Biaya Pemasaran

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Biaya terbagi menjadi dua, yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit. Biaya eksplisit adalah biaya yang terlihat secara fisik, misalnya berupa uang. Sementara itu, yang dimaksud dengan biaya implisit adalah biaya yang tidak terlihat secara langsung, misalnya biaya kesempatan dan penyusutan barang modal (Anonim, 2008).

Biaya Pemasaran adalah biaya yang terdiri dari semua jenis pengeluaran yang dikorbankan oleh setiap *middleman* (perantara) dan lembaga-lembaga pemasaran yang berperan secara langsung dan tidak langsung dalam proses perpindahan barang dan keuntungan (*profit margin*) yang diambil oleh lembaga pemasaran atas jasa modalnya dan jasa tenaganya dan menjalankan aktivitas pemasaran tersebut. Biaya pemasaran terjadi sebagai konsekuensi logis dari fungsi-fungsi pemasaran. Biaya pemasaran ini menjadi bagian tambahan harga pada barang-barang yang harus ditanggung oleh konsumen.

Disamping itu, biaya pemasaran yang tinggi juga akan membuat sistem pemasaran kurang/tidak efisien (Gultom, 1996).

Klasifikasi biaya penting dalam membandingkan pendapatan untuk mengetahui kebenaran jumlah biaya yang tertera pada pernyataan pendapatan (income statement) terdiri dari empat kategori, yaitu:

- Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu masa produksi yang termasuk dalam biaya ini antara lain adalah pajak tanah, pajak air, penyusutan alat, dan bangunan pertanian.
- Biaya variabel atau biaya-biaya berubah (*variable cost*) adalah biaya yang besar kecilnya sangat tergantung pada biaya skala produksi. Yang termasuk kedalam biaya ini antara lain adalah : biaya untuk bibit, pupuk, pembasmi hama dan penyakit, buruh atau tenaga kerja upahan, biaya panen, biaya pengolahan tanah baik yang berupa kontrak maupun upah harian.
- Biaya tunai dari biaya tetap dapat berupa pajak air dan pajak tanah. Sedangkan biaya tunai dari biaya variabel antara lain berupa pemakaian bibit, pupuk, obat-obatan tenaga luar keluarga.
- Biaya tidak tunai meliputi biaya tetap, biaya untuk tenaga kerja keluarga. Sedangkan yang termasuk biaya variabel antara lain biaya panen dan pengolahan tanah dari tenaga kerja keluarga (Fadholi, 1989).

2.4. Margin Pemasaran

Margin Pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Makin panjang pemasaran maka semakin besar margin pemasaran. Secara teoritis, dapat dikatakan bahwa semakin pendek rantai pemasaran hasil pertanian maka :

- Biaya pemasaran semakin rendah.
- Margin pemasaran semakin rendah.
- Harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah.
- Harga yang diterima produsen semakin tinggi (Daniel, 2002).

Tomek dan Robinson (1977) mendefinisikan margin pemasaran sebagai berikut (a) margin pemasaran merupakan perbedaan harga antara produsen dan konsumen, dan (b) margin pemasaran merupakan kumpulan balas jasa yang diterima oleh lembaga pemasaran.

Dalam marjin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran.

2.5. Share Margin

Share margin (Sm) adalah persentase price spread terhadap harga beli konsumen.

$$Sm = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Strategi merupakan usaha untuk menumbuh kembangkan kekuatan perusahaan dengan mengeksploitasi peluang bisnis guna untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.6. Struktur dan Tingkah Laku Pasar

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) struktur pasar adalah suatu dimensi yang menjelaskan keputusan oleh perusahaan maupun industri, jumlah perusahaan dalam suatu pasar, distribusi perusahaan menurut berbagai ukuran, seperti konsentrasi, deskripsi perusahaan, diferensiasi produk dan sebagainya.

Dahl dan Hammond (1987) menjelaskan bahwa dilihat dari strukturnya, ada pasar bersaing sempurna dengan ciri-ciri: banyak pembeli dan penjual, setiap pembeli dan penjual tidak dapat mempengaruhi harga (price taker), barang dan jasa yang dipasarkan bersifat homogen serta bebas keluar masuk industri atau pasar.

Struktur pasar dan perilaku pasar akan menentukan keragaan pasar yang dapat diukur melalui perubahan harga, biaya, marjin pemasaran, dan jumlah kuantitas yang diperdagangkan (Dahl and Hammond, 1977)

Tabel 1 Jenis-jenis Struktur Pasar Berdasarkan Jumlah Perusahaan dan Sifat Produk

Karakteristik		Struktur Pasar	
Jumlah Perusahaan	Sifat Produk	Dari Sudut Penjual	Dari Sudut Pembeli
Banyak	Standar/ homogen	Persaingan murni	Persaingan murni
Banyak	Terdiferensiasi	Persaingan monopolistik	Persaingan monopolistik
Sedikit	Standar	Oligopoli murni	Ologopsoni murni
Sedikit	Terdiferensiasi	Oligopoli diferensiasi	Oligopsoni diferensiasi
Satu	Unik	Monopoli	Monopsoni

Sumber : Dahl dan Hammond, 1977

2.7. Strategi

Menurut Jauch dan William F. Glueck (1997), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan

keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analitis (Rangkuti, 2001).

Strategi mempunyai fungsi multifungsional atau multidimensional dan dalam perumusannya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan (David, 2004).

Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing (Hunger and Wheelen, 2003).

Strategi pengembangan sistem agribisnis adalah suatu proses fungsi produksi yang akan menghasilkan produktivitas secara optimal dan efisien, maka strategi itu merupakan keterpaduan dan keberlanjutan kerjasama dari masing-masing subsistem agribisnis (Damanik, 2008).

Pada prinsipnya, strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe strategi yaitu strategi manajemen, strategi investasi dan strategi bisnis. Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, strategi penetapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, dan sebagainya. Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi sedangkan strategi bisnis berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi distribusi dan strategi- strategi yang berhubungan dengan keuangan (Rangkuti, 2006).

Menurut David (2004), tahapan manajemen strategis terdiri dari tahapan perumusan strategi, implementasi strategi serta evaluasi dan pengendalian strategi. Tahapan perumusan strategi terdiri dari kegiatan mengembangkan pernyataan visi dan misi, melakukan audit eksternal dan audit internal untuk mengenali peluang, ancaman serta faktor kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, mengevaluasi dan memilih strategi.

Tahapan berikutnya yaitu implementasi strategi yaitu melaksanakan strategi dengan melihat isu-isu manajemen, pemasaran, keuangan dan litbang sedangkan tahapan akhir adalah mengevaluasi dan pengendalian strategi, melakukan tindakan perbaikan. Berikut ini adalah model proses manajemen strategis yang komprehensif menurut Fred R. David. Berikut gambar Model Proses Manajemen Strategis yang Komprehensif.

2.8. Analisis SWOT

Untuk menganalisis profil suatu perusahaan akan digunakan pendekatan yaitu analisis SWOT. SWOT singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Tantangan). Analisis SWOT beresievaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya dan faktor eksternal berupa peluang dan tantangan. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya.

Analisis SWOT hanya bermanfaat dilakukan apabila telah jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi/manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya.

Hasil analisis akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para stakeholder (Situmorang dan Dilham, 2007).

Menurut Rangkuti (2009), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*). Sebelum melakukan analisis, maka diperlukan tahap pengumpulan data yang terdiri atas tiga model yaitu :

a. Matrik Faktor Strategi Internal

Sebelum membuat matriks faktor strategi internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel IFAS.

- Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan).

- Beri rating masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi internal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negatif, kebalikannya.
- Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3). Bobot ditentukan secara subyektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- Kalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh
- skoring pada kolom 4.
- Jumlah skoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi internalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS) untuk dijumlahkan dan kemudian di perbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

b. Matrik Faktor Strategi Eksternal

Sebelum membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu cara-cara penentuan dalam membuat tabel EFAS.

- Susunlah dalam kolom 1 faktor-faktor eksternalnya (peluang dan ancaman).
- Beri rating dalam masing-masing faktor dalam kolom 2 sesuai besar kecilnya pengaruh yang ada pada faktor strategi eksternal, mulai dari nilai 4 (sangat baik), nilai 3 (baik), nilai 2 (cukup baik) dan nilai 1 (tidak baik) terhadap kekuatan nilai “rating” terhadap kelemahan bersifat negatif, kebalikannya.
- Beri bobot untuk setiap faktor dari 0 sampai 1 pada kolom bobot (kolom 3).Bobot ditentukan secara subyektif, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan.
- Kalikan rating pada kolom 2 dengan bobot pada kolom 3, untuk memperoleh skoring pada kolom 4.
- Jumlah skoring (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

Hasil identifikasi faktor kunci internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pembobotan dan rating dipindahkan ke tabel Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS) untuk dijumlahkan dan kemudian di perbandingkan antara total skor kekuatan dan kelemahan.

c. Matriks Posisi

Hasil analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal dipetakan pada matriks posisi dengan cara sebagai berikut :

1. Sumbu horizontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertical (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
2. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut :
 - Kalau peluang lebih besar dari pada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya kalau ancaman lebih besar dari pada peluang maka nilainya $y < 0$.
 - Kalau kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kalau kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$.



Gambar 1 Diagram Analisis SWOT

Kuadran I : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada

BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Alat untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif stretegis seperti yang dijelaskan dalam Tabel 4 :

Tabel 2 Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIE S (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti,2009).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Saluran Pemasaran Tempe

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran pada kota Medan yaitu :

- Saluran I : Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen
- Saluran II : Produsen → Pedagang Besar → Konsumen
- Saluran III : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

Dalam pemasaran tempe di Kota Medan satu produsen dapat terlibat dalam beberapa saluran pemasaran. Hal tersebut terjadi karena produsen tidak hanya menjual tempe yang diproduksinya langsung kepada konsumen, tetapi juga kepada beberapa pedagang. Dimana dalam penelitian ini pedagang di kelompokkan menjadi tiga macam. Pada keempat saluran pemasaran di atas, proporsi terbesar terjadi pada saluran pemasaran 1, yaitu sebesar 33,33%. Sedangkan proporsi saluran pemasaran terkecil adalah saluran ke 2 yaitu sebesar 8,33 %. Sementara itu proporsi saluran pemasaran 3 sebesar 21,17%.

Pelaku pemasaran tempe di Kota Medan melakukan beberapa fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi fasilitas meliputi fungsi pembiayaan, penanggung resiko, dan informasi harga. Dalam pemasaran tempe di Kota Medan produsen memiliki fungsi penjualan, pengemasan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko dan informasi harga. Fungsi penjualan dilakukan produsen yaitu pedagang menjual tempe yang diproduksinya kepada para pedagang dan konsumen.

Dalam melakukan kegiatan penjualan produsen melakukan fungsi pengemasan, dan pengangkutan apabila produsen berada dalam saluran pemasaran dua. Hal tersebut terjadi karena produsen menjual tempe ke pasar dan berkeliling kota. Fungsi pembiayaan dilakukan ketika produsen menanggung seluruh biaya dalam kegiatan produksi tempe hingga tempe sampai pada konsumen dan pedagang. Produsen juga menanggung resiko dari seluruh kegiatan produksi tempe hingga tempe sampai ke tangan konsumen maupun pedagang. Resiko yang ditanggung produsen meliputi resiko kerugian akibat dari proses produksi tempe gagal, dan kenaikan bahan baku pembuat tempe. Resiko kerugian ketika tempe yang dijual produsen tidak habis. Serta resiko pengangkutan hingga tempe sampai pada konsumen dan pedagang.

Produsen juga menjalankan fungsi pemberi informasi harga kepada sesama produsen maupun kepada pedagang dan konsumen.

Pedagang besar memiliki fungsi pembelian, penjualan, pengemasan, pengangkutan, pembiayaan, penanggung resiko dan informasi harga. Pedagang besar melakukan kegiatan pembelian tempe kepada produsen kemudian menjualnya kembali kepada pedagang pengecer dan konsumen. Pedagang grosir juga melakukan fungsi pengemasan, tempe yang dijulanya dikemas dengan menggunakan kantong plastik. Fungsi pengangkutan dilakukan pedagang besar ketika memindahkan tempe yang dibelinya dari produsen hingga sampai ke pedagang pengecer dan konsumen. Kegiatan pengangkutan oleh pedagang besar dilakukan dengan menggunakan motor dengan dilengkapi beberapa alat yang digunakan untuk mengangkut tempe. Dalam fungsi pembiayaan pedagang besar melakukan pembelian alat pengangkut, kantong plastik untuk kegiatan pengemasan dan pembelian tempe kepada produsen. Terdapat 2 sistem pembayaran yang dilakukan pedagang dalam pembelian tempe kepada produsen, yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran kemudian. Sistem pembayaran tunai dilakukan ketika pedagang membeli tempe kepada produsen dan langsung membayarnya. Namun sedikit pedagang yang melakukan sistem pembayaran ini. Sedangkan sistem pembayaran kemudian adalah sistem pembayaran yang dilakukan ketika pedagang membeli tempe kepada produsen kemudian menjualnya dulu kepada konsumen setelah mendapatkan uang dari hasil berjualan pedagang baru membayar tempe yang dibelinya kepada produsen. Sistem pembayaran ini banyak dilakukan pedagang dalam pemasaran tempe di Kota Medan. Sistem pembayaran kemudian dilakukan karena produsen sudah percaya terhadap pedagang yang berlangganan membeli tempe kepadanya. Jarak tempat tinggal sebagian besar pedagang yang melakukan sistem pembayaran kemudian dengan tempat tinggal produsen juga dekat.

Pedagang besar juga menanggung resiko saat tempe yang dibeli dari produsen ada di pedagang grosir hingga sampai ke konsumen. Informasi harga juga diberikan pedagang besar kepada pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran III sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer kepada produsen adalah sistem pembayaran tunai. Sama dengan sistem pembayaran yang dilakukan konsumen yang

melakukan pembelian tempe baik kepada produsen maupun pedagang.

3.2. Struktur Pasar Tempe di Kota Medan

Menurut Sudiyono (2004), struktur pasar adalah karakteristik organisasi pasar. Struktur pasar yang dibentuk dalam pemasaran tempe di Kota Medan adalah mendekati persaingan pasar sempurna. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah penjual dan pembeli yang ada di pasar, barang yang dijual bersifat relatif homogen, penjual dan pembeli mudah untuk keluar masuk pasar, dan setiap pelaku dalam pemasaran tempe mengetahui informasi harga tempe di pasar. Sedangkan perilaku pasar pemasaran tempe di Kota Medan diketahui berdasarkan proses penentuan harga, pembayaran serta kerjasama diantara pelaku pemasaran. Pada kegiatan penentuan harga tempe di lokasi penelitian, antara produsen dan pedagang besar dan pedagang pengecer didasarkan pada harga yang berlaku di pasar. Tidak ada proses tawar-menawar antara produsen dan pedagang, karena masing-masing pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tempe sudah mengetahui informasi mengenai harga. Harga yang dibentuk dalam pemasaran industri tempe cenderung kaku. Terdapat dua sistem pembayaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran tempe yaitu sistem pembayaran tunai, dan bayar kemudian.

3.3. Biaya Pemasaran, Sebaran Harga (*Price Spread*), dan *Share Margin* pada Setiap Saluran Pemasaran

Pada pemasaran tempe di Kota Medan terdapat tiga saluran pemasaran. Dimana setiap saluran pemasaran melibatkan beberapa pelaku pemasaran yang berbeda. Banyaknya pelaku pemasaran yang terlibat dalam sebuah saluran pemasaran akan mempengaruhi besarnya margin dan keuntungan di masing-masing pelaku pemasaran. Margin di tiap-tiap pelaku pemasaran berbeda. Harga jual di tiap-tiap produsen tempe di Kota Medan sama yaitu jika dijual kepada pedagang Rp 1.500/bungkus dan jika dijual langsung kepada konsumen adalah Rp 2.000/bungkus. Pada saluran pemasaran ke-3 produsen tempe mendapat keuntungan terbesar dibandingkan dengan pada saluran pemasaran yang lain. Hal tersebut terjadi karena produsen memasarkan sendiri tempe yang diproduksinya kepada pedagang pengecer. Sedangkan dalam saluran pemasaran ke-1 dan ke-2 ada beberapa pelaku pemasaran yang terlibat. Margin di setiap pelaku pemasaran yang terlibat juga berbeda.

Keuntungan di tiap-tiap pelaku pemasaran juga berbeda. Disini margin yang diterima pedagang pengecer adalah Rp. 200,00/bungkus atau 10 % dari harga yang diterima konsumen akhir.

Berbeda dengan margin yang pedagang pengecer pada saluran pemasaran ke-3, margin pedagang pengecer pada saluran pemasaran ke 3 lebih besar yaitu Rp 500,00/bungkus atau 25% dari harga yang diterima konsumen akhir. Hal tersebut terjadi karena harga pembelian tempe pedagang pengecer pada saluran ke 1 dan ke 3 berbeda. Harga pembelian tempe pedagang pengecer pada saluran ke 1 lebih tinggi daripada harga pembelian tempe pedagang pengecer pada saluran ke 3. Sedangkan harga jual pedagang pengecer kepada konsumen sama. Hal tersebut terjadi karena harga tempe cenderung kaku. Harga tempe dibentuk tanpa melalui proses tawar-menawar. Pedagang menjual tempe dengan harga sesuai dengan harga pasaran.

Pada saluran pemasaran ke-1 pelaku pemasaran yang terlibat juga lebih banyak dari saluran pemasaran ke-2 dan ke-3. Margin pemasaran, keuntungan serta besarnya biaya yang dikeluarkan masing-masing pelaku pemasaran di tiap-tiap saluran pemasaran berbeda. Semakin banyak pelaku pemasaran yang terlibat dalam sebuah saluran pemasaran maka keuntungan yang diterima masing-masing pelaku pemasaran yang terlibat semakin kecil. Sebaliknya, semakin sedikit pelaku pemasaran yang terlibat dalam sebuah saluran pemasaran maka keuntungan pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran tersebut semakin besar. Hal tersebut terjadi karena harga jual tempe dari produsen ke pedagang sama yaitu Rp 1.500/bungkus dan harga jual tempe ke konsumen pada semua saluran sama yaitu Rp 2.000/bungkus.

Margin pemasaran adalah penjumlahan dari seluruh biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil oleh tiap-tiap lembaga pemasaran yang terkait dalam proses penyaluran tempe sehingga tempe tersebut sampai di tingkat konsumen akhir. Besar margin pada setiap pola saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 6.

Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga pemasaran atau perbedaan harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pada Tabel 6 dapat dilihat komponen-komponen dari pemasaran antara lain biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Biaya pemasaran merupakan biaya yang

dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan tempe ke konsumen.

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Tempe Pada Saluran 1, 2, dan 3 di Kota Medan

Unsur Marjin	Saluran I		Saluran II		Saluran III	
	Price Speard (Rp)	Share Margin (%)	Price Speard (Rp)	Share Margin (%)	Price Speard (Rp)	Share Margin (%)
1. Produsen						
- Harga jual	1500	75	1500	75	1500	75
- Biaya pemasaran	-	-	-	-	-	-
2. Pedagang Besar						
- Harga beli	1500	75	1500	75	-	-
- Biaya pemasaran	100	5	100	5	-	-
- Keuntungan	200	10	400	20	-	-
- Harga jual	1800	90	2000	100	-	-
- Margin	300	15	500	25	-	-
3. Pedagang Pengecer						
- Harga beli	1800	90	-	-	1500	75
- Biaya pemasaran	50	2,5	-	-	100	5
- Keuntungan	150	7,5	-	-	400	20
- Harga jual	2000	100	-	-	2000	100
- Margin	200	10	-	-	500	25
Total biaya pemasaran	150	7,5	100	5	100	5
Total keuntungan	350	17,5	400	20	400	20
Total margin	500	25	500	25	500	25
L/C	2,33		4,00		4,00	

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran tersebut adalah meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, retribusi dan penyusutan. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli yang telah ditambahkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tersebut.

Biaya pemasaran yang paling tinggi pada jalur pemasaran tempe di Kota Medan ditanggung oleh saluran I yaitu sebesar Rp 150. Hal ini disebabkan karena dalam proses distribusinya melibatkan banyak lembaga pemasaran sehingga saluran yang dihasilkan cukup panjang. Sedangkan biaya terkecil terdapat pada saluran 2 dan 3 yaitu sebesar Rp 100, hal ini disebabkan karena jarak distribusi yang dekat, dan tidak melalui banyaknya lembaga pemasaran yang menjadi tempat persinggahan dari komoditi tempe tersebut sehingga saluran yang dihasilkan rantai yang pendek.

Keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran II dan III yaitu sebesar Rp 400, hal ini disebabkan karena jalur ini merupakan rantai pemasaran yang terpajang dalam mendistribusikan tempe ke konsumen. Keuntungan terkecil terdapat pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 350.

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam suatu proses pemasaran.

Efisiensi pemasaran dapat tercapai apabila sistem pemasaran yang ada telah memberikan kepuasan kepada pelaku-pelaku pemasaran yang terlibat seperti produsen, lembaga pemasaran dan konsumen. Berdasarkan hasil analisis tersebut diperoleh nilai efisiensi pemasaran untuk masing-masing pola saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 4. Nilai Efisiensi Pemasaran pada Masing-Masing Pola Saluran Pemasaran Tempe di Kota Medan

Saluran Pemasaran	Nilai Produksi yang Dipasarkan (Rp/bungkus)	Biaya Pemasaran (Rp/bungkus)	Efisiensi Pemasaran (%)	Ket
Saluran I	2000	150	7,5	Efisien
Saluran II	2000	100	5	Efisien
Saluran III	2000	100	5	Efisien

Tabel 7 menunjukkan bahwa saluran pemasaran lebih efisien pada saluran II (Produsen → Pedagang Besar → Konsumen) dan III (Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen) dibandingkan dengan saluran I (Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen).

3.4 Analisis Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada Usaha Industri tempe di Kota Medan

Prospek suatu usaha tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada, baik di dalam maupun di luar lingkungan usaha, karena pengaruh lingkungan tersebut senantiasa berinteraksi.

Berdasarkan peninjauan ke lapangan dan sesuai dengan beberapa metode yang digunakan, untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada usaha industri tahu. Tahap pertama yang harus dilakukan adalah "Tahap Pengumpulan Data". Melalui tahap ini maka diketahui faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strengths*) pada usaha industri tempe di daerah penelitian

Produsen tempe memiliki kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya, dan kekuatan tersebut mempunyai perkembangan. Usaha tersebut di dalam persaingan dan kemajuan dimasa yang akan datang di tengah-tengah banyaknya usaha-usaha sejenis yang bermunculan, adapun kekuatan-kekuatan tersebut antara lain:

1. Tempe sangat diminati masyarakat.
2. Kualitas tempe terjamin.
3. Pengalaman usaha tempe yang sudah lama.
4. Aktif dalam kelembagaan usaha UKM
5. Hubungan baik pengusaha tempe dengan pihak lain (penyedia bahan).

b. Kelemahan (*Weaknesses*) pada usaha industri tempe di daerah penelitian

Kelemahan adalah yang menjadi penghalang bagi suatu usaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian laba yang maksimum yang ingin diperoleh. Adapun kelemahan-kelemahan yang dimiliki produsen tempe antara lain:

1. Permodalan kurang.
2. SDM pengusaha tempe rendah.
3. Ketergantungan usaha kepada penyedia bahan baku.
4. Peralatan yang masih sederhana.
5. Kurang konsistennya usaha tempe dalam memproduksi tempe

c. Peluang (*Opportunities*) pada usaha industri tempe di daerah penelitian

Adapun peluang-peluang yang dimiliki produsen tempe di kota Medan antara lain:

1. Ketersediaan bahan baku selalu ada
2. Permintaan tempe tinggi.
3. Komitmen pemerintah untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah
4. Adanya kemudahan akses perbankan
5. Keterjaminan pasar.

d. Ancaman (*Threats*) pada usaha industri tempe di daerah penelitian

Adapun ancaman-ancaman terhadap produsen tempe di Kota Medan antara lain:

1. Fluktuasi harga bahan baku.
2. Harga tempe dari luar kota Medan yang kompetitif.
3. Pilihan konsumen pindah ke usaha tempe dari luar daerah.
4. Kurangnya perhatian pemerintah tentang pemberian modal dan lemahnya koordinasi antar lembaga terkait.
5. Rendahnya fasilitas perkreditan

3.5. Strategi Pemasaran Usaha Industri Tempe di Kota Medan

Strategi adalah perencanaan, arah dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkung-

an. Strategi dirancang untuk mengetahui apakah tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data adalah kegiatan pengumpulan data dan pengklasifikasian serta pra analisis. Pada tahap ini data akan dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal. Model yang dapat digunakan dalam tahap ini adalah:

- Matriks faktor strategi internal.
- Matriks faktor strategi eksternal

3.5.1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Matriks Evaluasi Faktor Internal (*Internal Factor Evaluation-IFE Matrix*) adalah tahanan ekstraksi dalam menjalankan audit manajemen strategi. Alat formulasi strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis, dan juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan untuk mengembangkan Matriks IFE, jadi kemunculan pendekatan ilmiah tidak seharusnya diartikan bahwa faktor-faktor yang dimasukkan lebih daripada angka yang sebenarnya. Matriks IFE dapat dikembangkan dalam lima tahap yaitu :

1. Dituliskan faktor internal utama seperti identifikasi dalam proses audit. Gunakan total sepuluh hingga dua puluh faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan. Tuliskan kekuatan lebih dahulu dan kemudian kelemahan. Buatlah sespesifik mungkin, gunakan persentase, ratio dan angka komparatif.
2. Diberikan bobot berkisar 0.0 (tidak penting) hingga 1.0 (sangat penting) untuk masing-masing faktor. Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam pemasaran tempe harus diberikan bobot yang paling tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1.0.
3. Diberikan peringkat 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor untuk mengindikasikan apakah faktor tersebut menunjukkan kelemahan utama (peringkat = 1), atau kelemahan minor (peringkat = 2), kekuatan minor (peringkat = 3), atau kekuatan utama (peringkat = 4). Perhatikan kekuatan harus mendapatkan

- peringkat 3 atau 4 dan kelemahan harus mendapatkan nilai 1 atau 2.
4. Dikalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkat menentukan rata-rata tertimbang untuk masing-masing variabel.
 5. Dijumlahkan rata-rata tertimbang untuk menentukan total rata-rata tertimbang untuk.

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam Matrik IFE, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1.0 dan tertinggi 4.0 dengan rata-rata 2.5. total rata-rata tertimbang di bawah 2.5 menggambarkan organisasi yang lemah secara internal, sementara total nilai diatas 2.5 mengindikasikan posisi internal yang kuat. Seperti Matriks EFE, Matriks IFE harus memasukkan 10 hingga 20 faktor utama. Jumlah faktor memiliki pengaruh terhadap kisaran total rata-rata tertimbang karena bobot selalu berjumlah 1.0.

Tabel 5. Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix)

Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Rata-rata Tertimbang
KEKUATAN			
1. Tempe sangat diminati masyarakat	0,10	4	0,40
2. Kualitas tempe terjamin	0,10	4	0,40
3. Pengalaman usaha tempe yang sudah lama.	0,10	4	0,40
4. Aktif dalam kelembagaan usaha UKM	0,10	3	0,30
5. Hubungan baik pengusaha tempe dengan pihak lain	0,10	3	0,30
KELEMAHAN			
1. Permodalan kurang.	0,10	1	0,10
2. SDM pengusaha tempe rendah.	0,10	1	0,10
3. Ketergantungan usaha kepada penyedia bahan baku.	0,10	2	0,20
4. Peralatan yang masih sederhana.	0,10	2	0,20
5. Kurang konsistennya usaha tempe dalam memproduksi tempe	0,10	2	0,20
TOTAL	1,0		2,60

Kekuatan

Dari Tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa produsen melakukan usaha tempe 0,10 berarti 10% disebabkan oleh tempe sangat diminati masyarakat, 10 % karena kualitas tempe terjamin, 10 % karena pengalaman usaha tempe yang sudah lama, 10 % karena aktif dalam kelembagaan usaha UKM dan 10 % karena hubungan baik pengusaha tempe dengan pihak lain

Kelemahan

Dari Tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa produsen melakukan pengelolaan usaha tempe 0,1 berarti 10 % disebabkan karena permodalan

yang kurang, 10 % karena SDM yang rendah, 10 % karena ketergantungan usaha kepada penyedia bahan baku, 10 % disebabkan peralatan yang sederhana dan 10 % disebabkan oleh kurang konsistennya usaha tempe dalam memproduksi tempe.

Total rata-rata tertimbang adalah 2,60 dimana lebih besar dari 2,5 yang mengindikasikan produsen dalam melakukan usaha tempe memiliki posisi internal yang kuat.

3.5.2. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Matriks evaluasi Faktor Eksternal (*Eksternal Factor Evaluation-EFE Matrix*) yang memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan. Matriks EFE dapat dibuat dengan lima tahap yaitu

1. Dibuat daftar faktor eksternal yang diidentifikasi dalam proses audit eksternal. Masukkan dari total sepuluh hingga dua puluh faktor, termasuk peluang dan ancaman, yang mempengaruhi perusahaan dan industrinya. Tuliskan peluang terlebih dahulu kemudian ancaman. Usahakan spesifik mungkin menggunakan persentasi, rasio, dan nilai komparatif bila mungkin.
2. Diberikan bobot masing-masing faktor dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Bobot mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan suatu usaha. Peluang sering kali diberikan bobot lebih tinggi daripada ancaman, tetapi ancaman juga dapat diberikan bobot lebih tinggi jika mereka sangat serius atau sangat mengancam. Bobot yang tepat dapat ditentukan dengan membandingkan keberhasilan atau kegagalan persaingan. Penjumlahan dari seluruh bobot yang diberikan semua faktor harus sama dengan 1,0.
3. Diberikan peringkat peringkat 1 hingga 4 untuk masing-masing faktor eksternal kunci tentang seberapa efektif strategi saat ini dalam memproses faktor tersebut, di mana 4 = respons superior, 3 = respons diatas rata-rata, 2 = respons rata-rata, dan 1 = respons jelek. Penting diperhatikan bahwa ancaman dan peluang dapat diberikan peringkat 1, 2, 3 atau 4.
4. Dikalikan masing-masing bobot faktor dengan peringkatnya untuk memperoleh nilai tertimbang.

- Dijumlahkan nilai tertimbang dari masing-masing variabel untuk menentukan total nilai tertimbang bagi usaha.
- Tanpa mempedulikan jumlah peluang dan ancaman kunci yang dimasukkan dalam Matriks EFE, total nilai tertimbang untuk suatu usaha adalah 4,0 dan nilai tertimbang terendah adalah 1,0. Total nilai tertimbang rata-rata adalah 2,5. total nilai tertimbang sebesar 4,0 mengindikasikan bahwa usaha merespon dengan sangat baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam suatu usaha. Total nilai 1,0 mengindikasikan bahwa strategi pemasaran tidak memanfaatkan peluang atau tidak menghindari ancaman eksternal.

Tabel 6. Matrix External Factor Evaluation (EFE-Matrix)

Faktor-Faktor Eksternal Kunci	Bobot	Peringkat	Rata-rata Tertimbang
PELUANG			
1. Ketersediaan bahan baku selalu ada	0,10	4	0,40
2. Permintaan tempe tinggi.	0,10	4	0,40
3. Komitmen pemerintah untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah	0,10	3	0,30
4. Adanya kemudahan akses perbankan	0,10	3	0,30
5. Keterjaminan pasar.	0,10	3	0,30
ANCAMAN			
1. Fluktuasi harga bahan baku.	0,10	1	0,10
2. Harga tempe dari luar kota Medan yang kompetitif.	0,10	2	0,20
3. Pilihan konsumen pindah ke usaha tempe dari luar daerah.	0,10	1	0,10
4. Kurangnya perhatian pemerintah tentang pemberian modal dan lemahnya koordinasi antar lembaga terkait.	0,10	1	0,10
5. Rendahnya fasilitas perkreditan.	0,10	1	0,10
TOTAL	1,0		2,30

Peluang

Dari Tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa 10% peluang usaha ini disebabkan oleh ketersediaan bahan baku yang selalu ada, 10 % disebabkan oleh permintaan tempe yang tinggi, 10 % disebabkan oleh komitmen pemerintah untuk mengembangkan usaha kecil dan menengah, 10 % disebabkan adanya kemudahan akses perbankan dan 10 % lagi disebabkan keterjaminan pasar.

Ancaman

Dari Tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi ancaman terhadap perusahaan ini yaitu 10 % adalah fluktuasi harga bahan baku,

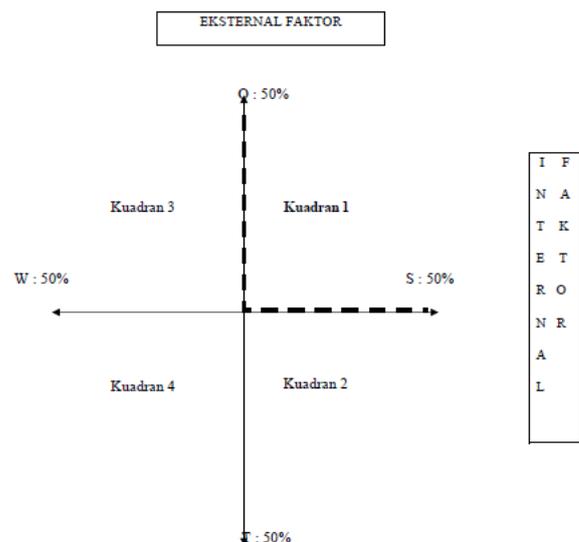
10 % karena harga tempe dari luar kota Medan yang kompetitif, 10 % karena pilihan konsumen pindah ke usaha tempe dari luar daerah, 10 % karena kurangnya perhatian pemerintah tentang pemberian modal dan lemahnya koordinasi antar lembaga terkait dan 10 % karena rendahnya fasilitas perkreditan.

Total nilai tertimbang sebanyak 2,30 mengindikasikan bahwa dengan kata lain produsen tempe merespon dengan baik terhadap peluang dan ancaman yang ada dalam memanfaatkan peluang eksternal dan meminimalkan efek yang mungkin muncul dari ancaman eksternal. Kedua matriks tersebut di atas (*IFE Matrix dan EFE Matrix*) merupakan kondisi relatif yang dihadapi oleh produsen tempe. Kondisi-kondisi inilah yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha tempe.

3.5.3. Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Treat*)

Peneliti mengadakan analisis strategi dalam melihat peluang dan ancaman usaha tempe, yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan, dalam melihat posisi kemampuan usaha tempe dalam menghadapi persaingan, dapat ditunjukkan dengan menggunakan diagram SWOT yang mengindikasikan posisi usaha dalam 4 (empat) sel.

Hasil perbandingan analisis internal (kekuatan dan kelemahan) dengan analisis eksternal (peluang dan ancaman), berdasarkan data yang diperoleh adalah sebagai berikut:



Dari hasil analisis data yang diperoleh, menunjukkan bahwa strategi pemasaran tempe di Kota Medan memiliki bobot nilai yang baik

dalam lingkungan internal berada pada posisi *Strength* dan bobot nilai yang baik dalam lingkungan eksternalnya yaitu berada pada posisi *Opportunities*, sehingga dapat disimpulkan bahwa posisi persaingan strategi pemasaran tempe di Kota Medan menurut diagram SWOT berada pada posisi kuadran 1 (Strategi Agresif) yaitu SO (*Strength Opportunities*) yang menunjukkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy/Expansion Strategy*). Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strength Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Dengan demikian, strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha industri tempe di daerah penelitian adalah strategi agresif **diterima**.

Tahap Analisis Data

Matriks SWOT

INTERNAL	STRENGTHS(S)	WEAKNESSES(W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan modal yang cukup untuk menggunakan kedelai impor. 2. Memiliki fasilitas fisik yang lengkap. 3. Bebas bahan kimia berbahaya. 4. Saluran pemasaran pendek. 5. Berpengalaman dalam membuat tempe 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan untuk selalu menggunakan kedelai impor. 2. Menggunakan teknologi sederhana. 3. Produk tempe mudah rusak. 4. Kurangnya SDM ahli
EKSTERNAL	OPPORTUNITIES(O)	STRATEGIWO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Trend tempe meningkat 2. Harga tempe stabil 3. Permintaan tempe meningkat 4. Pemasaran yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas jangkauan distribusi tempe seperti mulai menjalin kerjasama dengan restaurant dan rumah makan dengan memanfaatkan harga tempe yang murah dan rasa yang enak. (S1,3 dan O1,2) 2. Meningkatkan produksi dan menjaga kualitas tempe yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang bagus. (S1,5 dan O1,3) 3. Memperluas jangkauan pemasaran, mulai memasuki pasar yang berada diluar kota. (S1,2,4 dan O1,4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalinkan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku, agen, dan koperasi. (W4,O1,3) 2. Menambah dan mempertahankan tenaga pengecer dan tenaga kerja dengan meningkatkan kesejahteraan dan motivasi penjualan. (W1,2,3 dan O1,2,3) 3. Memanfaatkan citra produk untuk perluasan pasar dan peningkatan pesanan/ penjualan. (W1,3 dan O2,4)

THRE ATS (T)	STRATEGIST	STRATEGIWT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelangkaan tenaga kerja 2. Kelangkaan kedelai dan meningkatnya harga kedelai 3. Terlambatnya pembayaran dari pedagang pengecer 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan produksi tempe dengan menggunakan bahan baku yang tepat. (S1,5,3 dan T2) 2. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual yang terjangkau dengan efektivitas dan efisiensi produk serta keahlian karyawan. (S2,4, dan T1,3) 3. Melakukan investasi dengan sumber daya keuangan yang baik dalam penyediaan bahan baku berkualitas. (S1,5, dan T1,2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan diversifikasi produk (ukuran) dengan kualitas yang terjaga dan harga jual yang terjangkau (stabil). (W3,4, dan T1,2) 2. Mengoptimalkan nilai tambah pengolahan dengan pemanfaatan limbah ampas kedelai untuk pembuatan pakan ternak (W1,3 dan T2) 3. Mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. (W2 dan T3)

Tahap Pengambilan Keputusan

Tahap terakhir yaitu tahap “pengambilan keputusan” yaitu tahap yang bertujuan untuk menyusun strategi yang telah digambarkan oleh matrik SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan acuan untuk dapat meningkatkan strategi pemasaran usaha industri tahu di daerah penelitian. Adapun strategi yang dimaksud adalah:

Strategi SO

1. Memperluas jangkauan distribusi tempe seperti mulai menjalin kerjasama dengan restaurant dan rumah makan dengan memanfaatkan harga tempe yang murah dan rasa yang enak. (S1,3 dan O1,2)
2. Meningkatkan produksi dan menjaga kualitas tempe yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang bagus. (S1,5 dan O1,3)
3. Memperluas jangkauan pemasaran, mulai memasuki pasar yang berada di luar kota. (S1,2,4 dan O1,4)

Strategi WO

1. Menjalinkan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku, agen, dan koperasi. (W4,O1,3)
2. Menambah dan mempertahankan tenaga pengecer dan tenaga kerja dengan meningkatkan kesejahteraan dan motivasi penjualan. (W1,2,3 dan O1,2,3)
3. Memanfaatkan citra produk untuk perluasan pasar dan peningkatan pesanan/ penjualan. (W1,3 dan O2,4)

Strategi ST

1. Meningkatkan produksi tempe dengan menggunakan bahan baku yang tepat. (S1,5,3 dan T2)
2. Mempertahankan kualitas produk dan harga jual yang terjangkau dengan efektivitas dan

efisiensi produk serta keahlian karyawan. (S2,4, dan T1,3)

3. Melakukan investasi dengan sumberdaya keuangan yang baik dalam penyediaan bahan baku berkualitas. (S1,5, dan T1,2)

Strategi WT

1. Melakukan diversifikasi produk (ukuran) dengan kualitas yang terjaga dan harga jual yang terjangkau (stabil). (W3,4, dan T1,2)
2. Mengoptimalkan nilai tambah pengolahan dengan pemanfaatan limbah ampas kedelai untuk pembuatan pakan ternak (W1,3 dan T2)
3. Mengoptimalkan sumberdaya yang dimiliki. (W2 dan T3)

Berdasarkan analisis strategi yang diatas, maka adapun program-program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran usaha industri tahu di daerah penelitian adalah:

1. Program Pemberian Modal Usaha

Program ini diperlukan untuk memberikan suntikan dana yang berupa pinjaman modal kepada pengusaha. Dengan modal yang cukup, para pemilik pabrik dapat menambah mesin-mesin produksi, dan armada kendaraan pengantar produk sehingga dapat memperluas pemasaran.

2. Program Informasi Pasar

Program ini diperlukan untuk memberikan informasi kepada pengusaha dalam memperluas jangkauan distribusi dan pemasaran mereka. Informasi yang dibutuhkan adalah restaurant, toko, swalayan, ataupun lokasi strategis untuk menjalin kerja sama agar dapat mengembangkan usaha yang telah ada sehingga keuntungan dapat bertambah.

3. Program Penerapan Teknologi

Program ini diperlukan untuk memberikan pengarahannya kepada pengusaha dalam menggunakan teknologi modern yang tepat guna sehingga dapat meningkatkan produksinya. Kebanyakan usaha industri tahu adalah usaha yang sudah dijalankan bertahun-tahun sehingga teknologi dan mesin yang digunakan adalah teknologi sederhana (manual).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa saluran pemasaran tempe di daerah penelitian yaitu:
 - a. Saluran I : Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen

- b. Saluran II : Produsen → Pedagang Besar → Konsumen

- c. Saluran III : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

2. Terdapat beberapa struktur pasar pada saluran tempe di daerah penelitian yaitu persaingan pasar sempurna. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah penjual dan pembeli yang ada di pasar, barang yang dijual bersifat relatif homogen, penjual dan pembeli mudah untuk keluar masuk pasar, dan setiap pelaku dalam pemasaran tempe mengetahui informasi harga tempe di pasar.
3. Terdapat perbedaan biaya pemasaran, sebaran harga (*price spread*), dan *share margin* pada setiap saluran dari tingkat produsen hingga tingkat pengecer terdapat perbedaan. Biaya pemasaran yang paling tinggi pada jalur pemasaran tempe di Kota Medan yaitu saluran I yaitu sebesar Rp 150. Sedangkan biaya terkecil terdapat pada saluran 2 dan 3 yaitu sebesar Rp 100. Keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran II dan III yaitu sebesar Rp 400, sedangkan keuntungan terkecil terdapat pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 350.
4. Strategi pemasaran tempe di Kota Medan menurut diagram SWOT berada pada posisi kuadran 1 (Strategi Agresif) yaitu SO (*Strength Opportunities*) yang menunjukkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy/Expansion Strategy*). Strategi SO (*Strength Opportunities*):
5. Memperluas jangkauan distribusi tempe seperti mulai menjalin kerjasama dengan restaurant dan rumah makan dengan memanfaatkan harga tempe yang murah dan rasa yang enak. (S1,3 dan O1,2)
6. Meningkatkan produksi dan menjaga kualitas tempe yang dihasilkan dengan menggunakan bahan baku yang bagus. (S1,5 dan O1,3)
7. Memperluas jangkauan pemasaran, mulai memasuki pasar yang berada di luar kota. (S1,2,4 dan O1,4)

DAFTAR PUSTAKA

- AAK. 1989. *Kedelai*. Kanisius, Yogyakarta.
- Anonim 2008. *Keunggulan jika Mengonsumsi Tempe*. <http://scr.kliksaya.com..>
- Anonimus, 2009. *Jurnal Penelitian Strategi Pemasaran*, (<http://www.scribd.com/doc/21779480/Proposal-Strategi-Pemasaran>), 16 mei 2012.
- Agromedia, Redaksi. 2007. *Membuat Tahu dan Tempe*, Jakarta.
- Cahyadi, W. 2007. *Kedelai Khasiat dan Teknologi*. Bumi Aksara. Jakarta
- Cahyono, Bambang Tri. 1999. *Manajemen Strategi*. Badan Penerbit IPWI, Jakarta.
- David, F R. 2004. *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*. Edisi Kesembilan. Terjemahan PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta
- Dahl, Dale C. Dan Jerome W. Hammond. 1997. *Market & Price Analysis The Agricultural Industries*. Mc, Graw Hill Book Company. New York.
- Damanik, S. 2008. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa (Cocos nucifera) untuk Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Indragiri Hilir Riau*. <http://perkebunan.litbang.deptan.go.id>.
- Daniel. M., 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Gultom, H.L.T 1996. *Tata Niaga Pertanian*. USU Press, Medan
- Hanafiah. A.M. dan Saefuddin. A. M., 1986. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Haryoto, 1995. *Tempe dan Kecap Kecapir*. Kanisius, Yogyakarta.
- Jauch dan William F. Glueck. 1997. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta
- Joharja, W. 2005. *Analisis Kebijakan Industri Kecil (IK) Tahu Dan Tempe Di Propinsi DKI Jakarta*. Tesis Magister Teknik dan Manajemen Industri ITB. Bandung.
- Kurniati. 2008. *Kedelai*. IndoBook Citra Media : Bogor
- Koeswara, S. 1995. *Pemasaran Industri*. Djambatan, Jakarta.
- Kohl, Richard L. dan W. David Downey. 1972. *Marketing of Agricultural Products (fourth Edition)*. The Macmillan Company. New York.
- Kotler. P, 1993. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta.
- Limbong dan Sitorus. 1987. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Meisiana, Y.R. 2010. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*. Skripsi S1 Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Mubyarto, 1994, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Pustaka LP3ES, Jakarta
- Priyambodo. 2008. *Industri Tempe dan Tahu Mulai Mem-PHK Pkerjanya*. <http://www.kompas.com>.
- Rahardi. F, H. Indriani dan Haryono, 1994. *Agribisnis Tanaman Buah*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Santoso, H.B., 1993. *Pembuatan Tempe dan Tahu Kedelai*, Kanisius, Yogyakarta.
- Sarwono, B, dan Y.P. Saragih, 2001. *Membuat Aneka Tahu*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi, 1993, *Agribisnis Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka. Harapan, Jakarta.
- Soekartawi, 1999. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono, Ahmad. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) Press. Malang.
- Suprpti. M. Lies, 2005. *Pembuatan Tahu*, Kanisius, Yogyakarta

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. SAGAPO EXPRESS MEDAN

Susanto

NIDN: 0122037801

Dosen Program Studi Manajemen Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis Medan

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sagapo Express Medan. Pada saat ini, bersaing dengan kompetitor untuk mendapatkan hati di pangsa pasar, perusahaan harus mempunyai keunggulan yang berbeda dengan perusahaan kompetitor yang lain. Misalnya dengan memiliki karyawan yang termotivasi untuk bekerja secara produktif. Karena dengan memiliki karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi, maka perusahaan dapat mengalahkan kompetitornya. Namun karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi hanya di dapat dengan penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya manusia yang tepat. Pada data primer, penulis mengumpulkan data dengan melakukan penelitian lapangan langsung ke perusahaan, melakukan wawancara dan membagikan kuesioner kepada karyawan yang menjadi responden. Untuk data sekunder, penulis menggunakan studi kepustakaan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan penelitian ini. Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen (X) berupa Motivasi dan variabel dependen (Y) berupa Kinerja. Penelitian ini diadakan di semua divisi perusahaan. Kesimpulan terakhir mengenai deskripsi pengaruh motivasi kerja memiliki nilai rata-rata setuju dan kinerja karyawan juga memiliki nilai rata-rata setuju. Sedangkan Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sagapo Express Medan diperoleh hasil analisis korelasi yang positif dengan hubungan yang kuat dimana pengujian hipotesis diperoleh hasil H_0 ditolak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sagapo Express Medan.

Kata Kunci : *motivasi, kinerja, karyawan*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, bersaing dengan kompetitor untuk mendapatkan hati di pangsa pasar, perusahaan harus mempunyai keunggulan yang berbeda dengan perusahaan kompetitor yang lain. Misalnya dengan memiliki karyawan yang termotivasi untuk bekerja secara produktif. Karena dengan memiliki karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi, maka perusahaan dapat mengalahkan kompetitornya. Namun karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi hanya di dapat dengan penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya manusia yang tepat.

Motivasi kerja adalah suatu proses dimana kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah tercapainya tujuan tertentu. Tujuan yang jika berhasil dicapai maka akan memuaskan atau memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut (Ira Rahmadita, 2013). Semakin tepat usaha pemberian motivasi, produktivitas tenaga kerja semakin tinggi, alhasil menguntungkan kedua

belah pihak baik perusahaan maupun karyawan (Ayoe Permatasary dan Rostiana D. Nurdjajadi, 2008 : 182). Motivasi kerja karyawan yang tinggi akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan dan akan mempengaruhi terciptanya komitmen organisasi (Miftahun N. Suseno dan Sugiyanto, 2010). Melihat arti motivasi, maka orang tanpa mempunyai motivasi, tidak mempunyai hasil kerja yang tinggi.

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai harapan yang besar agar karyawannya dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik dan efektif dalam melakukan tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Perusahaan dapat memberikan penghargaan untuk karyawan yang telah melakukan kinerja yang terbaik terhadap perusahaannya. Kinerja pada umumnya diartikan sebagai kesuksesan seseorang didalam melaksanakan suatu pekerjaan. Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Kinerja karyawan meliputi kualitas dan kuantitas output serta keandalan dalam

bekerja. Karyawan dapat bekerja dengan baik bila memiliki kinerja yang tinggi sehingga dapat menghasilkan kerja yang baik pula.

Peneliti mengambil data karyawan yang terlambat datang bekerja di PT. Sagapo Express Medan. Keterlibatan karyawan dalam meningkatkan sumber daya manusia berkualitas secara proaktif dimulai dari perencanaan karir para anggota organisasi, karena bagian ini paling memahami manfaat yang diperoleh organisasi secara keseluruhan, sehingga diharapkan melalui motivasi karyawan dapat meningkatkan kualitas kinerja untuk PT. Sagapo Express Medan. PT. Sagapo Express Medan harus menjaga ataupun selalu memberikan masukan ataupun motivasi demi kinerja karyawan yang bagus untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.

Pada uraian di atas tentang motivasi kerja dengan kinerja karyawan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan dalam suatu organisasi perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, motivasi merupakan masalah yang sangat penting dalam setiap usaha kelompok orang yang bekerjasama dalam rangka pencapaian tujuan tertentu. Adapun pokok permasalahan yang menjadi fokus pembahasan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana motivasi yang diberikan kepada karyawan di PT. Sagapo Express Medan?
2. Seberapa besar pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan?
3. Apa pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian merupakan metode yang handal dalam pengkajian masalah. Dengan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap berbagai objek yang terkait dengan pokok permasalahan yang akan diperoleh gambaran mengenai kondisi nyata yang menjadi latar belakang terjadinya masalah. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motivasi apa yang diberikan kepada karyawan di PT. Sagapo Express Medan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Motivasi

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu kekuatan untuk mendorong individu bertingkah laku dalam mencapai tujuan. Dorongan tersebut terdiri dari dua komponen, yaitu: arah perilaku kerja (kerja untuk mencapai tujuan), dan kekuatan perilaku (sebagai kuat usaha individu dalam bekerja). Motivasi meliputi perasaan unik, pikiran dan pengalaman masa lalu yang merupakan bagian dari hubungan internal dan eksternal perusahaan.

Winardi (2002:1) mengemukakan bahwa “istilah motivasi (motivation) berasal dari perkataan latin yakni *movere* yang berarti menggerakkan (to move)”. Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan, Hasibuan (2007: 95). Ishak dan Hendri (2003:12) mengemukakan bahwa “motivasi sebagai suatu hal pokok yang menjadi dorongan setiap motif untuk bekerja”. Motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. Menurut Robbins (2008:222) motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seseorang individu untuk mencapai tujuan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa; (1) Motivasi kerja merupakan bagian yang urgen dalam suatu organisasi yang berfungsi sebagai alat untuk pencapaian tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, (2) Motivasi kerja mengandung dua tujuan utama dalam diri individu yaitu untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pribadi dan tujuan organisasi, dan (3) Motivasi kerja yang diberikan kepada seseorang hanya efektif manakala di dalam diri seseorang itu memiliki kepercayaan atau keyakinan untuk maju dan berhasil dalam organisasi.

1. Teori Hirarki Kebutuhan Maslow

Menurut Abraham Maslow (dalam Harsuko 2011), penyusun teori ini menghipotesiskan bahwa dalam diri setiap manusia terdapat lima tingkatan kebutuhan yaitu:

- (1) Kebutuhan fisiologis, termasuk lapar, haus, tempat berteduh, seks, dan kebutuhan badan lainnya.
- (2) Kebutuhan akan rasa aman, termasuk keamanan dan perlindungan terhadap gangguan fisik serta emosional.
- (3) Kebutuhan sosial, termasuk kasih sayang, penerima oleh masyarakat, keanggotaan kelompok, dan kesetiakawanan.
- (4) Kebutuhan penghargaan, termasuk harga diri, kemandirian, keberhasilan, status, pengakuan dan perhatian.
- (5) Kebutuhan akan aktualisasi diri, termasuk kemampuan berkembang, kemampuan mencapai sesuatu, kemampuan mencukupi diri sendiri.

2. Teori Dua Faktor Herzberg

Herzberg menyatakan bahwa orang dalam melaksanakan pekerjaannya dipengaruhi oleh dua faktor yang merupakan kebutuhan. Dua faktor tersebut adalah Maintenance Factors dan Motivation Factors. Maintenance factors merupakan faktor-faktor pemeliharaan yang berhubungan dengan hakikat manusia yang ingin memperoleh ketentraman badaniah, seperti gaji, kondisi kerja fisik, kepastian kerja dan lain-lain. Sedangkan Motivation Factors adalah faktor yang menyangkut kebutuhan psikologis seseorang yaitu perasaan sempurna dalam melakukan pekerjaan, seperti kemajuan, perkembangan, tanggung jawab, penghargaan, prestasi, pekerjaan itu sendiri. Menurut teori ini, motivasi ideal yang dapat merangsang usaha adalah peluang untuk melaksanakan tugas yang lebih membutuhkan keahlian dan peluang untuk mengembangkan kemampuan. Herzberg menyatakan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dalam memotivasi bawahan, yaitu:

- a) hal-hal yang mendorong karyawan adalah pekerjaan yang menantang yang mencakup perasaan untuk berprestasi, bertanggung jawab, kemajuan dapat menikmati pekerjaan itu sendiri dan adanya pengakuan atas semuanya itu.
- b) Hal-hal yang mengecewakan karyawan adalah terutama faktor-faktor yang bersifat embel-embel saja pada pekerjaan, peraturan, penerangan, istirahat, sebutan jabatan, hak, gaji, tunjangan, dan lain-lain.
- c) Karyawan kecewa, jika peluang untuk berprestasi terbatas. Mereka akan sensitif pada lingkungannya serta mulai mencari-cari kesalahan.

3. Teori ERG Alderfer George and Jones

Teori ERG Alderfer George and Jones (2002 dalam Harsuko 2011) menyatakan bahwa teori eksistence-relatedness-growth (ERG) milik Clayton Alderfer merupakan penyempurnaan dari teori kebutuhan yang dikemukakan oleh A.H. Maslow. ERG Theory ini oleh para ahli dianggap lebih mendekati keadaan sebenarnya berdasarkan fakta-fakta empiris. Alderfer mengemukakan bahwa ada tiga kelompok kebutuhan yang utama, yaitu:

1. Kebutuhan akan keberadaan (eksistence), berhubungan dengan kebutuhan dasar termasuk didalamnya, Physiological Needs dan Safety Needs dari Maslow.
2. Relatedness Needs, menekankan akan pentingnya hubungan antar individu (*interpersonal relationship*) dan juga bermasyarakat (*Social relationship*).
3. Growth Needs, keinginan intrinsik dalam diri seseorang untuk maju atau meningkatkan kemampuan pribadi.

4. Mc. Clelland's Achievement Motivation Theory oleh Mc. Clelland

Teori ini berpendapat bahwa karyawan mempunyai cadangan energi potensial. Bagaimana energi ini dilepaskan dan digunakan tergantung pada kekuatan dorongan motivasi seseorang dan situasi serta peluang yang tersedia. Mc. Clelland mengelompokkan tiga kebutuhan manusia yang dapat memotivasi gairah bekerja, yaitu:

- a. Kebutuhan untuk Berprestasi (*Need for Achievement*), merupakan daya penggerak yang memotivasi semangat kerja seseorang. Karena itu kebutuhan akan berprestasi akan mendorong seseorang untuk mengembangkan kreativitas dan akan mencapai prestasi kerja yang optimal.
- b. Kebutuhan untuk Berafiliasi (*Need for Affiliation*), kebutuhan ini menjadi daya penggerak yang akan memotivasi semangat bekerja seseorang. Hal itu dikarenakan kebutuhan akan afiliasi ini dapat merangsang gairah kerja seseorang.
- c. Kebutuhan untuk Berkuasa (*Need for Power*), Ego manusia yang ingin lebih berkuasa dari manusia lainnya sehingga menimbulkan persaingan yang sengaja ditumbuhkan secara sehat oleh atasannya dapat dijadikan motivasi untuk merangsang dan memotivasi gairah kerja karyawan. Sehingga kebutuhan akan kekuasaan ini termasuk gaya penggerak yang dapat meningkatkan motivasi karyawan.

2.2 Pengertian Kinerja

Kinerja adalah sebuah kata dalam bahasa Indonesia dari kata dasar "kerja" yang menerjemahkan kata dari bahasa asing prestasi. Bisa pula berarti hasil kerja, kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasi kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional.

Fahmi (2010:20) definisi kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu. Menurut Syafarudin Alwi yang dikutip oleh Khaerul Umam (2010:191), mengemukakan bahwa: Secara teoritis, tujuan penilaian kinerja dikategorikan sebagai suatu yang bersifat evaluation dan development. Suatu yang bersifat evaluation harus menyelesaikan.

1. Hasil penilaian digunakan sebagai dasar pemberian kompensasi
2. Hasil penilaian digunakan sebagai staffing decision
3. Hasil penilaian digunakan sebagai dasar mengevaluasi sistem seleksi

Sedangkan yang bersifat development Penilai harus menyelesaikan:

1. Prestasi real yang dicapai individu
2. Kelemahan-kelemahan individu yang menghambat kinerja
3. Prestasi-prestasi yang dikembangkan

2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Tinggi rendahnya kinerja seorang karyawan tentunya ditentukan oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Menurut Mangkunegara (2011:67-68), faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah sebagai berikut:

a) Faktor Kemampuan (ability)

Secara psikologi, kemampuan (ability) pegawai terdiri dari kemampuan prestasi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge + Skill). Artinya, pegawai yang memiliki IQ di atas rata-rata (IQ 110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka ia akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan. Oleh karena itu, pegawai perlu ditempatkan pada pekerjaan yang sesuai dengan

keahliannya (the right man in the right place, the right man on the right job).

b) Faktor Motivasi (Motivation)

Motivasi terbentuk dari sikap (attitude) seorang pegawai dalam menghadapi situasi (situation) kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi (tujuan kerja).

2.4 Indikator Kinerja

Hasibuan (2012:105) mengemukakan terdapat beberapa indikator umum yang berkaitan dengan kinerja, yaitu:

1. Hasil kerja yang dihasilkan; kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.
2. Kehadiran; mengukur jumlah kehadiran karyawan sesuai dengan tugas dan kewajibannya.
3. Peraturan perusahaan; tindak lanjut dari perjanjian kerja, karena pada prinsipnya perjanjian kerja hanya memuat mengenai syarat-syarat kerja yang sederhana, misalnya mengenai upahnya, pekerjaannya, dan pembagian lain-lain
4. Komunikasi; memberikan inspirasi agar karyawan berprestasi sebaik-baiknya.

2.4 Hubungan Antara Motivasi dan Kinerja

Motivasi merupakan masalah yang kompleks dalam organisasi, karena setiap kebutuhan dan keinginan tiap individu berbeda, seseorang yang termotivasi tinggi akan menyelesaikan semua tugas yang diberikan kepadanya. Manfaat utama dari motivasi adalah meningkatkan gairah kerja sehingga produktivitas kerja tercapai. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang-orang yang termotivasi adalah pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat. Dalam teori Abraham Maslow dinyatakan bahwa kebutuhan manusia terdapat lima tingkatan, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Menurut Maslow bila kebutuhan tingkatan pertama terpenuhi, kebutuhan tingkat berikutnya akan menjadi dominan. Manusia akan didorong untuk memenuhi kebutuhan yang paling kuat sesuai waktu, keadaan dan pengalaman yang bersangkutan mengikuti suatu hirarki. Proses diatas menunjukkan bahwa kebutuhan-kebutuhan sebagai target dan saling menopang. Kebutuhan yang telah terpuaskan

akan berhenti menjadi motivasi utama dari perilaku. (Harsuko, 2011) Faktor motivasi memiliki hubungan langsung dengan kinerja karyawan. Sesuai dengan pendapat David Mc. Clelland yang mengatakan bahwa motivasi kerja karyawan akan timbul bila ada pemuasan kebutuhan yaitu: kebutuhan untuk prestasi, kebutuhan untuk kekuasaan dan kebutuhan untuk berafiliasi.

Dengan terpenuhi kebutuhan tersebut akan meningkat kinerja karyawan, semakin tinggi motivasi karyawan akan semakin tinggi pula kinerja karyawan, Semakin tinggi tingkat intensitas kerjanya, semakin karyawan memahami tujuan organisasi dan semakin tekun kerjanya maka motivasi karyawan semakin tinggi. Menurut Hersey (1993 dalam Riani 2013) kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Pada teori atribusi atau expectancy yang dikemukakan oleh Heider kinerja dirumuskan $P = (M \times A)$, dimana $P =$ performance, $M =$ motivation, $A =$ ability. Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Berdasarkan hasil dari penelitian diatas, dijelaskan bahwa adanya hubungan antara motivasi dengan kinerja karyawan.

2.5 Penelitian Terdahulu

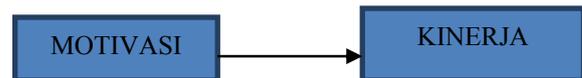
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Tahun	Peneliti	Judul
2011	Riyadi	Terdapat pengaruh positif antara motivasi dan kinerja karyawan pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur.
2014	Darmayanti, Bagia & Suwendra	Adanya pengaruh antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada PDAM di kabupaten Gianyar.
2014	Zameer, Ali, Nisar & Amir	Terdapat pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada perusahaan minuman di Pakistan.

2.6 Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan oleh penulis adalah motivasi yang merupakan variabel bebas atau variabel independent (X) dan kinerja yang merupakan variabel terikat atau variabel dependent (Y). Berdasarkan penjelasan di atas, maka hubungan antara motivasi (X) dan kinerja(Y) dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1.
Hubungan Antara Motivasi Dengan Kinerja



Menurut Chaudhary & Sharma (2012) pada dasarnya kata motivasi berasal dari "Motif". Yang dimaksud dengan "motif" adalah kebutuhan, keinginan, dan keinginan dari orang-orang. Sehingga "motivasi karyawan berarti proses di mana organisasi menginspirasi karyawan kami dengan bentuk imbalan, bonus dll untuk mencapai tujuan organisasi. Harsuko (2011:50) mendefinisikan kinerja adalah unsur pencatatan hasil kerja SDM dari waktu kewaktu sehingga diketahui sejauh mana hasil kerja SDM dan perbaikan apa yang harus dilakukan agar dimasa mendatang lebih baik. Yang artinya motivasi dapat mempengaruhi kinerja karyawan, motivasi memiliki peranan paling penting untuk meningkatkan kinerja karyawan, tanpa motivasi karyawan tidak akan mengenal tujuan hidup mereka serta impian yang ingin dicapai.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan cetak biru bagi pengumpulan, pengukuran dan penganalisaan data. Desain ini membantu ilmuwan dalam mengalokasi sumber daya yang terbatas dengan mengemukakan pilihan-pilihan penting. Berikut adalah jenis-jenis metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Metode Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012:86), menjelaskan bahwa, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu dengan variabel yang lain.

2. Metode Korelasional

Pengertian dari metode korelasional menurut Arikunto (2010:4) adalah "Penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variable atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada."

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari

permasalahan yang terjadi. Adapun pengertian objek penelitian menurut Sugiyono (2012:13), adalah sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu)”.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner yang telah dipersiapkan oleh penulis telah melebihi 0,30 dan hal ini berarti bahwa seluruh kuesioner dinyatakan valid.
2. Pada uji reliabilitas, penulis memperoleh nilai Cronboach's Alpha dari dua variabel adalah 0,912 (variabel X) dan 0,904 (variabel Y) telah melebihi 0,70. Hal ini diindikasikan bahwa kuesioner yang dipersiapkan penulis dapat digunakan sebagai alat ukur yang terpercaya.
3. Pada uji normalitas, nilai signifikansi yang dihitung berdasarkan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov adalah 0,060 (variabel X) dan 0,135 (variabel Y) telah melebihi 0,05. Hal ini berarti data telah didistribusikan secara normal.
4. Menurut hasil dari SPSS 23.0, hasil mean dari Motivasi (Variabel X) adalah 34,0750 atau rata-rata responden menjawab Setuju. Sementara itu, mediannya adalah 36 (setuju) dan mode-nya adalah 40 (setuju). Kemudian hasil mean dari Kinerja (Variabel Y) adalah 28,3750 atau rata-rata responden menjawab Setuju. Sementara itu, median-nya adalah 29,5000 (setuju) dan mode-nya adalah 33 (setuju) berdasarkan hasil dari tabel di atas.
5. Hasil dari uji koefisien korelasi adalah 0,866, yang berarti bahwa pengaruh motivasi mempunyai korelasi yang kuat terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan.
6. Hasil dari uji koefisien determinasi adalah 75,1% yang menunjukkan bahwa kontribusi atas pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan. adalah 75,1% dan sisa 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak didiskusikan dalam penelitian ini.
7. Untuk analisis regresi linear, penulis memperoleh hubungan linear antara pengaruh motivasi dan kinerja karyawan adalah $Y = 5,820 + 0,662X$. Nilai positif a berarti walaupun pengaruh motivasi tidak bertambah, kinerja karyawan akan meningkat sebesar 5,820. Nilai b berarti setiap peningkatan 1

angka untuk motivasi maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,662.

8. Dari perhitungan uji hipotesis (uji Z), hasil yang diperoleh sebesar 5,408168; yang mana lebih besar dari nilai tabel Z (1,960). Hal ini berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

KESIMPULAN

Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Sagapo Express Medan, penelitian dilakukan terhadap 40 responden yang merupakan karyawan pada setiap department di PT. Sagapo Express Medan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa ada korelasi/hubungan yang kuat antara pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan. Untuk koefisien determinasi pada penelitian ini, hasil yang diperoleh adalah 75,2%, hal ini membuktikan bahwa variabel X (Motivasi) memberikan pengaruh yang signifikansi terhadap variabel Y (Kinerja Karyawan). Hal ini berarti, jika perusahaan mengadakan seminar dan mengundang pembicara untuk memberikan motivasi secara berkala, maka akan bermanfaat untuk meningkatkan semangat kerja karyawan dan meningkatkan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A.Anwar Prabu Mangkunegara. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- A.A.Anwar Prabu Mangkunegara. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Alwi, Syafaruddin. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Bangun, Wilson, (2012).,Manajemen Sumber Daya Manusia, Erlangga, Bandung.
- Bohlander, George., and Snell, Scott. (2010). Principles of Human Resource Management, 15th ed. Mason, OH: South Western – Cengage Learning.
- Chaudhary, N. and Sharma, B. (2012). Impact of Employee Motivation on Performance in Private Organization. International



- Journal of Business Trend and Technology, 29-35.
- Dessler, Gary. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Indeks.
- Fahmi, Irham (2010). Manajemen Kinerja. Bandung: Alfabet.
- Ghozali, Imam. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH MENERAPKAN EMPLOYEE STOCK OWNERSHIP PROGRAM (ESOP)

Yenni

(NIDN. 0130048101)

Dosen Program Studi Akuntansi Politeknik IT&B

ABSTRACT

This research was conducted in order to determine whether there are differences in the company's financial performance before and after applying the Employee Stock Ownership Program (ESOP) that are listed in the Indonesia Stock Exchange. The study population was all publicly traded companies that implement ESOP program with a sample of companies that implement an ESOP in 2008, 2009, and 2010. The sampling method is done by purposive sampling. Analysis using Paired Sample T-Test showed that the profitability ratios of return on assets, return on equity, and net profit margin has no significant difference three years before and three years after the company implemented an Employee Stock Ownership Program but have significant differences for one and two years after implementation of the ESOP.

Keywords : *employee, stock, ownership, program*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Tempat yang menyediakan fasilitas untuk memperdagangkan saham adalah pasar modal. Menurut Tampubolon (2013:305) pasar modal adalah tempat dimana berbagai pihak menjual saham (stock) dan obligasi (bond) dengan tujuan dari hasil penjualan tersebut akan dipergunakan sebagai tambahan dana untuk memperkuat modal perusahaan. Saham merupakan alat berinvestasi yang banyak dilakukan oleh berbagai pihak. Saham adalah tanda bukti penyertaan kepemilikan modal/dana pada suatu perusahaan yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan dan di ikuti dengan hak dan kewajiban yang dijelaskan kepada setiap pemegangnya dan siap untuk dijual (Tampubolon, 2013:323). Saham memiliki berbagai jenis bentuk dan dapat ditawarkan dengan berbagai macam cara, salah satu cara menawarkan saham adalah dengan menawarkan kepemilikan saham tersebut dengan cara menjual kepada karyawan pada perusahaan itu sendiri menggunakan Employee Stock Ownership Program (ESOP). Pugh, Oswald, dan Jahera dalam jurnal *Managerial and Decision Economics* vol. 21 no. 5 tahun 2000 mengemukakan bahwa "ESOPs are trusts established for employees by the company to which tax-deductible contributions are made either in the form of stock or cash to buy stock". Dapat dikatakan bahwa ESOPs adalah trust yang

ditetapkan untuk karyawan oleh perusahaan yang kontribusi pajak-deductible yang dibuat baik dalam bentuk saham atau uang tunai untuk membeli saham. Employee Stock Ownership Program (ESOP) dipelopori di Amerika Serikat oleh seorang ahli hukum yang juga investment banker bernama Louis Kelso pada tahun 1950-an dan kemudian berkembang diberbagai Negara dunia. ESOPs merupakan suatu jenis program pensiun yang dirancang untuk menerima kontribusi perusahaan pada suatu pengelola dana (fund) yang akan melakukan investasi pada saham perusahaan untuk kepentingan karyawan. Pendekatan ini merupakan program kepemilikan saham oleh karyawan yang diformulasikan oleh Kelso (Bapepam, 2002). Penerapan ESOP di Indonesia belum optimal karena tidak ada perangkat hukum yang mengatur ESOP secara khusus, baik ditinjau dari aspek pasar modal, perpajakan, maupun ketenagakerjaan. Hal ini mengakibatkan penerapan ESOP dibatasi oleh rambu-rambu hukum yang sesungguhnya tidak secara khusus didesain untuk mengatur ESOP. Selain itu, untuk perusahaan tertutup yang belum go public tetapi ingin melakukan program ini masih dibatasi dengan ketentuan penawaran umum mengingat belum adanya ketentuan khusus tentang ESOP (Bapepam, 2002).

Insentif yang diberikan kepada karyawan dalam bentuk opsi saham diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Hubungan ESOP dengan kinerja perusahaan dapat dijelaskan dengan teori keagenan. Teori keagenan menyebutkan adanya —agency costs yang merupakan biaya yang terjadi oleh pemegang saham yang mempercayakan perusahaan kepada manajer perusahaan untuk mengatur perusahaan supaya dapat memaksimalkan pengembalian (Pugh, Oswald, dan Jahera, dalam jurnal *Managerial and Decision Economics* vol. 21 no.5 tahun 2000). Praktik yang dilakukan oleh manajemen (agen) dengan mengabaikan berbagai pihak seperti para pemegang saham, kreditur (peminjam dana), pemerintah dan lainnya disebabkan pihak manajemen ingin memperoleh keuntungan lebih bahkan ingin memindahkan posisinya dari posisi manajemen (agen) menjadi pemilik (principal) (Irham, 2013:20). Agency cost dapat dikurangi dengan cara meningkatkan saham perusahaan oleh manajemen, dengan adanya ESOP maka dapat menjadikan manajemen merasa memiliki kepentingan yang sama dengan para pemegang saham. Dengan adanya pemberian ESOP kepada karyawan inilah diharapkan dapat mengurangi Agency cost dan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan yang dihitung dengan rasio keuangan seperti leverage, rasio likuiditas, rasio efisiensi, rasio profitabilitas dan rasio nilai pasar.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti lebih lanjut sesuai dengan kondisi saat ini serta untuk mempelajari apakah yang dimaksud dengan ESOP dan bagaimana hubungannya dengan kinerja perusahaan serta mengetahui apakah terdapat perbandingan yang signifikan antara kinerja perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan Employee Stock Ownership Program (ESOP).

LANDASAN TEORI

2.1. Kinerja Keuangan

Kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan suatu kegiatan dan menyempurnakannya sesuai dengan tanggungjawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan (Rivai, Basri, 2005:15-16) dalam Sinambela (2012:8). Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangannya. Kinerja keuangan perusahaan dilihat dari hasil laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan. Dalam menghitung kinerja keuangan maka digunakan rasio-rasio yang menjadi ukuran kinerja operasional perusahaan.

Tampubolon (2013:51) mengatakan rasio (ratio) disebut sebagai perbandingan jumlah, dari

satu jumlah dengan jumlah lainnya dilihat perbandingannya dengan harapan akan ditemukan jawaban yang selanjutnya itu dijadikan bahan kajian untuk dianalisis dan diputuskan oleh perusahaan. Keown et al (2008:74) menyatakan rasio keuangan adalah penulisan data akuntansi kedalam bentuk perbandingan dalam rangka mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Dan menurut Horne dan Wachowicz (2005:202) rasio keuangan adalah sebuah indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan didapat dengan membagi satu angka dengan angka lainnya.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa rasio keuangan merupakan suatu hubungan dua angka akuntansi yang dibandingkan untuk mengidentifikasi keuangan sebuah perusahaan dan merupakan indikator yang baik dalam penilaian keuangan perusahaan.

Dalam penelitian ini akan dibahas tentang rasio profitabilitas. Rasio ini merupakan salah satu rasio yang terkena dampak dari hasil pengadopsian ESOP. Rasio profitabilitas dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (Suad,1998:563). Rasio ini mengukur pendapatan atau keberhasilan operasi suatu perusahaan pada jangka waktu tertentu (Weygant,Kimmel,dan Kieso,2008:671). Dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah suatu cara mengukur keefisienan manajemen secara keseluruhan dan ditunjukkan dengan semakin baiknya rasio ini maka semakin baik perolehan keuntungan perusahaan.

Rasio-rasio yang ada dalam rasio profitabilitas tersebut adalah:

a. Return On Assets (ROA)

Rasio return on investment (ROI) atau pengembalian investasi, rasio ini juga ditulis dengan return on asset (ROA). Rasio ini menghitung keuntungan ataupun kerugian yang timbul dari kegiatan investasi dihitung dalam persentase (Hendy,2008:335). Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. ROI menunjukkan seberapa banyak laba bersih yang bisa diperoleh dari seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan (Suad,1998:564).

b. Return On Equity (ROE)

Rasio return on equity (ROE) disebut juga dengan laba atas equity. Menurut Hendy (2008:335) ROE adalah hubungan laba

tahunan setelah pajak terhadap ekuitas pemegang saham yang tercatat digunakan untuk mengukur efektivitas dana pemegang saham. Rasio ini melihat sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Suad (1998:564) menyatakan rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri.

c. Net Profit Margin (NPM)

Rasio net profit margin (NPM) disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. NPM mengukur seberapa banyak keuntungan operasional bisa diperoleh dari setiap rupiah penjualan (Suad,1998:565). Horne dan Wachowicz (2005:205) menyatakan bahwa NPM adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sangat penting untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Davidson dan Worrell juga mengemukakan dalam jurnal HR. Human Resource Planning tahun 1994 vol. 17 bahwa NPM merupakan pendapatan bersih dibagi dengan penjualan dan mengukur jumlah uang keuntungan terus dari setiap penjualan. Saat beban naik relative terhadap penjualan, keuntungan margin akan menurun.

3. Employee Stock Ownership Program (ESOP)

Menurut Bapepam (2002) Employee Stock Ownership Program (ESOP) adalah program kepemilikan karyawan dalam saham perusahaan di mana karyawan tersebut bekerja. Hendy (2008:237) menyatakan ESOP adalah program insentif bagi karyawan untuk memiliki saham perusahaan ditempat karyawan tersebut bekerja supaya karyawan dapat giat bekerja karena merasa memiliki perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa ESOP merupakan salah satu program yang diberikan kepada karyawan dengan cara memberikan hak atas kepemilikan saham perusahaan kepada karyawan.

4. Kerangka Teori

Manfaat dan penggunaan analisis rasio keuangan (Tampubolon,2013:53):

- Analisis rasio keuangan sangat bermanfaat untuk dijadikan sebagai alat menilai kinerja dan prestasi perusahaan.
- Analisis rasio keuangan sangat bermanfaat bagi pihak manajemen sebagai rujukan untuk membuat perencanaan.

- Analisis rasio keuangan dapat dijadikan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi suatu perusahaan dari perspektif keuangan.
- Analisis rasio keuangan juga bermanfaat bagi para kreditor dapat digunakan untuk memperkirakan potensi risiko yang akan dihadapi dikaitkan dengan adanya jaminan kelangsungan pembayaran bunga dan pengembalian pokok pinjaman.
- Analisis rasio keuangan dapat dijadikan sebagai penilaian bagi pihak stakeholder organisasi.

ESOP diselenggarakan untuk mencapai beberapa tujuan antara lain sebagai berikut (Bapepam,2002):

- Memberikan penghargaan (reward) kepada seluruh pegawai, direksi, dan pihak-pihak tertentu atas kontribusinya terhadap meningkatnya kinerja perusahaan;
- Menciptakan keselarasan kepentingan serta misi dari pegawai dan pejabat eksekutif dengan kepentingan dan misi pemegang saham, sehingga tidak ada benturan kepentingan antara pemegang saham dan pihak-pihak yang menjalankan kegiatan usaha perusahaan;
- Meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan terhadap perusahaan karena mereka juga merupakan pemilik perusahaan, sehingga diharapkan akan meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan;
- Menarik, mempertahankan, dan memotivasi (attract, retain, and motivate) pegawai kunci perusahaan dalam rangka peningkatan shareholders' value.
- Sebagai sarana program sumber daya manusia untuk mendukung keberhasilan strategi bisnis perusahaan jangka panjang, karena ESOP pada dasarnya merupakan bentuk kompensasi yang didasarkan atas prinsip insentif, yaitu ditujukan untuk memberikan pegawai suatu penghargaan yang besarnya dikaitkan dengan ukuran kinerja perusahaan atau shareholders' value.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Populasi dan Metode Pemilihan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:149). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh perusahaan go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi

sasaran dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menerapkan program ESOP. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:150). Sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menerapkan ESOP tahun 2008, 2009, dan 2010. Sampel penelitian diambil secara purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode Januari 2009 sampai dengan Desember 2017.
2. Data laporan keuangan tersedia lengkap untuk kebutuhan analisis.
3. Perusahaan yang menerapkan ESOP pada tahun 2012, 2013, dan 2014.

3.2. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel berdefinisi penjelasan mengenai cara untuk memperoleh data mengenai setiap variabel penelitian. Dimana setiap variabel harus dioperasionalisasi adalah penjelasan mengenai tahap apa saja yang harus dilakukan untuk memperoleh data mengenai variabel penelitian. Pada penelitian ini, ESOP merupakan usaha yang dilakukan perusahaan yang dapat menyebabkan perbedaan dalam kinerja operasi perusahaan sebelum dan sesudah melakukan ESOP. Berikut penjelasan operasionalisasi variabel:

1. Return on asset

Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan (Manahan, 2013:81).

$$\text{Return on asset (ROA)} = \frac{\text{earning after tax (EAT)}}{\text{total assets}}$$

2. Return on equity

Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas (Manahan, 2013:81).

$$\text{Return on equity (ROE)} = \frac{\text{earning after tax (EAT)}}{\text{Shareholders' equity}}$$

3. Net profit margin

Horne dan Wachowicz (2005:205) menyatakan bahwa NPM adalah ukuran profitabilitas perusahaan dari penjualan

setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan sangat penting untuk kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

$$\text{Net profit margin (NPM)} = \frac{\text{earning after tax (EAT)}}{\text{sales}}$$

Earning after tax dapat ditulis dengan net profit atau laba bersih.

3.3. Uji Normalitas

Pengujian yang dilakukan untuk menentukan penggunaan uji statistik yang akan digunakan. Jika berdistribusi normal akan digunakan uji Paired Sample T-Test, dan jika tidak berdistribusi normal maka akan digunakan uji peringkat bertanda Wilcoxon.

3.4. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja perusahaan sebelum dan sesudah menerapkan ESOP dilihat dari perhitungan rasio profitabilitas yaitu Return On Asset, Return On Equity, dan Net Profit Margin. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji Paired Sample T-Test karena data berdistribusi normal. Pengujian akan dilakukan dengan bantuan software statistik SPSS (Statistical Product and Service Solution).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yakni informasi tangan kedua yang sudah dikumpulkan oleh beberapa orang (organisasi) untuk tujuan tertentu dan tersedia untuk berbagai penelitian (Edi, 2014:30). Data dalam penelitian ini berupa laporan keuangan perusahaan sebelum dan tiga tahun sesudah dilaksanakannya ESOP dari perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa laporan keuangan yang terdapat pada Indonesian Capital Market Directory (ICMD) dan Indonesia Stock Exchange (IDX).

ANALISIS DATA

4.1. Analisis Deskriptif

1) Return On Assets

Nilai mean ROA terendah terjadi pada dua tahun sebelum penerapan ESOP yaitu sebesar 3.7086 dan ROA tertinggi terjadi pada satu tahun setelah penerapan ESOP yaitu sebesar 12.0614. Nilai mean ROA pada tiga tahun sebelum yaitu sebesar 4.9971 mengalami penurunan pada dua tahun sebelum menjadi 3.7086. Kemudian pada satu tahun sebelum dan satu tahun setelah mengalami peningkatan sebesar 6.4657 dan 12.0614. Namun pada dua tahun setelah mengalami penurunan sebesar 9.2457 dan meningkat kembali pada tiga tahun setelah sebesar 9.5329. Nilai mean sebelum penerapan ESOP sebesar 5.0571 mengalami peningkatan setelah menerapkan ESOP sebesar 10.2814.

2) Return On Equity

Nilai mean ROE terendah terjadi pada dua tahun sebelum penerapan ESOP yaitu sebesar 11.3514 dan ROE tertinggi terjadi pada satu tahun setelah penerapan ESOP yaitu sebesar 25.9957. nilai mean ROE pada tiga tahun sebelum sebesar 15.1414 mengalami penurunan pada dua tahun sebelum sebesar 11.3514. Kemudian pada satu tahun sebelum dan satu tahun setelah naik menjadi 17.3229 dan 25.9957. Namun mengalami penurunan pada dua tahun setelah menjadi 19.6214 dan tiga tahun setelah menjadi 19.6029. Nilai mean ROE sebelum menerapkan ESOP yaitu sebesar 14.5386 mengalami peningkatan setelah menerapkan ESOP menjadi sebesar 21.7414.

3) Net Profit Margin

Nilai mean NPM terendah terjadi pada dua tahun sebelum penerapan ESOP yaitu sebesar 3.6286 dan NPM tertinggi terjadi pada dua tahun setelah penerapan ESOP sebesar 14.7386. nilai mean NPM pada tiga tahun sebelum penerapan ESOP adalah sebesar 8.7057 dan mengalami penurunan pada dua tahun menjadi 3.6286. Kemudian pada satu tahun sebelum mengalami peningkatan menjadi 6.7914 dan terus meningkat pada satu tahun setelah menjadi 13.8229 dan sebesar 14.7386 pada dua tahun setelah penerapan ESOP. Namun mengalami penurunan pada tiga tahun setelah menjadi 12.9614. nilai mean NPM sebelum penerapan ESOP adalah sebesar 6.3743 dan mengalami peningkatan setelah penerapan ESOP menjadi sebesar 13.8414.

4.2. Pembahasan

Nilai asym.sig untuk rasio return on asset adalah 0.421 pada 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah, nilai ini lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan untuk 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah. Baik nilai kelompok sebelum dan sesudah juga menunjukkan nilai asym.sig sebesar 0.147 yang nilainya lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada rata-rata sebelum dan sesudah perusahaan menerapkan ESOP. Walaupun tidak terdapat perbedaan pada 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah, nilai asym.sig pada 2 tahun sebelum dengan 1 tahun sesudah serta nilai asym.sig pada 3 tahun sebelum dengan 1 tahun sesudah secara berturut-turut sebesar 0.018 dan 0.035 menunjukkan bahwa nilai ini lebih kecil daripada taraf signifikansi 5% sehingga menandakan terdapat perbedaan yang signifikan pada 2 tahun sebelum dengan 1 tahun sesudah dan 3 tahun sebelum dengan 1 tahun sesudah. Ini artinya ESOP hanya memberikan perbedaan signifikan pada tahun pertama sesudah diterapkannya ESOP dan tidak memberikan perbedaan signifikan pada tahun kedua dan tahun ketiga sesudah penerapan ESOP tersebut.

Hasil pengujian hipotesis pertama terhadap rasio return on asset dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ghea (2010) yang juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan diantara sebelum dan sesudah penerapan ESOP. Penerapan ESOP hanya memberikan dampak peningkatan positif pada tahun pertama dan tidak berlanjut jangka panjang ini mendukung penelitian dari Davidson dan Worrel (1994) yang menunjukkan terdapat peningkatan positif terhadap ROA pada tahun pertama penerapan ESOP tetapi mengalami penurunan pada tahun kedua.

Nilai asym.sig untuk rasio return on equity adalah 0.643 pada 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah, nilai ini lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga menunjukkan tidak terdapatnya perbedaan yang signifikan baik 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah menerapkan ESOP. Nilai kelompok sebelum dan sesudah juga memiliki asym.sig sebesar 0.196 yang menunjukkan nilai ini lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata sebelum dan sesudah perusahaan menerapkan ESOP.

Meskipun begitu nilai $asym.sig$ pada 2 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebesar 0.039 yang berarti lebih kecil daripada taraf signifikansi 5%. Ini artinya penerapan ESOP tidak begitu memberikan dampak yang positif pada nilai ROE. Hasil dari pengujian hipotesis kedua pada rasio return on equity dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ghea (2010) dan Agatha (2012) yang menunjukkan bahwa tidak adanya peningkatan ROE baik sebelum dan sesudah penerapan ESOP. Tidak seperti hasil dari penelitian yang ditemukan oleh Pugh (2000) bahwa terdapat kenaikan yang signifikan pada kinerja keuangan ROE. Nilai $asym.sig$ untuk rasio net profit margin pada 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah adalah sebesar 0.475, nilai ini lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga menunjukkan tidak terdapatnya perbedaan yang signifikan 3 tahun sebelum dan 3 tahun sesudah menerapkan ESOP. Walaupun begitu nilai $asym.sig$ pada kelompok nilai sebelum dan sesudah memberikan nilai sebesar 0.050 yang menunjukkan bahwa nilai ini tidak lebih besar daripada taraf signifikansi 5% sehingga masih terdapatnya perbedaan nilai rata-rata sebelum dan sesudah penerapan ESOP.

Nilai $asym.sig$ pada 1 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah sebesar 0.001 lebih kecil daripada taraf signifikansi 5% sehingga menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan pada 1 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah penerapan ESOP. Nilai $asym.sig$ 2 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah sebesar 0.005 yang berarti tidak lebih besar daripada taraf signifikansi 5% menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan 2 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah penerapan ESOP. Nilai $asym.sig$ 3 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah sebesar 0.029 yang berarti adanya perbedaan signifikan 3 tahun sebelum dan 1 tahun sesudah menerapkan ESOP. Dan juga nilai $asym.sig$ 2 tahun sebelum dan 2 tahun sesudah sebesar 0.050 yang artinya tidak lebih besar daripada taraf signifikansi 5% menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan 2 tahun sebelum dan 2 tahun sesudah penerapan ESOP. Artinya ESOP memberikan dampak yang positif pada net profit margin untuk 1 tahun sesudah dan 2 tahun sesudah dilakukannya penerapan ESOP tapi tidak berkepanjangan karena menurun pada 3 tahun sesudah penerapan ESOP.

Hasil pengujian hipotesis ketiga pada rasio net profit margin dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ghea (2010) dan Agatha (2012) yang menunjukkan tidak terdapatnya perbedaan yang signifikan terhadap NPM baik tiga tahun sebelum dan tiga tahun sesudah menerapkan ESOP. Tetapi penelitian ini mendukung hasil penelitian Pugh (2000) yaitu terdapat peningkatan nilai NPM pada satu dan dua tahun setelah diterapkannya ESOP tetapi tidak memberikan peningkatan pada tahun ketiga yang berarti penerapan ESOP ini tidak memberikan peningkatan untuk jangka waktu yang panjang.

Tidak terdapatnya perbedaan yang signifikan ini dapat dikarenakan jumlah proporsi saham yang diberikan perusahaan pada karyawan tidak memiliki jumlah yang besar, sehingga tidak mempengaruhi nilai-nilai rasio keuangan perusahaan. Biaya yang dikeluarkan dalam pengadopsian program ESOP ini juga menurunkan laba perusahaan. Penentuan masalah tingkat harga yang sudah ditentukan ketika opsi diberikan cenderung sama dengan harga pasar regular. Keuntungan yang didapatkan karyawan melalui program ini sangat tergantung dengan keuntungan yang diharapkan akan diperoleh perusahaan pada masa yang akan datang, dan bagi karyawan hal ini sangat berisiko apalagi pengetahuan dan pemahaman karyawan tentang program ESOP masih kurang. Serta adanya jangka waktu dimana karyawan harus menunggu untuk melaksanakan opsinya dan memperoleh haknya dengan segera.

KESIMPULAN

1. Rasio Return On Asset tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan untuk tiga tahun sebelum dan tiga tahun sesudah perusahaan menerapkan Employee Stock Ownership Program (ESOP). Hanya memberikan peningkatan pada tahun pertama setelah diterapkannya ESOP.
2. Rasio Return On Equity tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan untuk tiga tahun sebelum dan tiga tahun sesudah perusahaan menerapkan Employee Stock Ownership Program (ESOP). Baik pada tahun pertama dan tahun kedua setelah diterapkannya ESOP.
3. Rasio Net Profit Margin tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan untuk tiga tahun sebelum dan tiga tahun sesudah perusahaan menerapkan Employee Stock Ownership Program (ESOP). Tetapi

memberikan peningkatan pada tahun pertama dan tahun kedua setelah diterapkannya ESOP.

there really performance changes?”. *Managerial and Decision Economics Journal*, Vol.21, No.5, Jul-Aug, pg 167-180.

DAFTAR PUSTAKA

- Bapepam (2002). *Studi Tentang Penerapan ESOP (Employee Stock Ownership Plan) Emiten atau Perusahaan Publik di Pasar Modal Indonesia*. Departemen Keuangan Republik Indonesia Brigham, Eugene F. et. al. (1999). *Intermediate financial management*. 6th Edition. USA: The Dryden Press
- Conte, Michael A. et.al. (1996). “Financial returns of public ESOP companies: investor effects vs manager effects”. *Financial Analysts Journal*, Vol.52, No.4, Jul/Aug, pg 51-61
- Davidson, Wallace N, III dan Worrell, Dan L. (1994). “ESOP’s fables: the influence of employee stock ownership plans on corporate stock prices and subsequent operating performance”. *Human Resource Planning Journal*. Vol.17. No.4. pg 69-87
- Edi Riadi (2014). *Metode statistika parametrik & nonparametrik untuk penelitian ilmu-ilmu sosial dan pendidikan*. Tangerang: PT. Pustaka Mandiri
- Horne, James C. Van dan Wachowicz, John M. JR (1998). *Prinsip-prinsip manajemen keuangan*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat
- _____ (2005). *Fundamental of financial management prinsip-prinsip manajemen keuangan*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat
- Hendy M. Fakhruddin (2008). *Go public: strategi pendanaan dan peningkatan nilai perusahaan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Irham Fahmi (2014). *Manajemen keuangan perusahaan dan pasar modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Keown, Arthur J. et.al. (2008). *Manajemen keuangan prinsip dan penerapan*. Edisi 10. Jakarta: PT. Indeks
- Phillips, Jack J. (2005). *Investing in your company’s human capital strategies to avoid spending too little-or too much*. USA: Amacom
- Pugh, William N; Oswald, Sharon L; dan Jahera, John S, Jr (2000). “The effect of ESOP adoptions on corporate performance: are

KAJIAN APLIKASI JENIS KOMPOS DAN BIOFERTILIZER UNTUK PERTUMBUHAN DAN PRODUKSIPADI SAWAH (*Oryza sativa.L*) MENUJU PERTANIAN BERKELANJUTAN

Parsaoran Sihombing¹, Chichi Josephine Manalu²

Dosen Tetap Fakultas Pertanian Universitas Methodist Indonesia, Medan

ABSTRAKSI

Bahan organik berupa kompos jerami padi dan kascing sangat berpengaruh positif terhadap pertumbuhan dan perkembangan tanaman. Disamping pupuk organik, pupuk hayati juga sangat berperan penting dalam bidang pertanian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pemberian kompos jerami padi berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan dan berat gabah/malai terdapat pada J4 dengan dosis 20 gram/tanaman. Perlakuan kompos kascing berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan, berat gabah/malai dan berat 100 butir gabah kering terdapat pada K3 (dosis 15 gram/tanaman) dan K4 (dosis 20 gram/tanaman). Perlakuan pemberian biofertilizer A (mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*) berpengaruh nyata terhadap berat gabah per malai terdapat pada BA0 (kontrol), BA2 (dosis 10 ml/L/tanaman), BA3 (dosis 15 ml/L/tanaman) dan BA4 (dosis 20 ml/L/tanaman). Perlakuan pemberian biofertilizer B (mengandung bakteri *Bacillus* dan *Pseudomonas*) berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman 6 MST terdapat pada BB0 (kontrol), BB2 (dosis 10 ml/L/tanaman), BB3 (dosis 15 ml/L/tanaman) dan BB4 (dosis 20 ml/L/tanaman). dan berat 100 butir gabah kering terdapat pada BB3 (dosis 15 ml/L/tanaman) dan BB4 (dosis 20 ml/L/tanaman).

Kata kunci: *bahan organik, kompos, hayati, padi*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mencapai hasil panen yang tinggi dan kualitas yang baik dengan tetap menjaga kelestarian sumber daya pertanian yang berkelanjutan, diperlukan usaha dan strategi yang tepat dengan penggunaan pupuk organik dan hayati (biofertilizer). Pupuk organik, seperti kompos merupakan substansi penting dalam pertanian yang berperan dalam memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah serta menghasilkan sumber energi untuk aktivitas biologi dalam tanah (Sabiham dan Mulyanto 2005). Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa aplikasi kompos sebagai pupuk dapat mengurangi serangan penyakit pada beberapa tanaman (Hoitink dan Fahy, 1986).

Disamping pemakaian pupuk organik, pemakaian pupuk hayati juga merupakan alternatif yang sangat baik. Pupuk hayati (*biofertilizer*) merupakan substansi yang mengandung mikroorganisme hidup, bila diaplikasikan pada benih, permukaan tanaman, atau tanah maka dapat memacu pertumbuhan tanaman tersebut (Vessey, 2003). Pupuk hayati juga dapat memacu pertumbuhan dan meningkatkan produksi tanaman dan dapat

membantu mengendalikan organisme patogen (Wu *et al.* 2005).

Komoditi padi merupakan sasaran produksi paling banyak jika dibandingkan dengan komoditi lainnya. Peningkatan sasaran produksi padi organik berkaitan dengan meningkatnya permintaan produk organik baik dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini sangat mendukung pengembangan pertanian padi organik di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti kompos jerami padi, kascing, biofertilizer-A (mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*) dan biofertilizer-B (mengandung bakteri *Bacillus* dan *Pseudomonas*) yang akan diaplikasikan pada tanaman padi.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) mempelajari kajian aplikasi beberapa jenis kompos dan biofertilizer untuk pertumbuhan dan produksi tanaman padi sawah, (2) mempelajari pengaruh pemberian dosis dari beberapa jenis kompos dan biofertilizer untuk pertumbuhan dan produksi tanaman padi sawah.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2016 - Februari 2017 di Tj. Anom, Kabupaten Deli Serdang, Medan. Terlebih dahulu diambil sampel tanah secara komposit untuk dianalisis kandungan unsur haranya sebelum dilakukan penanaman, begitu juga terhadap kompos (jerami padi dan kascing). Analisis tanah (awal, akhir penelitian) serta kompos dilakukan di Laboratorium Departemen Ilmu Tanah dan Sumberdaya Lahan Fakultas Pertanian IPB.

Bahan dan Alat

Bahan-bahan yang digunakan untuk penelitian adalah benih padi sawah varietas Ciherang dan mikroba dekomposer. Alat yang digunakan adalah cangkul, garu, timbangan, spidol, alat tulis, babat, hand sprayer, meteran, papan nama, tali plastik, terpal, ayakan dan alat yang diperlukan selama penelitian.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan Rancangan Acak Kelompok (RAK) Faktorial, dengan 4 faktor yaitu pemberian kompos jerami, kascing, biofertilizer A (mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*) dan biofertilizer B (mengandung bakteri *Bacillus* dan *Pseudomonas*) dengan 2 ulangan yang terdiri dari 5 taraf, yaitu:

Kompos Jerami	Kompos Kascing	Biofertilizer (A)	Biofertilizer (B)
J0 = Kontrol	K0 = Kontrol	BA0 = Kontrol	BB0 = Kontrol
J1 = 5 g/ tanaman	K1 = 5 g/ tanaman	BA1 = 5 ml/l/ tanaman	BB1 = 5 ml/l/ tanaman
J2 = 10 g/ tanaman	K2 = 10 g/ tanaman	BA2 = 10 ml/l/ tanaman	BB2 = 10 ml/l/ tanaman
J3 = 15 g/ tanaman	K3 = 15 g/ tanaman	BA3 = 15 ml/l/ tanaman	BB3 = 15 ml/l/ tanaman
J4 = 20 g/ tanaman	K4 = 20 g/ tanaman	BA4 = 20 ml/l/ tanaman	BB4 = 20 ml/l/ tanaman

Keterangan: Kontrol = tanpa perlakuan, J = jerami, K = kascing, BA = biofertilizer (A) dan BB = biofertilizer (B)

Pelaksanaan Penelitian

1. Dekomposisi Bahan Organik

Persiapan bahan organik (jerami padi) untuk dijadikan kompos meliputi pencacahan, pengeringan dan pemberian aktivator berupa mikroba dekomposer. Pencacahan jerami padi menjadi ukuran yang lebih kecil bertujuan untuk mempermudah pengaplikasian bahan organik ke lahan dan untuk mempercepat pendekomposisian

oleh mikroba dekomposer. Pengeringan bertujuan untuk mengurangi kadar air pada bahan organik tersebut.

Kascing terlebih dahulu dibiakan selama 2 bulan kemudian diayak (memisahkan cacing dengan kascing) untuk diaplikasikan pada perlakuan penelitian. Cacing dibiakan didalam kotak dengan pemberian tanah dan daun (serasah) sebagai sumber makanan.

2. Persiapan Lahan

Sebelum dan sesudah pelaksanaan penelitian terlebih dahulu dilakukan analisis tanah guna mengetahui tingkat kesuburan tanah. Satu minggu sebelum mengolah tanah, petakan sawah diberi air sampai cukup untuk melunakkan tanah sawah. Keadaan tanah sawah sebaiknya sedikit basah (macak-macak). Ukuran lahan percobaan yang digunakan seluas 35 meter x 8 meter. Pembuatan anak petak percobaan dengan ukuran 2 meter x 2 meter, dan jarak antar petak 30 cm.

3. Pembibitan

Pembibitan dilakukan dengan cara menyebar benih pada tempat pembibitan yang telah disiapkan. Benih yang sudah berumur 15 hari dipersemaian dicabut, kemudian ditanam ke lahan.

4. Penanaman

Penanaman bibit padi dilakukan 1 minggu setelah pengolahan tanah. Bibit yang digunakan adalah memiliki tinggi yang sama (12 cm), bebas dari hama penyakit dan ditanam dengan 2 bibit dalam 1 lubang tanam.

5. Pemeliharaan

Kegiatan pemeliharaan meliputi: pengairan, pemupukan (perlakuan), penyulaman, penyiangan dan pengendalian hama dan penyakit. Pemupukan dilakukan sesuai dengan dosis perlakuan penelitian. Pemupukan dilakukan dua kali selama satu musim tanam. Pemupukan pertama dilakukan saat tanam berumur 15 hari. Pemupukan kedua dilakukan saat tanam memasuki fase generatif atau pembentukan buah, yaitu setelah tanam berumur 60 hari. Penyulaman dilakukan 5-7 hari setelah tanam. Penyiangan dilakukan sesuai dengan kondisi tanaman pengganggu/ gulma di lapangan. Pengendalian hama dan penyakit dilakukan dengan cara menyemprotkan pestisida nabati hasil dari rempah-rempah (daun sirsak, lengkuas, tembakau) dilarutkan dengan 10 liter air, didiamkan selama seminggu kemudian disemprotkan pada tanaman padi sawah secara langsung.

6. Pemanenan

Pemanenan dilakukan saat bulir gabah yang menguning sudah mencapai sekitar 80% dan tangkainya sudah menunduk. Butirannya sudah keras, paling tepat untuk dipanen.

Parameter yang Diamati

1. Analisis Laboratorium
2. Tinggi tanaman (cm)
3. Jumlah anakan produktif (rumpun)
4. Jumlah gabah/malai (g)
5. Berat seratus butir gabah kering (g)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis Laboratorium

Berdasarkan kriteria penilaian sifat tanah awal (sebelum perlakuan) dari Laboratorium Tanah (IPB), 2016, sampel tanah penelitian diketahui memiliki sifat-sifat kimia sebagai berikut: pH asam (5,43), kandungan C organik tinggi (23,10 %), N total rendah (0,83 %), P Bray rendah (0,01 ppm) dan K rendah (0,38 me/100g). Sifat tanah akhir (setelah perlakuan) memiliki sifat-sifat kimia sebagai berikut: pH netral (8,09), kandungan C organik netral (14,59 %), N total rendah (0,82 %), P Bray tinggi (4,35 ppm) dan K tinggi (1,44 me/100g).

Hasil analisis kompos jerami dan kascing menunjukkan kandungan hara yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kualifikasi di atas nilai minimum berdasarkan Laboratorium Tanah (IPB), 2016. Ditinjau dari kandungan hara kompos, masih cukup baik untuk mensuplai ketersediaan hara tanaman, yaitu: Kompos Jerami padi: $H_2O = 8,04$, C-Organik = 18,76, N-Total = 1,08, $P_2O_5 = 1,29$ dan $K_2O = 1,51$; sedangkan Kascing : $H_2O = 8,77$, C-Organik = 59,83, N-Total = 1,02, $P_2O_5 = 2,00$ dan $K_2O = 1,59$.

2. Tinggi tanaman (cm)

Perlakuan kompos jerami padi pada J4 di 4 MST berbeda nyata terhadap J0, J1, J2 dan J3, sedangkan di 6 MST semua perlakuan dosis tidak berbeda nyata. Perlakuan kascing di 4 dan 6 MST pada semua dosis tidak berbeda nyata. Perlakuan biofertilizer (A) pada BA4 di 4 MST berbeda nyata terhadap BA0, BA1, BA2 dan BA3, sedangkan di 6 MST semua perlakuan dosis tidak berbeda nyata. Perlakuan biofertilizer (B) pada perlakuan BB0 di 4 MST berbeda nyata terhadap BB1, BB2, BB3 dan BB4, sedangkan di 6 MST perlakuan dosis BB0, BB2, BB3 dan BB4 berbeda nyata terhadap BB1. Rataan tinggi tanaman dari total dosis perlakuan jerami, kascing, biofertilizer (A) dan biofertilizer (B) 6

MST secara diagram menunjukkan bahwa biofertilizer (A) lebih tinggi dengan total 77,75 diikuti oleh kascing 74,64, biofertilizer (B) 62,21 dan jerami 55,22.

3. Jumlah anakan produktif (rumpun)

Perlakuan kompos jerami padi pada J4 berbeda nyata terhadap J0, J1, J2 dan J3. Perlakuan kascing K4 berbeda nyata terhadap K0, K1, K2 dan K3. Perlakuan biofertilizer (A) pada semua dosis tidak berbeda nyata. Perlakuan biofertilizer (B) pada semua dosis tidak berbeda nyata. Rataan jumlah anakan produktif dari dosis perlakuan jerami, kascing, biofertilizer (A) dan biofertilizer (B) secara diagram menunjukkan bahwa biofertilizer (A) lebih tinggi dengan total 23,22 diikuti oleh kascing 16,36, jerami 9,66 dan biofertilizer (B) 8,86.

4. Jumlah gabah/malai (g)

Perlakuan kompos jerami padi pada J4 berbeda nyata terhadap J0, J1, J2 dan J3. Perlakuan kascing pada K4 berbeda nyata terhadap K0, K1, K2 dan K3. Perlakuan biofertilizer (A) pada BA0, BA2, BA3 dan BA4 berbeda nyata terhadap BA1. Perlakuan biofertilizer (B) pada semua dosis tidak berbeda nyata. Rataan jumlah gabah per malai pada dosis perlakuan jerami, kascing, biofertilizer (A) dan biofertilizer (B) secara diagram menunjukkan bahwa biofertilizer (A) lebih tinggi dengan total 114,52 diikuti oleh kascing 81,63, jerami 47,77 dan biofertilizer (B) 45,59.

5. Berat 100 butir gabah kering (g)

Perlakuan kompos jerami padi pada J3 dan J4 berbeda nyata terhadap J0, J1 dan J2. Perlakuan kascing pada K3 dan K4 berbeda nyata terhadap J0, J1 dan J2. Perlakuan biofertilizer (A) pada semua dosis tidak berbeda nyata. Perlakuan biofertilizer (B) pada BB3 dan BB4 berbeda nyata terhadap BB0, BB1 dan BB2. Rataan jumlah berat 100 butir gabah kering dari dosis perlakuan jerami, kascing, biofertilizer (A) dan biofertilizer (B) secara diagram menunjukkan bahwa biofertilizer (A) lebih tinggi dengan total 28,59 diikuti oleh kascing 20,39, biofertilizer (B) 11,58 dan jerami 10,98.

Pembahasan

Pengaruh Pemberian Kompos Jerami Padi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pemberian kompos jerami padi berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan dan berat gabah/malai. Yuniar (2005) menyatakan bahwa semakin tinggi takaran jeramipadi yang diberikan memberikan hasil

tinggi tanaman, jumlah anakan, jumlah gabah permalai dan bobot 1000 butir.

Bahan organik yaitu jerami memiliki kandungan hara yang cukup tinggi. Nisbah C/N jerami yang diaplikasikan berkisar 17,37 %. Umumnya jerami memiliki nisbah C/N 80 % (Miller, 2000). Karbon berperan penting dalam pembentukan energi pada tanaman, sedangkan nitrogen berperan dalam pembentukan jaringan tanaman. Pemberian jerami 5 ton/ha dapat menghemat pemakaian pupuk KCl sebesar 100 kg/ha dan 6 ton jerami terkandung 72 kg Nitrogen, 12 kg Fosfor, 140 kg Kalium, 22 kg Kalsium, 12 kg Magnesium, dan 38 kg Mangan.

Kompos jerami baik sebagai sumber nutrisi bagi padi sawah, sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikan nyata pada parameter jumlah anakan dan berat gabah/malai. Widati *et al.* (2000) menyatakan bahwa pemberian jerami dapat meningkatkan kadar C-organik, K tanah, dan KTK tanah berturut-turut sebesar 13.2%, 28.6%, dan 153%. Hasil analisis kompos jerami pada penelitian terdapat kandungan C-organik 18,76, N-total 1,08, P₂O₅ 1,29, K₂O 1,51 dan C/N 17,37.

Pengaruh Pemberian Kompos Kascing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pemberian kompos kascing berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan, berat gabah/malai dan berat 100 butir gabah kering. Kotoran cacing (kascing) yang menjadi kompos merupakan pupuk organik yang sangat baik bagi tumbuhan karena mudah diserap dan mengandung unsur hara yang dibutuhkan untuk pertumbuhan tanaman (Anonim, 2004). Penggunaan kompos kascing merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pertumbuhan dan produksi suatu tanaman. Beberapa keunggulan kascing adalah menyediakan hara N, P, K, Ca, Mg dalam jumlah yang seimbang dan tersedia, meningkatkan kandungan bahan organik, meningkatkan kemampuan tanah mengikat lengas, menyediakan hormon pertumbuhan tanaman, menekan risiko akibat infeksi patogen, sinergis dengan organisme lain yang menguntungkan tanaman serta sebagai penyangga pengaruh negatif tanah (Sutanto, 2002).

Kascing berpengaruh sangat nyata terhadap pertumbuhan vegetatif kentang yang meliputi: tinggi tanaman, berat basah dan berat kering tanaman. Pertumbuhan vegetatif tertinggi diperoleh pada perlakuan pemberian pupuk kascing yaitu tinggi tanaman rata-rata 33,33 cm,

berat basah tanaman rata-rata 99,73 g dan berat kering tanaman rata-rata 8,95 g dan terendah pada perlakuan tanpa pemberian pupuk kascing, yaitu tinggi tanaman rata-rata 24,70 cm, berat basah tanaman rata-rata 87,49 g dan berat kering rata-rata 8,38 g (Krisnawati, 2003). Mahmud dkk. (2002) menyatakan bahwa mengaplikasikan kompos kascing pada tanaman kedelai dan hasilnya mampu meningkatkan pertumbuhan tanaman pada dosis 15 ton/hektar. Tarigan dkk (2002) menyatakan bahwa tentang dosis dan macam pupuk organik pada pertumbuhan dan hasil tanaman jagung manis mengungkapkan bahwa penggunaan kompos kascing memberikan respon yang lebih baik dibandingkan pupuk kandang dari kotoran ayam. Mohamad Fadli (2001) menyatakan bahwa pemberian kascing 7,5 ton/ha meningkatkan hasil padi gogo sebesar 34,76 %. Penggunaan kompos kascing pada penelitian ini sangat berpengaruh nyata terhadap pertumbuhan dan produksi tanaman padi sawah. Didukung oleh beberapa penelitian yang telah dilakukan bahwa kompos kascing berpengaruh nyata terhadap tanaman pangan.

Pengaruh Pemberian Biofertilizer A (Mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pemberian biofertilizer A (mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*) berpengaruh tidak nyata terhadap parameter tinggi tanaman, jumlah anakan dan berat 100 butir gabah kering tetapi berpengaruh nyata terhadap berat gabah per malai. Hal ini diduga karena penggunaan biofertilizer A tidak dikombinasi dengan perlakuan kompos. Kombinasi pada biofertilizer yang mengandung *Azotobacter* dengan kompos atau serasah mampu meningkatkan hasil tanaman. Saraswati dan Sumarno (2008) menyatakan bahwa aplikasi pupuk hayati, kompos dari serasah jagung (5 t/ha) dan pupuk N, P, dan K dosis 50% mampu meningkatkan hasil padi gogo sampai dengan 153%. Penambahan pupuk hayati dan kompos mempunyai peran penting dalam meningkatkan kandungan hara N. Bahan organik sangat mempengaruhi kegiatan mikroflora dan mikrofauna tanah melalui perannya sebagai penyedia sumber C, N, dan energi. Komponen bahan organik yang berperan tersebut adalah karbohidrat dan asam-asam amino (Ma'shum *et al.* 2003).

Peningkatan N ini karena adanya N₂ yang diikat oleh mikroba yang berperan sebagai

pupuk hayati yaitu *Azotobacter* dan *Azospirillum* menjadi bentuk N terikat. Hara N selain diperoleh dari hasil mineralisasi dari sisa-sisa tumbuhan dan hewan (kompos) juga diperoleh dari N anorganik dari mikroba yang mati (Hamim, 2007). Nitrogen yang terdapat pada mikroba disekresikan dalam bentuk senyawa organik atau dilepaskan setelah mikroba tersebut mati (Andayaningsih, 2000). Wu *et al.* (2005) menyatakan bahwa, penggunaan pupuk hayati tidak hanya meningkatkan kadar unsur hara pada tanaman seperti N, P, dan K, tetapi juga menjaga kandungan senyawa organik dan N total dalam tanah.

Pengaruh Pemberian Biofertilizer B (Mengandung *Bacillus* dan *Pseudomonas*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pemberian biofertilizer B (mengandung bakteri *Bacillus* dan *Pseudomonas*) berpengaruh tidak nyata terhadap parameter jumlah anakan dan berat gabah per malai tetapi berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman 6 MST dan berat 100 butir gabah kering. Hal ini diduga karena kondisi selama penelitian dalam keadaan tergenang (anaerob), sehingga biofertilizer yang diaplikasikan ke tanaman tidak konduktif.

Peningkatan serapan hara tanaman padi yang relatif jauh lebih kecil sebagai respon terhadap aplikasi pupuk hayati bisa disebabkan oleh kondisi rhizosfer tanaman padi yang cenderung anaerob, sehingga menyebabkan serapan unsur-unsur hara kurang optimal. Tanaman padi sawah tidak menghendaki kondisi anaerob pada media pertumbuhannya, namun tanaman ini toleran terhadap kondisi anaerob tersebut. Kondisi jenuh air, tanaman sulit mendapatkan O_2 sehingga tanaman padi membentuk jaringan *aerenchym*. Tanaman padi tumbuh pada kondisi anaerob, maka akan semakin banyak dan semakin besar jaringan *aerenchym* yang terbentuk. Jaringan *aerenchym* yang terbentuk akan menempati sebagian sel akar yang semestinya berfungsi sebagai jalur transportasi unsur hara dan air. Jaringan *aerenchym* yang terbentuk semakin banyak, maka akan mengganggu proses penyerapan hara dan air oleh akar tanaman (Sumardi *et al.* 2007). Kondisi rhizosfer yang cenderung anaerob pada tanaman padi juga dapat mempengaruhi efektifitas bakteri dalam memfiksasi nitrogen dari udara. Kondisi seperti ini mengakibatkan peningkatan serapan hara N tanaman padi relatif jauh lebih kecil (22,5 %

dalam hubungannya dengan aplikasi pupuk hayati.

Bacillus dan *Pseudomonas* memiliki kemampuan dalam melarutkan P dan K yang ada di tanah sehingga menjadi hara yang tersedia bagi tanaman (Simanungkalit, 2001). Peningkatan serapan P dan K dapat terjadi karena adanya aktivitas bakteri pelarut P dan pemobilisasi K. Beberapa mikroba yang memiliki kemampuan melarutkan fosfat diantaranya adalah *Pseudomonas* sp. dan *Bacillus* (Goenadi, 2004). Han dan Lee (2005) menyatakan bahwa aplikasi bakteri pelarut P (*Bacillus megaterium*) dan bakteri pelarut K (*Bacillus mucilaginosus*) meningkatkan ketersediaan P dan K di dalam tanah, meningkatkan serapan hara N, P, dan K, serta memacu pertumbuhan tanaman terung. Hal ini disebabkan bakteri tersebut mampu melepaskan P tidak larut pada batuan di tanah sehingga menjadi ion P (H_2PO_4) yang siap diserap oleh tanaman.

Spesies bakteri, seperti: *Pseudomonas* sp. dan *Bacillus* sp. telah diidentifikasi mampu melarutkan P yang tidak larut menjadi bentuk tersedia bagi tanaman (Atlas & Bortha 1998). Premono (1994) menyatakan bahwa *Pseudomonas fluorescens*. dan *P. putida*. mampu meningkatkan P terekstrak pada tanah masam sampai 50 %, sedangkan pada tanah basa mampu meningkatkan P terekstrak sebesar 10 %. Beberapa peneliti mengemukakan bahwa efektifitas bakteri pelarut P tidak hanya disebabkan oleh kemampuannya dalam meningkatkan ketersediaan P, tetapi juga disebabkan kemampuannya dalam menghasilkan zat pengatur tumbuh, terutama oleh mikroba yang hidup di permukaan akar seperti *Pseudomonas fluorescens*, *P. putida*, dan *P. striata*. Mikroba-mikroba tersebut dapat menghasilkan zat pengatur tumbuh seperti asam indolasetat (IAA) dan asam giberelin (GA3) (Pattern & Glick, 2002).

Peningkatan serapan hara pada tanaman dapat dipengaruhi oleh aktivitas bakteri yang digunakan sebagai pupuk hayati. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga jenis bakteri (*Pseudomonas* sp., dan *Bacillus* sp.) yang digunakan sebagai pupuk hayati cukup efektif dalam meningkatkan serapan hara tanaman. Penggunaan pupuk hayati yang terdiri dari campuran bakteri *Pseudomonas* dan *Bacillus* mampu meningkatkan produksi pada tanaman jagung, kacang tanah, dan caisim berturut-turut sebesar 270 %, 66 %, dan 250 % (Wibowo, 2007).

KESIMPULAN

1. Perlakuan pemberian kompos jerami padi padi berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan dan berat gabah/malai tetapi tidak berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman dan berat 100 butir gabah kering.
2. Perlakuan pemberian kascing berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan, berat gabah/malai dan berat 100 butir gabah kering tetapi tidak berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman.
3. Perlakuan pemberian biofertilizer A (mengandung bakteri *Bacillus*, *Azotobacter*, dan *Trichoderma*) berpengaruh nyata terhadap parameter berat gabah per malai tetapi tidak berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman, jumlah anakan dan berat 100 butir gabah kering.
4. Perlakuan pemberian biofertilizer A (mengandung bakteri *Bacillus* dan *Pseudomonas*) berpengaruh nyata terhadap tinggi tanaman 6 MST dan berat 100 butir gabah kering tetapi tidak berpengaruh nyata terhadap parameter jumlah anakan dan berat gabah per malai.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayaningsih P. 2000. Pengaruh takaran molase terhadap perkembangan *Azotobacter* indigenus podsolik merah kuning asal Subang pada media gambut. *J. Bionatura* 2: 66-74
- Anonim, 2004. Budidaya Cacing Tanah (*Lumbricus* sp) http://www.geocities.com/sas1204/CACING_TANAH.htm. 7 November 2016.
- Atlas RM, Bortha R. 1998. *Microbial Ecology. Fundamental & Applications*. The Benjamin/ Cumming Publishing Company. Hal. 756
- Goenadi DH. 2004. *Teknologi Konsumsi Pupuk yang Minimal*. Bogor: Lembaga Riset Perkebunan Indonesia
- Hamim. 2007. *Fisiologi Tumbuhan*. Jakarta (ID): Universitas Terbuka
- Han HS, Lee KD. 2005. Phosphate and potassium solubilizing bacteria effect on mineral uptake, soil availability and growth of eggplant. *J Agric and Biol Sci* 1: 176-180
- Hoitink HAJ, Fahy PC. 1986. Basic for the control of soilborne plant pathogens with composts. *Ann. Rev-. Phytopath.* 24: 93-114
- Krisnawati. 2003. Pengaruh Pemberian Pupuk Kascing Terhadap Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Kentang. *KAPPA (2003) Vol. 4, No.1, 9-12*
- Mahmud, A. Guritno, B. dan Sudiarso, 2002. Pengaruh Pupuk Organik Kascing dan Tingkat Pemberian Air terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kedelai (*Glicine max.(L)Merril*) <http://digilib.brawijaya.ac.id/virtual-litbang/mlg-warintek/disk.8.htm>. 27 Mei 2017
- Ma'shum, M., J. Soedarsono dan L. E. Susilowati. 2003. *Biologi Tanah. Jakarta. Bagpro Peningkatan Kualitas Sumberdaya Manusia. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta. 164 hal*
- Miller, Crow. 2000. Understanding The Carbon-Nitrogen Ratio. *A Voice of Eco Agriculture*. 30(4): 20. Diakses 21 Februari 2017
- Mohamad Fadli. 2001. *Pertumbuhan dan Hasil Kacang Tanah pada Inceptisol yang Dipupuk Kascing dan Kapur*. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran
- Pattern CL, Glick BR. 2002. Role of *Pseudomonas putida* indole acetic acid in development of the the plant root system. *Appl Environ Microbiol* 68: 3795 - 3801
- Premono EM. 1994. *Jasad renik pelarut fosfat, pengaruhnya terhadap P tanah dan efisiensi pemupukan P tanaman tebu*. *Disertasi*. Program Pasca Sarjana IPB. Bogor.
- Saraswati R, Sumarno. 2008. Pemanfaatan mikroba penyubur tanah sebagai komponen teknologi pertanian. *Iptek Tan Pangan* 3: 49-50
- Simanungkalit RDM. 2001. *Aplikasi Pupuk Hayati dan Pupuk Kimia: Suatu Pendekatan Terpadu*. *Buletin AgroBio* 4(2): 56-61
- Sumardi et al. 2007. Respon Padi Sawah pada Teknik Budidaya Secara Aerobik dan Pemberian Bahan Organik. *Akta Agrosia*. Hlm. 65 – 7
- Tarigan, T; Sudiarso dan Respatijarti. 2002. *Studi tentang Dosis dan Macam Pupuk Organik pada Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Jagung Manis (Zea mays saccharata Sturt)* <http://digilib.brawijaya.ac.id/virtual->

- litbang /mlg-warintek/disk.8.htm. 31
Mei 2016
- Vessey JK. 2003. Plant growth promoting rhizobacteria as biofertilizer. *Plant and Soil* 255: 571-586
- Wibowo ST. 2007. Kandungan hormon IAA, serapan hara, dan pertumbuhan beberapa tanaman budidaya sebagai respon terhadap aplikasi pupuk biologi. *Tesis*. Program Pasca Sarjana IPB. Bogor
- Wu SC, Cao ZH, Cheung KC, Wong MH. 2005. Effects of biofertilizer containing N-fixers, P and K solubilizers and AM fungi on maize growth: a greenhouse trial: *Geoderma* 125:155-166
- Yunizar. 2005. Pemanfaatan Jerami Padi dan Pupuk K pada Pola Tanam Padi-Padi di Kampar Riau. Seminar Nasional Inovasi Teknologi Sumber Daya Tanah dan Iklim. Bogor. Hal 347-356

TINJAUAN TENTANG PERANAN HYGIENE DAN SANITASI UNTUK MENJAGA KUALITAS MAKANAN DIBAGIAN PASTRY PADA HOTEL NAGOYA PLASA BATAM

Tina Linda

NIDN: 0125126401

Dosen Program Studi Perhotelan Politeknik IT&B Medan

ABSTRAKSI

Penerapan *hygiene* dan sanitasi di Hotel Nagoya Plasa Batam merupakan upaya penting yang harus diperhatikan dalam proses pelaksanaannya. Hal ini dilakukan untuk mencegah terjadinya kontaminasi makanan yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti manusia, area kerja, peralatan, sistem penyimpanan bahan dan produk. Penentuan standar kebersihan *personal*, area kerja maupun peralatan harus dilakukan dengan tepat dan benar agar setiap produk yang dihasilkan oleh bagian *pastry* hotel aman untuk dikonsumsi. Atas dasar persoalan di atas penulis sangat tertarik untuk menelitinya dan membuat tugas akhir dengan judul “ Tinjauan Tentang peranan *Hygiene* dan Sanitasi untuk menjaga makanan dibagian Pastry pada Hotel Nagoya Plasa Batam ”. Metode penelitian dilakukan dengan beberapa metode yaitu observasi, metode wawancara dan yang terakhir adalah studi dokumen. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa dengan adanya standar penerapan *hygiene* dan sanitasi yang baik di sebuah hotel dapat meningkatkan standar kesehatan, kebersihan, dan mutu suatu produk apabila dilakukan sesuai dengan prosedur yang ada.

Kata Kunci: *hygiene sanitasi, pastry, hotel*

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata saat ini menunjukkan peningkatan yang signifikan, dikarenakan banyaknya objek wisata yang indah serta pemandangan yang eksotis. Banyak wisatawan yang datang untuk berlibur karena motivasinya adalah untuk menikmati keindahan pesona alam, pantai pasir putih, Batam juga memiliki berbagai ragam budaya dan suku – suku yang berbeda yang tidak kalah pentingnya dengan faktor alam tersebut. Untuk itu banyak wisatawan yang datang untuk menikmati serta atraksi yang disajikan kepada wisatawan mancanegara maupun lokal, sehingga dapat meningkatkan perekonomian maupun kemajuan pariwisata.

Secara garis besar, pengertian pariwisata secara luas adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya alam (dikutip dari ekonomi pariwisata). Menurut Undang – undang pemerintahan No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu

untuk tujuan rekreasi, pengemban pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu jangka waktu sementara.

Menurut Sihite dalam sobarna (2009) menjelaskan definisi pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafka ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan bertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Berdasarkan pengertian pariwisata diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat berpindah tempat dari daerah asal menuju daerah tujuan yang baru. Dimana tujuan dari kegiatan ini bukan untuk mencari nafkah ataupun menetap di daerah baru dan pariwisata ini bersifat sementara untuk menambah pengalaman, belajar ataupun kepentingan pribadi.

Organisasi Pariwisata Dunia mendefinisikan pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah

sesorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Definisi yang lebih lengkap turisme adalah industri jasa. Mereka menangani jasa mulai dari transportasi, jasa kerahaman, tempat tinggal, makanan, minuman, dan jasa bersangkutan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan, dll. Dan juga menawarkan tempat istirahat, budaya, petualangan dan pengalaman baru dan berbeda lainnya.

Menurut Undang-undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Kata Hotel berasal dari bahasa Latin yaitu Hospes yang mempunyai pengertian untuk menunjukkan orang asing yang menginap dirumah seseorang (teman, kenalan, atau musafir yang dihormati). Kemudian dalam perkembangannya kata Hospes menjadi Hotel dalam bahasa Perancis, dan seterusnya menjadi hotel dengan pengertian sebagai rumah penginapan (Suarthana, 2006 : 11)

Menurut Sihite (2009 : 53) Hotel adalah jenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan dan minuman, serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara komersial.

Sedangkan menurut keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no. KM.94/HK103/MPPT-83 dinyatakan bahwa "Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial" (Suarthana, 2009 : 11)

Ada banyak pendapat yang mengemukakan mengenai pengertian Hotel, beberapa diantaranya Hotel adalah suatu bentuk bangunan, lambang, perusahaan atau badan usaha akomodasi yang menyediakan pelayanan jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman serta fasilitas jasa lainnya dimana masyarakat umum, baik mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel itu.

Menurut Sulastiyono (2011 : 5) Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar

sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No. KM 37/PW. 340/MPPT-86 dalam Sulastiyono (2011 : 6) Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil.

Berdasarkan definisi para ahli di atas maka penulis menyimpulkan bahwa hotel adalah sebagai suatu usaha jasa yang merupakan sarana pendukung kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya dilakukan secara profesional dan didukung oleh tenaga kerja yang memiliki keterampilan baik dalam bidang perhotelan.

Sudira (dalam Rachman, 2010) mengemukakan bahwa Hygiene adalah ilmu kesehatan dan pencegahan timbulnya penyakit. Hygiene lebih banyak membicarakan masalah bakteri sebagai penyebab timbulnya penyakit, sedangkan sanitasi lebih memperhatikan masalah kebersihan untuk mencapai kesehatan.

Hygiene erat hubungannya dengan perorangan, makanan dan minuman karena merupakan syarat untuk mencapai derajat kesehatan. Sedangkan sanitasi menurut WHO merupakan suatu usaha untuk mengawasi beberapa faktor lingkungan fisik yang berpengaruh kepada manusia, terutama terhadap perkembangan fisik, kesehatan dan kelangsungan hidup.

Menurut Depkes (2004) Hygiene adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan tangan, mencuci piring untuk melindungi kebersihan piring, membuang bagian makanan yang rusak untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan.

Sedangkan menurut Gea (2009 : 19) Sanitasi adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan lingkungan dari subjeknya. Misalnya menyediakan air yang bersih untuk keperluan cuci tangan, menyediakan tempat sampah untuk mewedahi sampah agar tidak dibuang sebarangan.

Perbedaan hygiene dan sanitasi adalah hygiene lebih mengarahkan aktivitasnya pada manusia, sedangkan sanitasi lebih menitik beratkan pada faktor-faktor lingkungan hidup manusia. Tujuan diadakannya usaha sanitasi dan hygiene adalah untuk mencegah timbulnya penyakit dan keracunan serta gangguan kesehatan

lain sebagai akibat dari adanya interaksi faktor-faktor lingkungan hidup manusia.

Hygiene sendiri merupakan usaha kesehatan masyarakat yang mempelajari pengaruh kondisi lingkungan terhadap kesehatan manusia sehingga timbul upaya penyakit akibat pengaruh lingkungan kesehatan yang buruk dan membuat kondisi lingkungan yang baik agar terjamin pemeliharaan kesehatannya. Dengan kata lain hygiene adalah usaha kesehatan pribadi hidup manusia.

Ni Wayan (dalam Moro, 2011) mengemukakan bahwa tujuan hygiene dan sanitasi dalam penyelenggaraan makanan yaitu : (1) tersedianya makanan yang berkualitas baik dan aman bagi kesehatan konsumen; (2) menurunkan kejadian resiko penularan penyakit atau gangguan kesehatan melalui makanan; (3) terwujudnya perilaku yang sehat dan benar dalam penanganan makanan.

Kusmayadi (dalam Agustina, 2009) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) hal penting yang menjadi prinsip hygiene dan sanitasi makanan meliputi perilaku sehat dan bersih orang yang mengelola makanan, sanitasi makanan, sanitasi peralatan dan sanitasi tempat pengolahan.

Pastry Section di Hotel Nagoya Plasa Batam merupakan pusat untuk mengelolah dan menyediakan berbagai hidangan kue dan *dessert*. Agar menghasilkan produk yang baik, bersih, sehat dan amat untuk dikonsumsi di perlukan penerapan hygiene dan sanitasi yang baik dan benar agar setiap produk yang disajikan kepada tamu selalu dalam kualitas baik. Sistem hygiene dan sanitasi di Hotel Nagoya Plasa Batam juga merupakan hal yang penting diterapkan untuk mencegah terjadinya keluhan tamu (komplain) yang mungkin dapat menurunkan citra baik hotel dan memberikan kerugian besar untuk hotel.

Penerapan *hygiene* dan sanitasi mencakup banyak hal seperti kebersihan dan standar kesehatan para penjamah makanan (*personal hygiene*), hal ini perlu diperhatikan karena para penjamah makanan terlibat langsung dalam proses pembuatan produk makanan untuk tamu, bila penjamah makanan tidak memenuhi standar kesehatan yang ada maka tidak menutup kemungkinan makanan akan terkontaminasi oleh penjamah makanan itu sendiri. Selain *personal hygiene*, kebersihan area kerja dan peralatan kerja di area *Pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam juga merupakan hal penting yang perlu di perhatikan karena bila peralatan dan area kerja tidak dijaga kebersihannya maka bakteri akan

tumbuh dan berkembang dengan cepat sehingga produk pun dapat terkontaminasi. Selain itu proses penyimpanan bahan makanan mentah dan produk jadi pun perlu di perhatikan, karena bila salah dalam proses penyimpanannya, bahan dan produk makanan akan rusak dan bila terus dipakai bahan makanan, produk akan terkontaminasi oleh bakteri yang tumbuh dalam bahan makanan dan produk tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Hygiene

Hygiene merupakan aspek yang berkenaan dengan kesehatan manusia atau masyarakat yang meliputi semua usaha serta kegiatan untuk melindungi, memelihara, dan mempertinggi tingkat kesehatan jasmani maupun rohani baik perorangan maupun kelompok masyarakat. Hygiene bertujuan untuk memberikan dasar kehidupan yang sehat bagi seluruh aspek kehidupan yang sehat bagi seluruh aspek kehidupan dalam rangka mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

Menurut Merriam W (2009) Hygiene adalah seluruh kondisi atau tindakan untuk meningkatkan kesehatan. Hygiene adalah ilmu yang berkaitan dengan pencegahan penyakit dan pemeliharaan kesehatan. Pengertian hygiene juga mencakup usaha perawatan diri (*personal hygiene*), termasuk juga perlindungan kesehatan akibat pekerjaan.

Pengertian Sanitasi

Sanitasi merupakan keseluruhan upaya yang mencakup kegiatan atau tindakan yang perlu dilakukan untuk membebaskan hal-hal yang berkenaan dengan kebutuhan manusia, baik itu berupa barang atau jasa, dari segala bentuk gangguan atau bahaya yang merusak kebutuhan manusia dipandang dari sudut kesehatan.

Menurut Sihite (2009 : 91) merupakan suatu usaha pencegahan untuk membebaskan makanan dan minuman dari segala bahaya yang dapat mengganggu, merusak kesehatan, mulai dari minuman itu sebelum diproduksi, selama dalam proses pengolahan, pengangkutan, penyimpanan hingga sampai ketahap penyajian makanan dan minuman itu siap dikonsumsi.

Tinjauan Umum Tentang Hygiene dan Sanitasi

Pada hakikatnya “Hygiene” dan “Sanitasi” mempunyai pengertian dan tujuan yang hampir sama yaitu mencapai kesehatan yang prima.

Sudira (dalam Rachman, 2010) mengemukakan bahwa : “Hygiene adalah ilmu

kesehatan dan pencegahan timbulnya penyakit. Hygiene lebih banyak membicarakan masalah bakteri sebagai penyebab timbulnya penyakit, sedang sanitasi lebih memperhatikan masalah kebersihan untuk mencapai kesehatan”.

Hygiene erat hubungannya dengan perorangan, makanan dan minuman karena merupakan syarat untuk mencapai derajat kesehatan. Sedang sanitasi menurut WHO merupakan suatu usaha untuk mengawasi beberapa faktor lingkungan fisik yang berpengaruh kepada manusia, terutama terhadap hal-hal yang mempunyai efek merusak perkembangan fisik, kesehatan, dan kelangsungan hidup.

Pengertian hygiene menurut Depkes adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan individu subyeknya. Misalnya mencuci tangan untuk melindungi kebersihan tangan, cuci piring, membuang bagian makanan yang rusak untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan.

Sedangkan menurut Gea (2009:19) sanitasi adalah upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan lingkungan dari subjeknya. Misalnya menyediakan air yang bersih untuk keperluan cuci tangan, menyediakan tempat sampah untuk mewedahi sampah agar tidak dibuang sembarangan.

Perbedaan sanitasi dan hygiene adalah hygiene lebih mengarahkan aktivitasnya pada manusia, sedangkan sanitasi lebih menitik beratkan pada faktor-faktor lingkungan hidup manusia. Tujuan diadakannya usaha sanitasi dan hygiene adalah untuk mencegah timbulnya penyakit dan keracunan serta gangguan kesehatan lain sebagai akibat dari adanya interaksi faktor-faktor lingkungan hidup manusia.

Hygiene sendiri merupakan usaha kesehatan masyarakat yang mempelajari pengaruh kondisi lingkungan terhadap kesehatan manusia sehingga timbul upaya mencegah timbulnya penyakit akibat pengaruh lingkungan kesehatan yang buruk dan membuat kondisi lingkungan yang baik agar terjamin pemeliharaan kesehatannya. Dengan kata lain hygiene adalah usaha kesehatan preventif yang lebih menitikberatkan pada kegiatan usaha kesehatan individu maupun usaha kesehatan pribadi hidup manusia.

Ni Wayan (dalam Moro, 2011) mengemukakan bahwa “tujuan hygiene dan sanitasi dalam penyelenggaraan makanan yaitu : (1) tersedianya makanan yang berkualitas baik dan aman bagi kesehatan konsumen; (2) menurunkan kejadian resiko penularan penyakit atau gangguan

kesehatan melalui makanan; (3) terwujudnya perilaku yang sehat dan benar dalam penanganan makanan”.

Hygiene sebagaimana yang dijelaskan Soekresno (dalam Rachman, 2010) dapat dikelompokkan sebagai berikut : 1. Ruang lingkup sanitasi dan hygiene di tempat kerja meliputi : (a) hygiene perorangan, (b) hygiene makanan, (c) sanitasi dan hygiene tempat kerja, (d) sanitasi dan hygiene barang dan peralatan, dan (e) limbah dan linen; serta 2. Hygiene perorangan meliputi : (a) rambut, (b) hidung, (c) mulut, (d) telinga, (e) kaki, (f) kosmetik, dan (g) pakaian seragam juru masak.

Kusmayadi (dalam Agustina, 2009) mengemukakan bahwa : “terdapat 4 (empat) hal penting yang menjadi prinsip hygiene dan sanitasi makanan meliputi perilaku sehat dan bersih orang yang mengelola makanan, sanitasi makanan, sanitasi peralatan dan sanitasi tempat pengolahan”.

Tinjauan Umum Tentang Personal Hygiene

Personal hygiene merupakan tindakan pencegahan yang menyangkut tanggung jawab individu untuk meningkatkan kesehatan serta membatasi menyebarnya penyakit menular terutama yang ditularkan melalui kontak langsung.

Personal hygiene penjamah makanan sangatlah perlu dipelajari dan diterapkan dalam pengolahan makanan untuk mencegah penularan penyakit menular melalui makanan. Beberapa hal yang harus dilakukan oleh setiap penjamah makanan ketika mengolah dan menyajikan makanan untuk mencegah penularan penyakit menular yaitu : selalu mencuci tangan sebelum menjamah makanan, minuman dan peralatan.

Hygiene perorangan mencakup semua segi kebersihan diri pribadi karyawan (penjamah makanan) tersebut. Menjaga hygiene perorangan berarti menjaga kebiasaan hidup bersih dan menjaga kebersihan seluruh anggota tubuh yang meliputi:

- a. Mandi dengan teratur, bersih dan sehat sebelum memasuki ruangan dapur
- b. Mencuci tangan sebelum dan sesudah menjamah makanan
- c. Kuku dipotong pendek dan tidak dicat (kutex)
- d. Rambut pendek dan rapi
- e. Selalu memakai karpas (topi khusus juru masak) atau penutup kepala lainnya
- f. Wajah tidak memakai atau menggunakan kosmetik yang berlebihan

- g. Hidung tidak meraba-raba hidung sambil bekerja dan tidak menyeka wajah dengan menggunakan tangan tetapi menggunakan sapu tangan
- h. Menjaga kebersihan mulut dan gigi, jangan batuk menghadap makanan
- i. Memakai sepatu dengan ukuran yang sesuai, kaos kaki diganti setiap hari, kuku jari harus dipotong pendek. (Rachman, 2010)

Menurut Fatonah (dalam Moro, 2011) manfaat penerapan hygiene dan sanitasi makanan yaitu: (1) menyediakan makanan yang sehat dan aman untuk dikonsumsi; (2) mencegah penyakit menular; (3) mencegah kecelakaan akibat kerja; (4) mencegah timbulnya bau yang tidak sedap; (5) menghindari pencemaran; (6) mengurangi jumlah (persentase) sakit; serta (7) lingkungan menjadi bersih, sehat dan nyaman.

Prosedur Penyimpanan Bahan Baku dan Produk di *Pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam

1. Prosedur penyimpanan bahan baku.

Penyimpanan bahan baku makanan di dalam hotel sangatlah penting. Hal ini dilakukan agar kualitas bahan makanan terjaga, selain itu proses penyimpanan bahan makanan juga dilakukan untuk menghindari terjadinya kerusakan bahan baku yang diakibatkan oleh kesalahan dalam proses penyimpanannya.

Beberapa contoh kegiatan penyimpanan bahan baku di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam :

1. Mengelompokkan bahan baku sesuai dengan jenisnya.

Tempat penyimpanan bahan baku di Hotel Nagoya Plasa Batam khususnya *pastry section* terbagi menjadi 4 bagian:

a. *Store*

Tempat ini digunakan untuk menyimpan berbagai bahan kering seperti tepung terigu, gula, *yeast*, *baking powder*, *jam* dan bahan kering dalam kemasan lainnya.

b. *Chiller*

Tempat ini digunakan untuk menyimpan berbagai bahan seperti bahan kaleng yang telah dibuka dari kemasannya, buah-buahan yang digunakan untuk *garnish*, dan masih banyak lainnya. Hal ini dilakukan agar bahan tidak rusak bila di simpan dalam suhu ruangan.

c. *Daily product*

Tempat ini digunakan untuk menyimpan bahan-bahan yang digunakan rutin setiap hari seperti susu, keju, *cream*, *juice*, dan bahan harian lainnya.

d. *Freezer*

Tempat ini digunakan untuk menyimpan produk *ice cream* dan *whipped cream* dan bahan-bahan beku lainnya.

2. Menyimpan bahan baku makanan rapih dan tertata.

Memisahkan bahan yang telah disimpan sesuai dengan jenisnya dan dikelompokkan berdasarkan jenisnya, seperti mengelompokkan coklat dengan coklat lainnya (*dark*, *milk*, *white*) menyimpan tepung terigu dan gula di tempat yang mudah dijangkau dan mudah dalam proses pengangkutannya, tidak menyimpan terigu, gula atau bahan yang berat di tempat yang sulit dijangkau seperti di atas rak tinggi. Sebaiknya menyimpan bahan tersebut di lantai yang telah diberi alas rak kayu kecil, bahan tidak boleh disimpan di atas lantai tanpa alas apapun, hal itu dilakukan untuk menghindari serangga masuk / bahan menjadi lembab dan berketu.

3. Menggunakan sistem *FIFO* dalam penyimpanan bahan baku.

Adapun yang dimaksud sistem *FIFO* (*First In First Out*) adalah merotasi bahan baku yang hendak di gunakan, barang yang pertama masuk harus digunakan pertama juga. Dalam proses penyimpanannya kita harus menyimpan bahan lama (yang lebih dulu masuk) di depan dan bahan yang baru di belakang, hal ini dilakukan agar bahan yang lama tidak terlalu lama di simpan dan mencegah bahan menjadi kadaluarsa.

4. Menutup bahan baku makanan yang akan disimpan. Tidak semua bahan makanan habis terpakai dalam proses produksi sisa bahan tersebut biasanya di simpan untuk produksi selanjutnya. Dalam proses penyimpanannya pun harus diperhatikan agar bahan makanan tidak rusak dan terkontaminasi, cara penyimpanan yang baik adalah memindahkan bahan makanan ke dalam wadah stainless lalu menutupnya dengan pelastik wrap. Hal ini dilakukan untuk menjaga kadar kelembaban makanan, dan mencegah makanan terkontaminasi oleh bakteri.

5. Memberi label pada bahan makanan yang akan disimpan.

Setelah disimpan dengan benar proses yang harus diperhatikan selanjutnya adalah pelebaban bahan makanan, hal ini dilakukan untuk mempermudah kita mengetahui tingkat kelayakan penggunaan bahan makanan, proses pelebaban makan ini juga dilakukan agar kita tahu kapan bahan ini disimpan dan membuang

bahan makanan yang telah melewati tanggal kadaluarsa untuk mencegah kontaminasi makanan.

2. Selain proses penyimpanan bahan baku, proses penyimpanan produk di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam pun perlu di perhatikan, karena tidak semua produk yang telah dibuat habis terpakai. Oleh karena itu proses penyimpanan produk perlu di perhatikan.

Beberapa contoh kegiatan penyimpanan produk di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam :

1. Menyimpan produk *pastry* dengan rapih dan tertata.

Menyimpan produk *pastry* dengan rapih, menyusunnya dalam loyang dan menyimpannya dalam rak yang telah disediakan. Tidak lupa untuk menutup produk *pastry* dengan pelastik wrap agar produk tidak tercemar oleh bakteri dan kuman.

2. Menggunakan sistem *FIFO* dalam penyimpanan produk.

Sama seperti penyimpanan bahan baku, penyimpanan produk pun harus menggunakan sistem *FIFO* (*First In First Out*) karna jika tidak produk *pastry* akan rusak bila terlalu lama di simpan di dalam *chiller*.

3. Menutup produk makanan yang akan disimpan untuk mencegah kotoran masuk kedalamnya. Hal ini sangat penting untuk di lakukan karena jika tidak produk

4. akan terkontaminasi oleh bakteri dan kuman yang berada di dalam *chiller*.

5. Memberi label pada produk yang akan disimpan.

Hal ini di lakukan agar para *staff* dapat memantau kelayakan produk dari tanggal penyimpanan produk dan mengetahui batas masa pakai produk itu sendiri, produk pun tidak boleh di simpan terlalu lama karna jika terlalu lama disimpan tidak menutup kemungkinan produk akan terkontaminasi oleh bakteri dan jamur.

6. Melakukan proses penyimpanan sesuai dengan prosedurnya.

Yang dimaksud dengan proses penyimpanan sesuai dengan prosedurnya adalah mengikuti tahapan-tahapan yang telah ditentukan oleh pihak hotel khususnya bagian *pastry* seperti menyimpan *cake* yang baru di buat ke dalam *freezer* hal ini dilakukan agar *cake* cepat set (terbentuk) dan mempersingkat waktu produksi, setelah *cake* terbentuk selanjutnya

pindahkan *cake* ke dalam *chiller* agar *cake* tidak membeku. Selain itu ada juga beberapa produk yang harus disimpan dalam *freezer* produk tidak rusak seperti *fried ice cream*, *chese cake*, *tiramishu* dan *mouse*.

Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2014 : 2) merupakan cara ilmiah mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bisnis.

Dari penjelasan tersebut diatas, sampai pada pemahaman penulis bahwa metode penelitian merupakan suatu cara untuk mencari, mendapatkan, mengumpulkan, mencatat data, baik primer dan sekunder yang dapat digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atau data yang diperoleh.

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2009 : 5) adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Sedangkan penelitian deskriptif menurut Sugiono (2009 : 21) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Teknik pengumpulan data merupakan taktik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Selain taktik pengumpulan data yang harus tepat, alat pengumpulan data juga harus baik. Dengan demikian, data yang dikumpulkan bersifat baik dan benar (Ridwan, 2013 : 69). Menurut Sugiyono (2014 : 137) ada beberapa beberapa cara yang dilakukan untuk melakukan pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik dibanding dengan teknik lain. Maka observasi tidak

terbatas pada orang, tetapi pada obyek-obyek alam lainnya. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan, ketika penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Studi kepustakaan

Merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari suatu penelitian. Teori-teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi kepustakaan. Selain itu seorang peneliti dapat memperoleh informasi tentang penelitian-penelitian sejenis atau yang ada kaitannya dengan penelitiannya. Dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dengan melakukan studi kepustakaan dapat memanfaatkan semua informasi dan pemikiran-pemikiran yang relevan dengan penelitiannya.

3. Wawancara

Menurut Esterberg (dalam sugiyono, 2011 : 317) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Penerapan penerapan higiene dan sanitasi makanan berdasarkan teori dan penerapan higiene dan sanitasi makanan di Hotel, mulai dari proses pencucian, penyimpanan, pengolahan, sampai dengan penyajiannya dapat disimpulkan bahwa, penerapan higiene dan sanitasi dalam penanganannya memiliki metode atau langkah-langkah yang hampir sama antara teori dan prosedur yang dimiliki oleh Hotel. Namun dalam kenyataannya ada hal-hal yang dihiraukan oleh staf dapur yang akan berdampak pada keluhan tamu.

Hal-hal yang harus diperhatikan adalah :

1. *Staff pastry*.

Tak jarang ada beberapa *staff /trainee* di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam tidak melakukan prosedur pembersihan peralatan dan area yang benar seperti:

- Kerap kali para *staff / trainee* tidak menggunakan cairan pembersih saat membersihkan peralatan yang ada di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam.
- Tak jarang beberapa *staff / trainee* tidak membersihkan area kerja setelah melakukan proses produksi di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam.

c. Tidak rutin melakukan kegiatan *general cleaning*.

2. *Staff steward*.

Terkadang ada beberapa *staff steward* yang belum melakukan prosedur pembersihan peralatan dan area yang sesuai dengan standar Hotel Nagoya Plasa Batam. Beberapa contoh prosedur yang belum dilakukan adalah sebagai berikut:

- Walaupun telah dibuat prosedur pembersihan area kerja di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam, namun terkadang para *staff steward* hanya mengisi tabel prosedur tapi tidak melakukan semua tugas yang tertera di tabel seperti, membersihkan saklar lampu, troli dan beberapa prosedur lainnya.
- Dalam penanganan permasalahan di area *pastry* (tempat pencucian yang bocor) terkadang lambat.
- Terkadang masih terdapat sisa-sisa makanan yang masih menempel di peralatan operasional hotel seperti piring, gelas, dan lainnya.

Beberapa faktor yang mempengaruhi permasalahan diatas adalah sebagai berikut :

- Tingkat kesibukan Hotel yang tinggi. Tingginya tingkat kesibukan di hotel terkadang membuat para *staff steward* belum melakukan pekerjaannya sesuai dengan standar yang berlaku.
- Kurangnya pengawasan dari pihak manajemen *steward*. Hal ini sangat berpengaruh besar karena tanpa pengawasan yang cukup permasalahan ini akan terus berlangsung tanpa adanya solusi untuk permasalahan ini.
- Tingkat kesadaran para *staff*. Hal ini adalah hal utama yang perlu ditingkatkan, karna tanpa adanya kesadaran dari para *staff* akan penerapan sistem sanitasi di hotel semuanya tidak akan terlaksana dengan baik.

Jadi dapat dianalisa bahwa kebersihan peralatan dan area *pastry* di Hotel Nagoya Plasa Batam telah sesuai dengan teori-teori yang ada dan sesuai dengan standar yang berlaku namun belum sepenuhnya dikerjakan sesuai dengan standar yang berlaku.

KESIMPULAN

Proses penerapan higiene dan sanitasi makanan di *pastry* tidak sesuai dengan SOP yang dimana berakibatkan pada kebersihan dan kesehatan makanan.

1. Standar Prosedur di Hotel Nagoya Plasa Batam sudah dilakukan dengan baik, namun ada beberapa hal yang membuat proses penerapan standar *personal hygiene* itu tidak terlaksana dengan baik, seperti *staff* tidak menggunakan sarung tangan saat melakukan beberapa proses produksi, tidak menggunakan masker saat dalam keadaan sakit dan terkadang lupa untuk mencuci tangan dengan menggunakan sabun. Hal tersebut mungkin dapat menyebabkan kontaminasi produk di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam.
 3. Standar kebersihan peralatan dan area di *pastry* Hotel Nagoya Plasa Batam sebagian besar sudah terlaksana dengan baik namun ada beberapa hal yang perlu di perhatikan lagi seperti prosedur pembersihan area yang tidak sesuai dengan standar yang berlaku, prosedur pencucian peralatan pun terkadang tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku karena kerap kali terdapat sisa-sisa makanan yang tertinggal di gelas ataupun piring yang biasa digunakan untuk penyajian produk *pastry*.
- Sihite (2009 : 91) Mengemukakan tentang sanitasi
Soekresno (dalam Rachman, 2010) Pengelompokan higiene
Undang-undang pemerintahan No.10 tahun 2009 Tentang Pariwisata

DAFTAR PUSTAKA

- Fatonah (dalam Moro 2011) Mengemukakan tentang penerapan higiene dan sanitasi
Gea, (2009 :19) Pengertian Sanitasi
Kusmayadi (dalam Agustina, 2009) Mengemukakan hal penting higiene dan sanitasi makanan
Kusmayadi (dalam Agustina, 2009) Mengemukakan prinsip hygiene dan sanitasi
Merriam W (2009) Mengemukakan tentang higiene
Ni Wayan, (dalam Moro, 2011) Mengemukakan tentang adanya hygiene dan sanitasi
Ridwan, (2013 : 69) Mengemukakan teknik pengumpulan data
Sihite, (2009), Menejelaskan Definisi Pariwisata
Suarthana, (2009 :11) Pengertian Hotel
Sihite, (2009) Pengertian Hotel
Sulastiyono, (2011:5) Pengertian Hotel
Sudira (dalam Rachman, 2010) Mengemukakan tentang hygiene
Sugiyono. (2014:2) pengertian metode penelitian
SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.Km 37/PW.340 MPPT-86 (dalam Sulastiyono 2011 : 6) Pengertian Hotel

THE ABILITY OF EIGHTH GRADE STUDENTS AT SM NEGERI 10 MEDAN IN ANALYZING PREPOSITION THROUGH NARRATIVE TEXT AND PROCEDURE TEXT

Clara Puspita

Dosen Tetap Politeknik Mandiri Bina Prestasi Medan

ABSTRACT

The purpose of this research to know the ability of the eighth grade students SMP Negeri 10 Medan in analyzing the preposition especially preposition of place through narrative text and procedure text. So this research was done with some steps collected the data, analyzed the data, made conclusion, and report. So in taking the population, the writer took the students of SMP 10 Medan as the population it's about 1060 students. In this research the sample was the class of the eighth grade students were took totally as the sample which consisted of 34 students. This study was conducted in Jln. Djamin Ginting KM 4,4 Padang Bulan. Based on the analyzed the data which get by writer, that the ability of eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan in analyzing preposition through narrative text there are 27 of 34 (79,41%) students has category "unable" and there are 7 of 34 students (20,58%) students has category "able" and there are 23 of 34 students, (67,64%) students has category "unable" and there are 12 (35,29%) of 34 students has category "able" in analyzing the preposition through procedure text.

Keywords: *Preposition of place, ability*

I. Introduction

English language it's very important especially for us, through english language we can compete with other people. In learning english we study how to speak, how to read, how to write, and how to listen. Every person sometimes had ever thought that learning english language it's so difficult but it depends on us how we can make it easier to learn english. In english, we study structure and that's very important in english language, because It can be influence towards the form of the words and sentences.

As we have known that english is needed now. Because English is international language and a tool of communication among people of the world to get trade, social cultural, science and technology goals. So that we should have known about it although it's not perfectly but we have to do it well. Many advantagous that we can get if we know it more about English. If there is opportunity to work in a western company, we can join with them. because they need people who master about English. So, we must open our mind to prepare ourselves and to improve our English day by day, to face global competition in globalization area.

The writer's reason choose this title, because the writer wants to know the ability of the eighth grade student at SMP Negeri 10 Medan in analyzing preposition and what are the difficulties of the eighth grade student in learning the preposition through narrative text

and procedure text. Because there are some types of the text that will be learned by the students, so far the writer knows narrative text and procedure text will be taught at eighth grade students because the writer had asked their teacher.

As the matter of fact the writer's purpose is focused to analyzing the preposition through narrative and procedure text only. So the writer will know the level of students' comprehension. The writer will do the research at the eighth grade students in SMP NEGERI 10 MEDAN it's located in Padang Bulan. There are two problems that are analyzed by the writer in this paper:

1. Are the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan able to analyze the preposition through narrative text and procedure text.
2. What are the difficulties of the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan in learning the preposition through narrative text and procedure text ?

II. SUPPORTING THEORIES

1. Kinds of Text

As we know in english there are several text, such as: Recount Text, Procedure Text, Narrative Text, Descriptive Text, Report Text, News Item Text, Discussion, Review and ect.

1. Narrative Text is a story with complication or problematic events and it tries to find the resolutions to solve the problems. An important part of narrative text is the narrative

- mode, the set of methods used to communicate the narrative through a process narration.
2. Descriptive Text is which says what a person or a thing is like. Its purpose is to describe and reveal a particular person, place, or thing.
 3. Report Text is which presentation presents information about something, as it is. It is as a result of systematic observation and analyses, with the purpose is to describe and classify information.
 4. Recount Text is which retells events or experiences in the past. It's purpose is either to inform or to entertain the audience. A recount text has a orientations among the participants, a series of events in chronological order, personal remarks on the events, and a reorientation that "rounds off" the sequence of events.
 5. Procedure Text is to tell the reader how to do or make something. The information is presented in a logical sequence of events or its function is to describe how something is completely done through a sequence of series.
 6. News Item Text is to inform the readers or listeners about events of the day which are considered newsworthy or important, such as tells the event in a summary form, the background and the sources of it.
 7. Discussion Text is to present information and opinions about more than one side of an issue.
 8. Review Text is to critique or are used to summarize, analyze and respond to art works, and etc.

As we know from explanation above many kind of the text, but in this case the writer only choose to explain about narrative text and procedure text.

A. Narrative Text

Definition of Narrative Text

Narrative text is one of genre which is taught at the eighth grade students. Narrative text is a kind of story either fictive or real which contains a series of events in which how the story is told and how the context is presented as aspects of the story construction. It should tell about an event or audience would find engaging. We might even think of our narrative as a movie in which the audience see people in action and hear then speak. Therefore, it should be detailed and clear, with event in the order in some other effective way.

According to Nursahid and Mutaqin (2005 : 117) narrative text is the kind of the text that relates the story of acts or events. Narrative text

includes occurrences in time and tells what happened according to natural time sequence.

From the definition above, it said that narrative text is a story tells us about something interesting that has purpose to amuse and to entertain for the readers or viewers. We used narrative text when we tell a friend about something interesting that happen to us at work or other place and we tell someone a joke.

Purpose of Narrative Text

The purpose of narrative text is to present a view of the world that entertain or informs the reader or listener. Then, the other purpose of narrative text is to express the feelings and relate the experience, to inform the reader and also to persuade the reader. It can be said that the reader as if involved within story to get the pleasure.

Generic Structures of Narrative Text

The generic structures of narrative text there are orientation, complication, sequence of events, resolution and coda. A more detailed generic structure of a narrative text has been proposed by Anderson and Anderson who argue that a narrative text includes.

A narrative text will consists of the following structure.

1. Orientation: the setting of the scene, where and when the story happened, introduce the participants of the story, and what is involved in the story.
2. Complication: telling the beginning of the problem which leads to the crisis (climax) of the main participants.
3. Sequence of events: telling how the characters react to the complication. It includes their feelings and what they do.
4. Resolutions: the problem (the crisis) resolved, either in a happy or sad ending. The ending of the story containing the solution.
5. Coda: a closing remark to the story and it is optional. It is consisted of a moral lesson, advice or teaching from the writers.

It shows that there are some structures in narration that must be a serious attention. They are the structures of constructing a narration. A typical narration has an opening paragraph to introduce the subject of the narration, following by telling the problems of the story, and also having a final conclusion that signals at the end of the story.

Language features of Narrative Text

According to Anderson, the language features of narrative text are:

1. Nouns that identify the specific characters and places in the story
2. Adjectives that provide accurate descriptions of the characters and settings
3. Verbs that show the actions that occur in the story
4. Time words that connect events to tell when they occur, the use of simple past tense past continuous tense, past perfect, past perfect continuous, past future continuous.

It seems that narrative text has many language features. We have to identify the specific characters, places, and time in order to make the reader or viewer easy to understand the way of story, give the adjectives to characters, and give the information about what characters will do.

Types of Narrative Text

Narrative Text is the text that tells about the imaginary story, there are many types of narrative text such as:

- | | |
|------------|-------------------------------|
| a. Romance | f. Drama |
| b. Mystery | g. Fables |
| c. Horror | h. Folk tales |
| d. Comedy | i. Short stories/News stories |
| e. Novels | j. Poetry |

B. Procedure Text

Definition of Procedure Text

Procedure text is a text that explains something or helps us how to make or use something. Its social function is to describe or to show how something is completely done through a sequence of series which enable the reader to achieve the goal. And also it's designed to describe the reader how something is achieved through a sequence of actions or steps.

Purpose of Procedure Text

As we know the procedure text has a purpose are:

1. To explain (the reader) how to make/operate do something through a sequence of actions or steps.
2. To explain steps/instruction to make/operate/do something.
3. The main purpose of a procedure is to direct, inform and explain how to do something through a series of steps.

Generic Structure of Procedure

Procedure text has a structure to help us to do something, because this procedure text has different with other text. So we must have look for this

1. Goal or Aim: Its contain the purpose of the text
2. Materials or Ingredients: Its contain of the materials that used in the the process
3. Steps (the actions that must be taken): Its contain of the steps to make something in the goal
4. Result (the conclusion of it).

Language Features of Procedure Text

In the Procedure text, we use

1. Simple Present Tense
2. Use of imperative / command (ex: cut, don't mix, etc)
3. Use of action verbs (ex: put, mix, turn, take, etc)
4. Use of connectives (ex: first, second, third, the last, finally, etc)
5. Use of adverbials (Adverbs) phrases to express detail the time, place, manner accurate (ex: for five minutes, 2 centimeters from the beneath, 2 hours, etc)

Types Procedure Text

From explained above, the writer concludes there are three definition about procedure text:

1. Text that explain how something works or to use instruction/operation manuals, example: how to use the computer, etc
2. Text that instruct how to do a particular activity, example: science experiments, etc
3. Text that deal with human behaviour, example: how to succeed, how to live happily.

B. Preposition

Definition of Preposition

Preposition is the one of kind language features of narrative text and procedure text. Preposition is the word which connect between one noun with another noun. Preposition divide three, they are preposition of place, direction, and time. According to Purwanto and Werner (1984 : 82) in Permai (2007), say that in formal English, the preposition begins the adjective clause. In informal English, the preposition usually follows the verb in the adjective clause. A preposition is a word that shows the relationship between two things and used to link nouns, pronouns or phrases to other words within a sentence. Prepositions are usually short

words, and they are normally placed directly in front of nouns.

According to English grammar, preposition is a word that connects a noun, a noun phrase, or a pronoun to another word, especially to a verb another noun or an adjective. Why we must learn preposition because a preposition very needed in a sentence, the use of correct preposition can influence the quality of information in spoken language.

As part of the grammatical system, prepositions seem to occur everywhere in speaking and writing (Morenberg, 1997). Why is this? Cause of one problem is that they seem to appear everywhere. They can appear before nouns (e.g. on Monday), in front of gerund verbs (for speaking), as part of a phrasal verb (get up) or after adjectives (interested in). However, it is difficult to learn to use prepositions correctly as most of them have several different functions and there are not many rules to help in choosing which prepositions to use correctly, especially when and how to use them (Swan, 1988).

Prepositions express a relation in space between two or more entities or a relation in time between two events, or various other abstract relations such as instrument and cause, (Cambridge Grammar of English, Carter and McCarthy, 2006, p.462). A preposition refers to the word or phrase which, shows the relationship between one thing and another, linking nouns, pronouns and phrases to other words in a sentence.

Prepositions are words normally placed before nouns or pronouns (A.J. Thomson & A.V. Martinet). Prepositions can also be followed by verbs but, except after but and except, the verb must be in the gerund form:

ex: 1. He is talking of emigrating

Based on person (2002 : 29) there are four factors that make students difficulties of learning preposition. Factors that make some more difficult are: Pronunciation, Grammar, Range connocation and idiomatic, Lack of memorizing the new vocabulary.

Preposition is the one of kind language features of narrative text and procedure text. Preposition is the word which connect between one noun with another noun. Preposition devide three, they are preposition of place, direction, and time. According to Purwanto and Werner in permai (2002 : 319) say that in formal English, the preposition begins the adjective clause. In informal English, the preposition ussually follows the verb in the adjective clause.

Alternative position of Prepositions

a. Prepositions normally precede nouns or pronouns. In two constructions, however, it is possible in informal English to move the preposition to the end of the sentence.

1. In questions beginning with a propositions + whom/which/what/whose/where: To whom you were you talking? (Formal)

Who were you talking to? (Informal)

In which drawer does he keep it? (Formal)

Which drawer does he keep it in? (Informal)

2. Similarly in relative clauses, a preposition placed before whom/which can be moved to the end of the clause. The relative pronouns is then often omitted: The people with whom I was travelling (formal). The people I was travelling with (Informal)

b. But in phrasal verb the preposition/adverb verb remains after its verb, so the formal type of construction is not possible. Ex: (1). the children I was looking after could not be rewritten with **after** + **whom** and (2). Which bridge did they blow up? Could not be rewritten with **up** + **which**

The kind of form the Prepositions

Prepositions has several form there are:

1. Simple prepositions such as;

- after	- through	- over	- until
- at	- to	- on	- under
- by	- off	- in	- up
- from	- till	- of	- with

2. Double prepositions such as;

- into	- from under
- onto	- over against
- from among	- from within

3. Compound prepositions, this combined from noun, adjective/adverb with preposition "be"(=by) or "a"(on)

But (They succeeded in escaping

- across (=on cross)	- beyond(= by+yonder)
- admist (=on middle)	- between (=by+twain)
- behind (=by+hind)	- beneath (= by+neath)
- about (=on+by+out)	- amongst (= on+gemang)
- above (=on+by+up)	- before (= by+fore)

4. Participle prepositions is a participle (an, -ed or -ing verb) that functions as a preposition. Some of the most common examples

- pending	- considering/regarding	- during
- owing to	- notwithstanding	- respected – past
– except		

5. Prepositional phrases are groups of words containing prepositions and noun or pronoun. The noun or pronoun generally found after a preposition is called the object of the preposition. Ex: the bird is above the chair.

“Above” is the preposition and “above the chair” is prepositional of phrase. There several of preposition of phrases are:

- | | |
|---------------------|---------------------|
| -because of | - with a view to |
| -by means of | - with reference to |
| -by reason of | - with regard to |
| -for the purpose of | - with relation |
| -for the sake of | - with respect to |
| -in consequence of | - on behalf |

6. Disguised preposition, this preposition had seemed how “by” can be changed become “be”: by + hind = be + hind (behind), and “on” into “a”: on + cross = across, and on the contrary how “a” can use into “on” which placed in front of gerund

Example: He has gone a hunting

Types of Prepositions

In narrative text and procedure text usually use preposition, there are: Preposition of position, preposition of direction, preposition of time.

1. Preposition of Position or Place

Preposition of Position is preposition which to point out place or position, where the something take place. Preposition of position also to describe position of nouns or pronouns, preposition place are: at, on, in, by, about, before, above, after, against, below, behind, into, from, along, through, over, towards, among, around. According to Leech and Svartvik (1973 : 82) in Khurriyati (2013 : 32) that the place of prepositions that are used to describe the place or position of all types of nouns. It is common for the preposition to be placed before noun.

2. Preposition of Direction

Preposition of Direction is the preposition which to indicate aim of something. According to Emmaryana (2010) preposition of Direction are: across, at, by, way, of, down, into, out of, to through, toward, up, upon. Purnomo (2011: 62) says that preposition of direction are: to, from, toward, away from, into, out of, up, down, around, through. Based on the theories above, there are 10 kinds of direction. They are: across, at, to & from, toward, away from, into, out of, up & down, around, through.

3. Preposition of Time

Preposition of Time is the preposition to show when the something happened. According to Emmaryana (2010) preposition of time, they are: about, after, around, at, before, by, during, from & to, from & until, in. Purnomo (2011 : 65) says preposition of time are: on, in, at, for, during, while, since, from & to, and till/

untill. However based on theories above, there are 13 kinds preposition of time. They are: about, after, around, at, before, by, during, from and to, from and until, in, since, for and while.

III. RESEARCH METHODOLOGY

1. Research Method

In doing this paper, the writer used a descriptive research design. The writer makes research of eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan. As we know that every research has objective, so the purpose of this study they are, to know their ability in analyzing about the preposition and what are the difficulties in learning the preposition especially preposition of place through narrative text and procedure text.

The writer prepare the material in two part, the first is to analyze preposition through narrative text and the second is to analyze the preposition through procedure text. The writer availables two short narrative examples with title legenda Batu Menangis (Crying Stone Legend), the last one legenda Danau Toba (Lake Toba Legend). In procedural text also she availables two examples with title How to Plant Chilies and How to make Banana Jam. So the students will analyze the text which one from the text including a preposition of place, and after that the writer will saw how well the students able to analyze the preposition through narrative text and procedure text.

2. Population and Sample

Gary (1987 : 102) said that “population is a good of things attracting to the research the group to which he would like to result of the study to be generalized”. So in taking the population, the writer took the students of SMP Negeri 10 Medan as the population it’s about 1060 students.

According to Sax (1979 : 103) that sample is “ limited to number of elements from a population to represent the population”.

In this research the sample was the class of the eighth grade students, from eighth grade students were took totally as the sample which consisted of 34 students. This study was conducted in SMP Negeri 10 Medan which was located in Jln. Djamin Ginting KM 4,4 Padang Bulan.

3. The Instrument of Collecting Data

In collecting the data, researcher used the test or paper test. The techniques of data collection were as followed:

1. The writer asked permission to the teacher to have time for speaking in front of the class to give instruction about what the students did.
2. The writer choose the students that be sample in this research.
3. The writer asked the students to answer the question that were given writer to the students.
4. The paper were collected by the writer.
5. The writer checked the answer of students and then gave score to their participant. **The Data Scoring**

According to Purwanto (1984 : 82) in permai (2007), The score of the students can be percent by using arithmatich as follow:

90% - 100%	= Excellent
80% - 89%	= Good
65% - 79%	= Fairly good
55% - 64%	= Fair
55%	= Poor

In order to know each students score the researcher used the following formula:

$$- x 100 \text{ (Harahap, 1998:52) in Permai (2007)}$$

Notation:

$M = \text{Each student score} / \text{The score of students}$
 $X = \text{Total of correct answer} / \text{The correct answer of students}$

$N = \text{Total of items} / \text{The essay total}$

$100 = \text{Constant}$

To change the students into percentage the formula was:

$$P = \quad - 100\% \text{ (Sudijono, 2009 : 43)}$$

Notation:

$P = \text{Frequency is founding the percentage}$

$f = \text{Number of cases}$

$N = \text{Number of percentage}$

The writer makes criteria able and unable in analyzing preposition through narrative text and procedural text. The students must be underline which one of from the text concluded a preposition of place. The writer has manner to collect the result of the data namely paper test.

Paper Test

In paper test the writer makes scoring through the examples of narrative text and procedure text as the writer has given to them and the writer has some criteria criteria for scoring according to Purwanto (1984 : 82) in permai (2007) had explained from above.

No	Correct	Score	Category
1	6	- 10	60 - 100
2	1	- 5	0 - 50

In explanation the list above is, the first the students who got score *correct* 6 – 10 will got 60 – 100 and in *category* Able, the second who got score 0 – 5 will got score 0 -50 and in *category* Unable.

IV. FINDING AND DISCUSSION

A. Finding of Narrative Text

From the data test, writer makes conclusions are specified based on the aim at the describing in analyzing preposition through narrative text and procedure text of the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan.

In order to know each students score the researcher used the following formula:

$$- x 100 \text{ (Harahap, 1998 : 52) in Permai (2007)}$$

Notation:

$M = \text{Each student score} / \text{The score of students}$

$X = \text{Total of correct answer} / \text{The correct answer of students}$

$N = \text{Total of items} / \text{The essay total}$

$100 = \text{Constant}$

For Example:

$$M = - x 100$$

$$M = - x 100 = 60$$

Table of narrative text :

NO	Name	Correct	Score	Category
1	Adventus Mada Baeltas	6	60	Able
2	Agnes Natalia Sihombing	7	70	Able
3	Ahmad Zuhardi	7	70	Able
4	Arief Alamsyah	4	40	Unable
5	Aril Juandi Sinulingga	2	20	Unable
6	Assyta Mauliarti Ramadhani	5	50	Unable
7	Ben Andri Parsaoran R	5	50	Unable
8	Dinda Elysa Tarigan	5	50	Unable
9	Dio Surya Putra	6	60	Able
10	Gusti Lintang Widy	6	60	Able
11	Igo Almayzar	5	50	Unable
12	Irvan Rangkuti	3	30	Unable
13	Johanes Syahputra Cibro	5	50	Unable
14	M. Rafli Habibi Al.karim L	5	50	Unable
15	MHD. Arif Firmansyah	4	40	Unable
16	Mayra Sabdez	6	60	Able
17	Naomi Butar – Butar	5	50	Unable
18	Natasya Sembiring	4	40	Unable
19	Nicolas Enzo Marescano	5	50	Unable
20	Ria Septiya Ningsih S	7	70	Able
21	Rivandi Fazar Syahputra	5	50	Unable
22	Rubenstein Pakpahan	5	50	Unable
23	Sandy Pramudya S	2	20	Unable

NO	Name	Correct	Score	Category
24	Setio Novanto	5	50	Unable
25	Stephen Rezeki Sinaga	2	20	Unable
26	Surya Alexander Ginting	2	20	Unable
27	Tania Ramadhani M	4	40	Unable
28	Yohana Rupiana Hutasoit	5	50	Unable
29	Yongki firmansyah Sianipar	5	50	Unable
30	Yudha Andika	2	20	Unable
31	Rini Ardiana Putri	5	50	Unable
32	Sribintang Aprilia Sinaga	4	40	Unable
33	Riza Al. Hamdi	5	50	Unable
34	Rizki Aditia Ginting	4	40	Unable

Finding of the problem in analyzing through narrative text

So from the data above shows that the score of the students, the writer make conclusions that, from the consisted of 34 students especially eight grade students can conclude, in analyzing preposition through narrative text there are 7 (20,58%) students has category “Able”, and there are 27 (79,41%) students has category “Unable”

The categories students score SMP NEGERI 10 MEDAN in analyzing preposition through narrative text:

Score categories	Number of Students
80-100 (High)	0
60-80 (Average)	7
40-20 (Low)	27
Total	34

inding of Procedure Text

From the data test, writer makes conclusions are specified based on the aim at the describing in analyzing preposition through narrative text and procedure text of the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan.

In order to know each students score the researcher used the following formula:

---x 100 (Harahap, 1998 : 52) in Permai (2007)
Notation:

$M = \text{Each student score} / \text{The score of students}$

$X = \text{Total of correct answer} / \text{The correct answer of students}$

$N = \text{Total of items} / \text{The essay total}$

100 = Constant

For Example:

$M = - x 100$

$M = ----x 100 = 60$

Table of procedure text

NO	Name	Correct	Score	Category
1	Adventus Mada Baeltas	5	50	Unable
2	Agnes Natalia Sihombing	7	70	Able
3	Ahmad Zuhardi	7	70	Able
4	Arief Alamsyah	6	60	Able
5	Aril Juandi Sinulingga	2	20	Unable
6	Assya Mauliarti Ramadhani	4	40	Unable
7	Ben Andri Parsaoran R	7	70	Able
8	Dinda Elysa Tarigan	4	40	Unable
9	Dio Surya Putra	6	60	Able
10	Gusti Lintang Widy	7	70	Able
11	Igo Almayzar	4	40	Unable
12	Irvan Rangkuti	6	60	Able
13	Johanes Syahputra Cibro	3	30	Unable
14	M. Raffli Habibi Al.karim L	4	40	Unable
15	MHD. Arif Firmansyah	4	40	Unable
16	Mayra Sabdez	7	70	Able
17	Naomi Butar – Butar	6	60	Able
18	Natasya Sembiring	7	70	Able
19	Nicolas Enzo Marescano	5	50	Unable
20	Ria Septiya Ningsih S	7	70	Able
21	Rivandi Fazar Syahputra	4	40	Unable
22	Rubenstein Pakpahan	3	30	Unable
23	Sandy Pramudya S	2	20	Unable
24	Setio Novanto	4	40	Unable
25	Stephen Rezeki Sinaga	2	20	Unable
26	Surya Alexander Ginting	3	30	Unable
27	Tania Ramadhani M	7	70	Able
28	Yohana Rupiana Hutasoit	4	40	Unable
29	Yongki firmansyah Sianipar	5	50	Unable
30	Yudha Andika	5	50	Unable
31	Rini Ardiana Putri	5	50	Unable
32	Sribintang Aprilia Sinaga	4	40	Unable
33	Riza Al. Hamdi	4	40	Unable
34	Rizki Aditia Ginting	3	30	Unable

Finding of the problem in analyzing through procedure text

From the data above shows that, the writer got the result from eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan from the consisted 34 students can conclude, in analyzing preposition through procedure text there are 12 (35.29%) students has category “Able” and there are 22 (64,74%) students has category “Unable”. The categories students score SMP NEGERI 10 MEDAN in analyzing preposition through procedure text:

Score categories		Number of Students
80-100	(High)	0
60-80	(Average)	12
40-20	(Low)	22
Total		34

The difficulties in learning the preposition through narrative text and procedure text

Based on person (2002 : 29) there are three factors that make students difficulties of learning preposition. Factors that make some more difficult are:

1. Pronunciation

Research shows that words that are difficult to pronounce are more to learn, Potentially difficult words typically be those those that contains word that are familiar to some groups or learners. Such as regular and sorry for japanese speaker many learners find that cluster of consonant. Such as strenght or crips or breakfast, are also problematic, it means the big difficulties have find in learning vocabulary in pronunciation and writing is similar words, for example: through, above, along, it make the students fell difficulties to learn vocabulary.

2. Grammar

Also problematic is the grammar associated with the word, especially if this difference from that of its equivalent. Sspanish learners of English, for example, tend to assurance that explain follows the same patterns as both Spanish explicar, explicar is some of explain and English tell and say he explained me the lesson remembering me whether a verb like enjoy, love or hope is followed by an infinitive to swim or an- ing from swimming can add to its difficulty.

3. Range connocation and idiomatic

Words that can be used in a wide range of context will generally be perceived as easier than their synonyms with a narrow range. Thus put is a very wide ranging verb compared to impose, place, position, etc. Likewise, thin is a safer better than skinny, slim, slender. Words that have style constraints, such as very informal words (chuck for throw, swap for exhancage) may cause problem too uncertainly as to the connotations in English, but its nearest equivalent other languages may mean deviant.

4. Lack of memorizing the new vocabulary

The difficulties of the sudents to comprehend the preposition because their lack to memorizing the new vocabulary especially the parts of preposition of place, in English

vocabulary it is very important that we must known.

According to the data test above, the writer can conclude what are the difficulties of the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan during the writer doing the research in SMP Negeri 10 Medan, they are:

- 1.From the data above shows that, most of them didn't understand about the meaning of preposition, especially preposition of place.
- 2.Most of them didn't know the parts of preposition of place, so that's why they are confuse when doing the test.
- 3.During the writer doing the research after ask them, most of them actually know about the preposition and they had ever learnt it but only three kinds prepositions they are known such as at, on, in.
- 4.Their vocabulary still low so make them difficult to answer the test.
5. Lack of memorizing the new vocabulary.

How to solve the Problems

After doing this research the writer concludes from data above that how to solve the problems of the students of the eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan they are:

- 1.The students should more active in learning preposition especially preposition of place through narrative and procedure text.
- 2.The students must improve their new vocabulary through the preposition.
- 3.The students must understand the kinds of preposition of place.

Discussion

In narrative text and procedure text there are several kinds of prepositions which usually used, they are preposition of position or place, preposition of time, and preposition of direction. The writer only focus analyzing preposition of place through narrative text and procedure text. During the writer doing the research in there, the writer concludes that the eighth grade students didn't understand yet the parts of preposition of place they are: at, on, in, by, about, before, above, after, against, below, behind, into, from, along, through, over, towards, among, around. They knew only three parts from preposition of place, they are: at, on, in, and that's why make them confuse when they did the test.

V. CONCLUSIONS

After finishing the research at SMP Negeri 10 Medan especially for eighth grade students

during doing the research in there, the writer makes conclusions as below :

1. There are 27 of 34 students, (79,41%) students has category “unable“ and thereare 7 of 34 students, (20,58%) students has category “ able” to analyse preposition through narrative text.
2. There are 22 of 34 students, (64,70)% students has category “ unable “and there are 12 of 34, (35,29%) students has category “ able ” to analyze the preposition through procedure text.
3. From the result above the difficulties of eighth grade students at SMP Negeri 10 Medan the writer concludes that’s most of them didn’t understand about the preposition especially preposition of place, and what are the parts of preposition of place.

REFERENCES

- Anderson, Mark et al. 2004. *Text Type in English*. Malaysia: Publication Data.
- Anderson, A. And Anderson, K. 1997. *Text Types in English 2*. South Yarra: MacMillan Education Australia PTY CTD.
- A.J. Thomson, By: Richard Nordquist, Sofia Hajah, 2000. *English Language Structure; A complete, Hurtik, Eml. 1981 Sentence Structure Style, New York*.
- Azar, Betty Schampfer, 2003. *Fundamentals of English Grammar*, United States of America. *Pearson Education*.
- A.J. Thomson / A. V Martinet, *A Practical English Grammar, Fourth Edition Wren & Martin, high school English Grammar & Composition Latest Edition*.
- Byrd, Patricia et al. 2001. *Applied English Grammar*. United Stated: Thomson Learning.
- Collins, 2015. *Collins COBUILD Advanced Dictionary of English*. Glasgow. HarperCollins Publisier.
- Mulyati, T Emirfan. 2013. *Kursus Kilat Bahasa Inggris dalam Satu Buku*. Jogjakarta: *Trans Idea Publisier*.
- Purnomo, Wahyu *English Grammar and Everyday Conversation*. Surabaya: Amelia.
- Riyanto, Slamet 2010. *99,99% Sukses TOEIC*. Jakarta: Pustaka Widyatama.
- Sudijono, Anas. 2009. *Pengantar Statistik Pendidikan Jakarta*: Rajawali Pers
- Sukma, Dian. 2010. *Studying the Word Formation of Language Used in SMA Sent by the Teenagers of Painan*: Padang.