

ISSN 2808-1757 (Cetak)  
ISSN 2808-1668 (Online)

# JURNAL CAKRAWALA ILMIAH

Vol.1 No.9 Mei 2022

<http://bajangjournal.com/index.php/JCI>

**JCI: JURNAL CAKRAWALA ILMIAH**

**Vol.1 No.9 Mei 2022**

**SUSUNAN REDAKSI**

**Penanggung Jawab**

Ketua Bajang Institute  
Lalu Masyhudi

**Pimpinan Redaksi**

Kasprihardi

**Editor In Chef/Pelaksana**

Muhammad Arief Muttaqien

**Section Editor**

Firman Septi Utomo

**Reviewer**

[Ilham Syahrul Jiwandono, M.Pd](#), Universitas Mataram, Scopus Id: 57222336720

[Hijatul Qamariah, M.Pd., M.TESOL](#), Universitas Bina Bangsa Getsempena, Scopus

Id:57218559998

[FX Anjar Tri Laksono, S.T., M.Sc](#), Universitas Jenderal Soedirman, Scopus Id: [57221225628](#)

[Baiti Hidayati, S.T., M.T](#), POLITEKNIK SEKAYU, Scopus Id: [57217136885](#)

[Rahmad Bala, M.Pd](#), STKIP Biak, Scopus Id: [57214800254](#)

[Yusvita Nena Arinta, M. Si](#), IAIN SALATIGA Scopus Id: [57219157407](#)

**Copy Editor**

[Dr. Sunarno, S.Si, M.Si](#), Diponegoro University

**Layout Editor**

[Yusvita Nena Arinta, M. Si](#), IAIN SALATIGA Scopus Id: [57219157407](#)

**Proofreader**

[Gatot Iwan Kurniawan, SE., MBA., CRA., CSF., CMA](#), STIE Ekuitas

**JCI**  
**JURNAL CAKRAWALA ILMIAH**  
**Vol.1 No.9 MEI 2022**

**DAFTAR ISI**

<b>1</b>	<b>ANALISA PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN UNIQLO DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)</b> Oleh : Rizni Aulia Qadri , Fendy Cuandra , Shinta Dewi , Angeline Aurellia , Jeslin , Kristina , Sherry	<b>2175-2186</b>
<b>2</b>	<b>ANALISIS RASIO PROFITABILITAS SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA PERUSAHAAN SEKTOR HOTEL, RESTORAN DAN PARIWISATA</b> Oleh : Riris Atifah , Ari Nurul Fatimah	<b>2187-2202</b>
<b>3</b>	<b>PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN BLENDED LEARNING DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM TERHADAP KECERDASAN EMOSIONAL SISWA DI SDN SATRIA JAYA 02 TAMBUN UTARA</b> Oleh: Yayat Suharyat , Refiera Desssesio	<b>2203-2208</b>
<b>4</b>	<b>MENILIK ESENSI PERGANTIAN ANTAR WAKTU PADA KONTESASI DINAMIKA POLITIK INDONESIA DALAM PERSPEKTIF DEMOKRASI</b> Oleh : Anggi Sihol Dameanti , Reza Mahendra , Yori Viski Oktivan	<b>2209-2218</b>
<b>5</b>	<b>KURIKULUM 2013 DARURAT : ANTARA SOLUSI PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI DAN PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN</b> Oleh : Susilo Surahman	<b>2219-2230</b>
<b>6</b>	<b>PENERAPAN SANKSI PIDANA TERHADAP ANAK DI BAWAH UMUR YANG MELAKUKAN TINDAK KEJAHATAN (DITINJAU DARI TEORI SOCIAL REALITY OF CRIME)</b> Oleh : Fitra Mulyawan	<b>2231-2244</b>
<b>7</b>	<b>EFEKTIVITAS PENYEDIAAN INTERNET DESA UNTUK PENINGKATAN PROMOSI UMKM DI TEMENGGUNGAN UDANAWU BLITAR</b> Oleh : Muhammad Fahrijal Anshori , Dede Nurohman	<b>2245-2258</b>
<b>8</b>	<b>PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AGEN PULSA JAYA RELOAD KEDIRI</b> Oleh : Vindy Addina Wijaya , Siswahyudianto	<b>2259-2270</b>
<b>9</b>	<b>PENGARUH LEVERAGE, UKURAN KAP DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP AUDIT DELAY PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI LQ-45 PERIODE 2017-2019</b> Oleh : PEDI Riswandi , Varrel Rachmad Gifari , Iwin Arnova	<b>2271-2280</b>
<b>10</b>	<b>PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FRESH KAPUAS KOTA BENGKULU</b> Oleh: Muhamad Galy Njoman Ari Pribowo <sup>1</sup> , Atika Tri Milinia <sup>2</sup> Oleh : Miftahul Hadi , Agus Eko Sujianto	<b>2281-2292</b>

11	ANALISIS KREATIVITAS SISWA PADA PEMBELAJARAN KIMIA BERBASIS PROYEK BERBANTUAN VIDEO <i>CHEMSONG</i> Oleh : Indang Retno Fourniyati , Ariyatun	2293-2300
12	PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK BERBASIS SISTEM ERP DALAM PENINGKATAN KINERJA PT. SEMEN GRESIK Oleh: Fendy Cuandra, Rizni Aulia Qadri, Dennis Yang, Angela Adriyanti Yang, Leonard Suryadi Yusuftan, Whitney Ong	2301-2310
13	PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK BERBASIS SISTEM ERP DALAM MENINGKATKAN KINERJA PT. DUTA MULTI KARYA Oleh : Fendy Cuandra , Rizni Aulia Qadri , Jacky , Louis Hernandez , Ellyn Olivia , Albert Lee	2311-2320

---

## ANALISA PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN UNIQLO DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP)

Oleh

Rizni Aulia Qadri<sup>1</sup>, Fendy Cuandra<sup>2</sup>, Shinta Dewi<sup>3</sup>, Angeline Aurellia<sup>4</sup>, Jeslin<sup>5</sup>, Kristina<sup>6</sup>, Sherry<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Universitas Internasional Batam

E mail : <sup>1</sup>[rizni@uib.edu](mailto:rizni@uib.edu), <sup>2</sup>[fendy.cuandra@uib.ac.id](mailto:fendy.cuandra@uib.ac.id), <sup>3</sup>[2041358.shinta@uib.edu](mailto:2041358.shinta@uib.edu),  
<sup>4</sup>[2041356.angeline@uib.edu](mailto:2041356.angeline@uib.edu), <sup>5</sup>[2041359.jeslin@uib.edu](mailto:2041359.jeslin@uib.edu), <sup>6</sup>[2041357.kristina@uib.edu](mailto:2041357.kristina@uib.edu),  
<sup>7</sup>[2041343.sherry@uib.edu](mailto:2041343.sherry@uib.edu)

---

### Article History:

Received: 03-04-2022

Revised: 25-04-2022

Accepted: 22-05-2022

### Keywords:

Efisien, ERP, Manajemen Rantai Pasok, Responsif, Strategi Kompetitif

**Abstract:** Rantai pasok merupakan unsur yang esensial dalam sebuah perusahaan. UNIQLO sebagai perusahaan pakaian global menerapkan rantai pasok menggunakan sistem ERP. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok dalam meningkatkan kinerja UNIQLO dengan menggunakan sistem ERP. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan. Sumber data yang digunakan bersifat sekunder yaitu berasal dari artikel, buku, situs perusahaan UNIQLO, dan berita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen rantai pasok UNIQLO dapat mempengaruhi kinerja keuangan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin responsif dan efisien rantai pasok maka akan semakin baik kinerja perusahaan tersebut karena dapat mendukung strategi kompetitif, begitupun sebaliknya. Strategi kompetitif menentukan kemampuan bersaing perusahaan UNIQLO dengan perusahaan lain sehingga memiliki sebuah strategi kompetitif yang baik tentu akan membawa keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang bersangkutan.

---

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, manajemen bisnis dalam suatu perusahaan sangat diperlukan demi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Terdapat banyak sekali jenis manajemen yang diperlukan oleh suatu perusahaan, salah satunya yaitu *Supply Chain Management* (SCM) atau manajemen rantai pasok yang dimana merupakan suatu proses mengolah produk mentah menjadi produk utuh hingga sampai ke tangan konsumen (Hasibuan *et al.*, 2021). Tujuan dari sistem ini tentunya untuk memastikan terjaganya persediaan produk yang dibutuhkan agar bisnis dapat berjalan dengan lancar dan sesuai keinginan.

Manajemen rantai pasok bukanlah suatu hal yang mudah dilaksanakan, bahkan perusahaan-perusahaan terkemuka juga pernah gagal dalam mengelola rantai pasok mereka.

Salah satu kasus terkemuka akibat tidak dapat menangani risiko rantai pasok dengan baik adalah perusahaan Ericsson yang sekarang telah melakukan *merger* dengan perusahaan Sony, menjadi Sony Ericsson. Telepon seluler Ericsson sebagai salah satu pemimpin pasar pada masanya tersebut mengalami kerugian yang besar akibat dari kebakaran pada pemasok *microchips* mereka yang menghancurkan semua pesanan *microchips* yang akan digunakan untuk pembuatan telepon seluler Ericsson. Hal ini terjadi karena Ericsson pada kala itu tidak memiliki *supplier* cadangan sehingga terjadi disrupsi yang datang secara tiba-tiba oleh satu-satunya pemasok sehingga membawa kerugian yang besar bagi perusahaan.

Sebagai bentuk penghindaran atau mitigasi dari masalah di atas, maka manajemen rantai pasok memerlukan bantuan dari sistem informasi, komunikasi, dan teknologi atau *Information, Communication, and Technology* (ICT) yang mumpuni. Selain sistem manajemen, sistem aplikasi ICT juga terdapat banyak jenis dan salah satunya yaitu sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP). ERP sendiri merupakan sistem terpadu yang ditinjau untuk membantu perusahaan dalam mengkombinasikan semua fungsi departemen pada perusahaan (Gattiker & Goodhue, 2005). Sistem ini digunakan oleh perusahaan sebagai pendukung dalam *planning, supply control, demand*, serta untuk mengurangi waktu dan total biaya selama operasi berjalan (Puspitaningrum & Sintiya, 2018).

Objek penelitian yang digunakan adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pakaian kasual dari Jepang, yaitu UNIQLO. Perusahaan ini didirikan oleh salah satu orang terkaya di Jepang yaitu Tadashi Yanai pada tanggal 02 September 1974. Alasan peneliti memilih perusahaan UNIQLO sebagai objek penelitian adalah karena *brand* ini dapat dikatakan cukup populer di seluruh kalangan, terlebih di kalangan anak muda. Selain memproduksi pakaian kasual, UNIQLO juga memproduksi beberapa jenis pakaian olahraga seperti tenis dan golf. UNIQLO memiliki model bisnis toko pengecer khusus pakaian dengan merek sendiri atau yang disebut juga SPA (*Specialty store retailer of Private Label Apparel*). Segala tahap bisnis mulai dari mendesain, memproduksi, hingga sampai ke tangan penjual, dilakukan sendiri oleh perusahaan ini. Beberapa pemasok yang telah bekerja sama dengan UNIQLO dalam kurun waktu yang lama berasal dari China. Meskipun *supply chain* pada UNIQLO membuahkan hasil yang baik di kawasan Asia Pasifik, tetapi apakah model tersebut juga dapat diterapkan di skala seluruh dunia? Oleh karena itu, UNIQLO telah mempersiapkan diri untuk mengubah metode *supply chain*-nya agar dapat diterapkan tidak hanya di kawasan Asia Pasifik saja. Sehingga pada tanggal 22 Juni 2013 UNIQLO berhasil memasuki pasar Indonesia dengan toko pertamanya berada di *Lotte Shopping Avenue*, Jakarta Selatan. Selain itu, UNIQLO juga membuka toko pertamanya di Kota Batam pada tanggal 06 September 2019 yang berlokasi di *Grand Batam Mall*.

## LANDASAN TEORI

### A. Manajemen Rantai Pasok

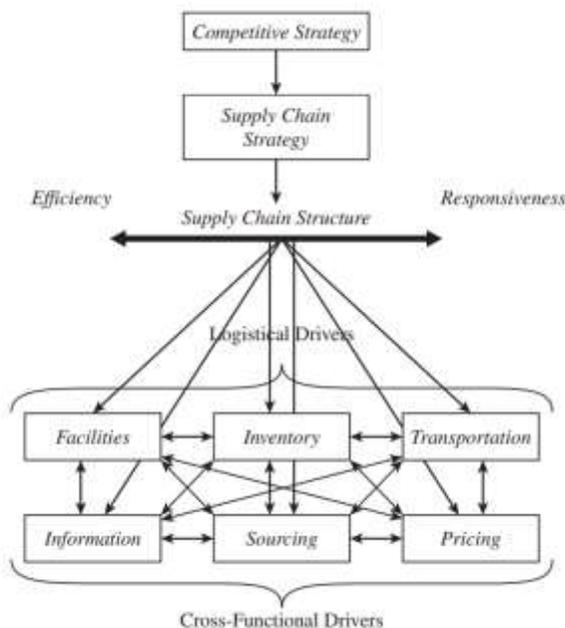
Manajemen rantai pasok yang efektif memerlukan adanya *strategic fit*. *Strategic fit* merujuk pada konsistensi antara prioritas pelanggan yang diharapkan mampu dipenuhi oleh strategi kompetitif dan kemampuan *value chain* yang dapat dibangun dengan strategi rantai pasok (Hayati, 2014). *Strategic fit* akan tercapai ketika terdapat keseimbangan antara *responsiveness* dan *efficiency* yang sesuai dengan strategi kompetitif perusahaan (Widayanto, 2013).

Menurut Aramyan (Bantacut, 2018) *Responsiveness* merupakan kepekaan dan kesigapan rantai pasok untuk menyediakan produk dan informasi kepada pelanggan, seperti permintaan dalam jumlah yang besar, menangani permintaan yang tidak pasti, memenuhi permintaan pasar dengan cepat, dan lain sebagainya. Sedangkan *efficiency* berkaitan dengan meminimalkan total biaya dan waktu yang akan dikeluarkan (*input*) dengan mendapatkan hasil (*output*) yang semaksimal mungkin (Rustyani & Rosyidi, 2020). Dalam hal ini, perusahaan harus pintar dalam mengatur biaya yang harus dikeluarkan dan mengurangi biaya yang tidak terlalu penting.

## B. Pendorong Kinerja Rantai Pasok

Terdapat enam pendorong kinerja dalam rantai pasok atau *Supply Chain Management* (SCM) yang dapat mempengaruhi performa pada *supply chain*. Pendorong kinerja dalam rantai pasok ini dikenal juga dengan sebutan *supply chain drivers* atau *supply chain structure*. *Supply chain drivers* terbagi menjadi 2 fungsi (Chopra & Meindl, 2016), yaitu:

1. *Logistical Drivers / Logistical Function*, yang mencakup fasilitas, persediaan, dan transportasi.
2. *Cross-Functional Drivers*, yang mencakup informasi, *sourcing*, dan harga.



**Gambar 1. Framework For Structuring Drivers**

(Sumber: *Supply Chain Management*, 2016)

Untuk dapat memahami bagaimana pendorong-pendorong tersebut dapat mendukung strategi kompetitif perusahaan dan juga strategi rantai pasok, maka dapat menggunakan kerangka kerja untuk menstrukturkan keenam pendorong tersebut (Christyono, 2017) yang terdiri dari:

1. Fasilitas

Fasilitas terdiri dari tempat produksi (pabrik) dan gudang yang merupakan lokasi fisik dalam rantai pasok dimana produk disimpan, di kumpul, dan dibuat. Efisiensi meningkat jika menerapkan sentralisasi fasilitas dan responsivitas

meningkat jika fasilitas dibangun dekat dengan pelanggan (Chopra & Meindl, 2016).

2. Persediaan

Bentuk, lokasi, dan kuantitas persediaan mempengaruhi strategi rantai pasok. Persediaan dengan kuantitas produk jadi skala besar yang berlokasi dekat pelanggan akan meningkatkan responsivitas dan *holding cost*. Sedangkan persediaan kuantitas produk mentah skala kecil yang tersentralisasi akan meningkatkan efisiensi (Chopra & Meindl, 2016).

3. Transportasi

Hugos (2011) menyatakan transportasi adalah pergerakan segala sesuatu dari bahan mentah menjadi produk jadi, antara berbagai lokasi dalam rantai pasok, dan keseimbangan antara responsivitas dan efisiensi yang tercapai atas pemilihan transportasi (Hugos, 2011).

4. Informasi

Informasi yang tepat dapat membantu rantai pasok memenuhi kebutuhan pelanggan dengan biaya rendah (Chopra & Meindl, 2016). Menurut Hugos (2011) informasi merupakan kunci dalam pengambilan keputusan terkait empat faktor pendorong lainnya, yaitu persediaan, fasilitas, transportasi, dan *sourcing* (Hugos, 2011).

5. *Sourcing*

*Sourcing* menentukan siapa yang akan melaksanakan aktivitas rantai pasok seperti produksi, pergudangan, transportasi, atau manajemen informasi. Terdapat dua jenis *sourcing*, yaitu *outsource* dan *in house*. *Outsource* artinya perusahaan menyewa perusahaan lain untuk melaksanakan proses produksi, sedangkan *in house* artinya perusahaan melaksanakan proses produksi dalam perusahaan sendiri (Chopra & Meindl, 2016).

6. *Pricing*

*Pricing* menentukan berapa harga yang akan dikenakan untuk produk dan jasa yang telah tersedia dalam rantai pasok. *Pricing* mempengaruhi perilaku pembeli sehingga berpengaruh juga terhadap *supply* dan *demand*. *Differential pricing* bisa digunakan untuk pelanggan yang menghargai responsivitas maupun efisiensi (Chopra & Meindl, 2016). Hal ini dikarenakan *differential pricing* adalah strategi menjual produk yang sama kepada pelanggan yang berbeda dengan harga yang berbeda (School, 2018).

### C. *Sustainability and the Supply Chain*

Pada abad ke-21, *sustainability* atau keberlanjutan menjadi prioritas utama dalam merancang dan mengoperasikan rantai pasokan. Pembangunan berkelanjutan menurut *The Brundtland Commission of the United Nations* adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mempertaruhkan kemampuan dari generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Rani & Rani, 2019).

Konferensi Tingkat Tinggi Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tahun 2005 memperkenalkan kerangka kerja yang disebut sebagai “*three pillars*” yang berfungsi untuk mengidentifikasi keberlanjutan dari ekonomi, lingkungan, dan sosial. Agar keberlanjutan dapat terjadi maka ketiga pilar tersebut harus diselaraskan (Chopra & Meindl, 2016).

1. *Social Pillar*

Pilar sosial mengukur kemampuan perusahaan dalam mengatasi permasalahan yang signifikan bagi sumber daya, konsumen, dan masyarakatnya. Faktor-faktor yang berkaitan dengan sumber daya terdiri dari kualitas pekerjaan, kesehatan dan keselamatan, pelatihan dan pengembangan, serta keragaman dan kesempatan. Sedangkan faktor-faktor yang berkaitan dengan konsumen terdiri dari informasi dan pelabelan produk yang akurat dan efek produk terhadap keselamatan dan kesehatan dari konsumennya (Chopra & Meindl, 2016).

2. *Environmental Pillar*

Pilar lingkungan mengukur dampak dari perusahaan terhadap lingkungan seperti air, tanah, udara, dan ekosistem. Perusahaan yang meningkatkan pilar lingkungannya dapat dikategorikan sebagai pengurangan sumber daya, pengurangan emisi, dan inovasi produk. Dengan melakukan kegiatan pengurangan sumber daya ini maka akan menghasilkan penggunaan sumber daya alam yang lebih efisien dalam rantai pasok (Chopra & Meindl, 2016).

3. *Economic Pillar*

Pilar ekonomi mengukur kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan. Keberlanjutan rantai pasok tidak hanya memikirkan tentang bagaimana memaksimalkan *profit* dan mengurangi biaya serta risiko, perusahaan juga harus memikirkan biaya sosial atau lingkungan dari tindakannya. Penting untuk mengaplikasikan harga yang sesuai pada dampak sosial dan lingkungan untuk meningkatkan keberlanjutan (Chopra & Meindl, 2016).

**D. Closed-Loop Supply Chain**

Menurut Dwicahyani & Rifa (2021) salah satu hal penting dalam sistem rantai pasok adalah *sustainability*. Oleh karena itu, *Closed-Loop Supply Chain* (CLSC) sebagai bentuk rantai pasok yang memiliki tujuan untuk meningkatkan dampak terhadap lingkungan menjadi cukup penting dalam dunia industri. Umumnya CLSC menerapkan 2 (dua) tipe manajemen persediaan, yaitu *forward logistics management* dan *reversed logistics management*. Selain ekonomis, sistem CLSC ini juga memiliki tujuan untuk mencapai sistem logistik berkelanjutan yang biasanya disebut *green logistic* (Dwicahyani & Rifa, 2021).

**E. Sistem ERP**

Sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) merupakan suatu sistem perangkat lunak yang mengintegrasikan berbagai proses inti dengan menghubungkan aliran data dan material serta membentuk fungsionalitas, fitur, dan kapabilitas. ERP dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan melalui sentralisasi aliran data dan informasi di berbagai area fungsional dengan menghilangkan data dan informasi yang berlebihan atau berulang (Uddin *et al.*, 2019). Berdasarkan data *Clash of Titans* 2016 yang dilaporkan oleh *Panorama Consulting* (Menon *et al.*, 2019) di antara vendor besar sistem ERP, SAP memiliki pangsa pasar sebesar 23%, *Oracle* sebesar 16%, *Infor* sebesar 16%, *Microsoft Dynamics* sebesar 9%, vendor tingkat II dengan total 12%, dan vendor tingkat III dengan total 26%.

ERP telah banyak digunakan oleh perusahaan dalam era digitalisasi ini dikarenakan keuntungannya yang dapat menjadi sebuah keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Keuntungan dari sistem ERP antara lain memiliki kontrol atas informasi,

mengembangkan penggunaan keahlian, kontrol biaya, pengurangan tenggat waktu, meningkatkan kontrol kinerja, meningkatkan manajemen sumber daya dan lain sebagainya (Abdel-Haq *et al.*, 2018). Disamping dari berbagai keuntungan ERP, terdapat tantangan yang harus dihadapi yaitu sistemnya yang kompleks sehingga sulit untuk dioperasikan dan berisiko tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Taghipour, penggunaan sistem ini telah gagal dalam 50% implementasi proyek dan di antara 90% dari mereka telah melewati anggaran dan jadwal yang telah ditentukan pada proses inisiasi proyek (Taghipour *et al.*, 2020). Oleh karena itu, sebelum menggunakan sistem ERP perlu dipastikan kesiapan dalam implementasi sistem ERP.

## METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan ilmu yang membahas tentang metode-metode yang digunakan mengenai alat-alat dalam penelitian (Anggito & Setiawan, 2018). Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari sumber lain seperti artikel, buku, situs perusahaan UNIQLO dan berita dari sumber yang terpercaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Sistem ERP Pada Rantai Pasok



Gambar 2. Permasalahan Dalam Rantai Pasok Lama  
(Sumber: *Fast Retailing, Inc*)

Gambar 2. menunjukkan beberapa masalah yang ada pada rantai pasok sebelum menerapkan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP), yaitu:

#### 1. Design dan planning

Pada tahap ini timbul permasalahan terkait tidak mampu untuk mengumpulkan informasi global secara lengkap dikarenakan masih bergantung pada pengumpulan informasi secara manual oleh tenaga manusia. Akibatnya rancangan dan volume produk sering tidak sesuai karena hanya memperoleh sebagian informasi saja.

#### 2. Production

Produksi dalam skala besar dengan memperhatikan kualitas dan fungsional dari produk sehingga waktu produksi lebih lama. Hal ini terjadi karena untuk menghasilkan produk berkualitas memerlukan seleksi bahan yang ketat dan persiapan yang matang. Akibatnya, terkadang akan ketinggalan tren.

#### 3. Distribution

Pra-produksi biasanya berkaitan dengan banyaknya produk yang tidak dibutuhkan saat itu masuk ke gudang sehingga menyebabkan kekurangan kapasitas. Kemudian, jika produk tidak laris maka memerlukan tenaga kerja yang lebih untuk

memindahkan produk ke gudang sehingga menambah biaya.

#### 4. Retail

UNIQLO akan menjual produk yang tidak laris dengan harga diskon sehingga mengalami pengurangan *profit*. Dan sebaliknya, produk yang laris akan mengalami kekurangan persediaan sehingga tidak dapat memenuhi *demand* pelanggan.



Gambar 3. Rantai Pasok Setelah Menggunakan Sistem ERP dan RFID  
(Sumber: *Fast Retailing, Inc*)

UNIQLO sebagai salah satu perusahaan pakaian kasual yang berbasis teknologi tentu merancang rantai pasok dengan bantuan teknologi untuk menyelesaikan permasalahan rantai pasok sebelumnya. Pada *gambar 3*, menunjukkan rantai pasok setelah penggunaan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) dan teknologi lainnya. Perbaikan untuk rantai pasok sebelumnya, yaitu:

#### 1. Design dan planning

UNIQLO memperoleh informasi yang menyeluruh dan efektif dengan menggunakan *Google AI*. Kemudian, teknologi *Accenture* berperan untuk menentukan keakuratan *volume* penjualan berdasarkan informasi yang diperoleh dan kinerja terdahulu.

#### 2. Production

Bekerja sama dengan Toray sebuah perusahaan manufaktur tekstil sintesis dan melakukan *outsourcing* ke berbagai pabrik produksi sehingga proses produksi menjadi lebih singkat. UNIQLO juga bekerja sama dengan Shima Seiki sebuah perusahaan manufaktur mesin rajutan untuk mengurangi waktu produksi.

#### 3. Distribution

Membangun gudang di berbagai negara biaya produksi rendah dan hanya menyimpan persediaan yang dibutuhkan. Selain dari itu, UNIQLO bekerja sama dengan Daifuku untuk mengelola persediaan gudang di seluruh dunia.

#### 4. Retail

Informasi yang lengkap disertai dengan produksi yang cepat menyebabkan kurangnya persediaan yang berlebihan atau sebaliknya. Hal ini dikarenakan produksi sesuai dengan minat pasar dan dapat mengejar *trend*, *profit* yang diperoleh juga lebih besar karena tidak terdapat kelebihan persediaan yang perlu diskon.

Selain dari itu, UNIQLO juga menerapkan sistem ERP yang berperan untuk menghubungkan informasi di seluruh rantai pasok seperti tempat produksi, gudang, toko, dan kantor pusat. Sistem ERP yang digunakan UNIQLO berupa *Software as a Service* (SaaS) ERP yang bernama *Google G Suite*. Penggunaan ERP dapat memudahkan komunikasi antara karyawan dan manajemen di seluruh bagian rantai pasok, terutama menjadi media integrasi untuk rantai pasok global seperti UNIQLO. Melalui rincian di atas, dapat diketahui bahwa rantai pasok setelah penggunaan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) memiliki *volume*

*flexibility* yang tinggi dikarenakan mampu menyesuaikan persediaan dengan bantuan teknologi *Google AI* dan *Accenture* dalam pengumpulan informasi *demand* dan menentukan *volume* penjualan untuk memperkirakan *demand* seterusnya. Kemudian dengan bantuan sistem ERP, UNIQLO dapat melacak tingkat persediaan dan melakukan pembagian informasi ke seluruh rantai pasok yang seterusnya dapat mengurangi persediaan yang berlebihan dan mengurangi biaya gudang.

## B. Pendorong Kinerja Rantai Pasok

Penggunaan teknologi telah membantu UNIQLO untuk mencapai enam pendorong kinerja dalam manajemen rantai pasok yang responsif dan efisien, yaitu:

### 1. Fasilitas

UNIQLO mempunyai banyak *production & purchasing office* di Asia yang tiap minggunya memiliki 100 bahkan lebih pemasok. Hal ini membuat UNIQLO dapat menjaga kualitas produk mereka. Saat ini UNIQLO berencana untuk mengekspansi *production & purchasing office* mereka ke negara Amerika Serikat dan juga Inggris untuk memenuhi kebutuhan pelanggan disana. UNIQLO memiliki dua gudang yang berada di dalam satu lokasi, yaitu gudang tingkat pertama yang menerima barang dari pabrik dan gudang tingkat kedua yang fungsinya untuk mendistribusikan produk ke toko-toko. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada indikator pendorong yang pertama, UNIQLO memiliki efisiensi yang baik karena dapat menghemat tempat dan waktu. Serta responsif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat.

### 2. Persediaan

Perusahaan UNIQLO biasanya hanya menyimpan produk seperti *sweater, jeans, t-shirt* di dalam persediaan mereka. Biasanya mereka menjual produk-produknya yang memang tidak sesuai musimnya dengan menurunkan harganya sekitar 20 hingga 30 persen. UNIQLO juga mempekerjakan tim Takumi untuk *quality control* dengan tujuan mengurangi produk yang cacat agar stok persediaan dapat berkurang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada indikator pendorong yang kedua, UNIQLO sangat responsif karena melakukan *quality control* agar memastikan tidak ada pelanggan yang mendapatkan produk cacat. Namun, hal ini tidak efisien bagi perusahaan karena menurunkan harga produk sehingga dapat terjadi kemungkinan dimana *profit* yang didapatkan tidak maksimal.

### 3. Transportasi

Untuk permasalahan logistik, UNIQLO menggunakan jasa *Third Party Logistics* (3PL) terkait pengiriman dan juga ketersediaan produk. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada indikator pendorong yang ketiga ini, UNIQLO mengarah pada strategi efisien karena diketahui bahwa biaya jasa 3PL tergolong murah sehingga dapat menghemat biaya transportasi.

### 4. Informasi

Untuk mengikuti perubahan tren yang terjadi, UNIQLO membentuk suatu kelompok khusus yang disebut *Research & Development* untuk mengamati tren *fashion* di dunia saat ini dan juga meneliti bahan baku produksi yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan UNIQLO. Dapat disimpulkan bahwa pada indikator pendorong yang keempat ini, UNIQLO mengarah pada strategi responsif dan juga efisien dikarenakan dengan memiliki kelompok khusus tersebut dapat meraup berbagai

informasi dengan mudah dan juga cepat.

5. *Sourcing*

Dalam memilih pemasok untuk produk mereka, UNIQLO memilih bahan-bahan yang berkualitas dan juga ramah lingkungan seperti *Better Cotton Initiative* dan memutuskan untuk tidak menggunakan wol merino dan juga bulu hewan dalam produksi pakaian mereka. Pada indikator pendorong yang kelima ini, UNIQLO mengarah pada strategi efisien karena mendapatkan harga yang murah dengan kualitas yang bagus, serta strategi responsif dimana meningkatkan pertanian kapas yang berkelanjutan.

6. *Pricing*

Pada faktor pendorong yang terakhir ini, UNIQLO menetapkan harga sesuai dengan kualitas yang mereka berikan dalam produknya. Akan tetapi, UNIQLO juga mengalami *loss profit* ketika mereka memilih untuk menjual produk mereka dengan harga 20 hingga 30 persen lebih murah dibandingkan dengan harga aslinya. Hal ini terjadi dalam produk musiman yang sudah tidak laku atau tidak digunakan lagi pada musim lain.

**C. *Sustainability and the Supply Chain***

Selain itu, UNIQLO juga menerapkan *sustainability* atau keberlanjutan pada rantai pasoknya, yang dimana:

1. *Social Pillar*

Pada *social pillar*, UNIQLO mulai bekerja sama dengan *United Nations High Commissioner for Refugees* (UNHCR) pada tahun 2006 dan membentuk kemitraan pada tahun 2011. Dengan dukungan UNHCR, UNIQLO menemukan cara untuk mengarahkan sumber dayanya ke program yang mendukung pengungsi, seperti menyumbang pakaian ke kamp-kamp pengungsi dan pemberdayaan pengungsi melalui pelatihan kejuruan. Pada tahun 2018, UNIQLO mendirikan *Self-Reliance and Livelihood Project* di lima negara di Asia (India, Iran, Malaysia, Nepal, dan Pakistan) dengan UNHCR yang membantu pengungsi memperoleh kemandirian ekonomi melalui pelatihan kejuruan seperti teknologi menjahit dan teknologi informasi, pelatihan manajemen untuk mendorong kewirausahaan, dan bekerja dari rumah.

2. *Environmental Pillar*

Dalam pilar ini, UNIQLO berinisiatif untuk mengurangi sumber daya air yang dibutuhkan untuk budidaya kapas, mengurangi dampak lingkungan dari pestisida, pupuk dan bahan kimia lainnya, dan mencegah penggunaan kapas yang diproduksi menggunakan tenaga kerja anak atau paksa dengan bergabung ke LSM *Better Cotton Initiative* (BCI) pada tahun 2018. Ini adalah proyek kerjasama yang mendorong produksi kapas berkelanjutan dengan dukungan dari perusahaan anggota dan LSM seperti *World Wildlife Fund* (WWF). BCI didukung oleh 23 negara dan 1,6 juta petani kapas.

Sejak September 2019 UNIQLO mulai beralih ke *paper bag* yang ramah lingkungan karena terbuat dari kertas bersertifikat FSC (*Forest Stewardship Council*) atau kertas daur ulang. UNIQLO juga membuat beberapa pakaian dari botol plastik seperti *DRY-EX Polo Shirt* atau *Fluffy Yarn Fleece Full-Zip Jacket*.



Gambar 4. Proses Recycle Polyester

(Sumber: <https://www.uniqlo.com/jp/en/contents/sustainability/>)

Tidak hanya itu, UNIQLO juga meluncur RE.UNIQLO dimana pakaian bekas yang didonasikan oleh pelanggan UNIQLO sendiri akan dipisahkan antara pakaian yang dapat didonasikan dan pakaian yang dapat didaur ulang. Pakaian yang dapat didonasikan tersebut akan disortir kembali menjadi 18 kategori seperti musim, jenis kelamin atau ukuran untuk memenuhi kebutuhan dan akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan pakaian yang tidak didonasikan akan didaur ulang dengan teknologi baru untuk menciptakan pakaian baru ataupun sebagai bahan bakar alternatif dan bahan industri lainnya seperti bahan kedap suara industri mobil.

Tidak hanya itu, UNIQLO juga menerapkan *closed loop supply chain* dimana pakaian bekas yang didonasikan oleh pelanggan UNIQLO sendiri akan dipisahkan antara pakaian yang dapat didonasikan dan pakaian yang dapat didaur ulang. Pakaian yang dapat didonasikan tersebut akan disortir kembali menjadi 18 kategori seperti musim, jenis kelamin atau ukuran untuk memenuhi kebutuhan dan akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan pakaian yang tidak didonasikan akan didaur ulang dengan teknologi baru untuk menciptakan pakaian baru ataupun sebagai bahan bakar alternatif dan bahan industri lainnya seperti bahan kedap suara industri mobil.

### 3. Economic Pillar

Berdasarkan laporan keuangan tahun 2022 kuartal I, secara keseluruhan pendapatan dan pendapatan operasi UNIQLO mengalami peningkatan dimana pendapatan meningkat sebanyak 1,2% dengan nilai 627,3 miliar yen, sedangkan pendapatan operasi sebanyak 5,6% dengan nilai 119,4 miliar yen. Kemudian dinyatakan oleh UNIQLO bahwa pada tahun 2022 diharapkan dapat membayar dividen per saham sebanyak 520 yen.

## KESIMPULAN

UNIQLO memodifikasi rantai pasoknya dengan bantuan teknologi seperti sistem ERP, *Accenture*, dan lain sebagainya untuk menangani masalah yang tidak dapat diselesaikan atau kurang efisien jika dilakukan oleh tenaga manusia. Rantai pasok baru dengan sistem ERP telah memberikan integrasi informasi dan pengelolaan tingkat persediaan dengan lebih efisien. Dengan bantuan teknologi, UNIQLO mewujudkan *strategic fit* dan enam pendorong dalam manajemen rantai pasok yang seimbang, yaitu: (1) fasilitas yang efisien dan responsif; (2) persediaan yang responsif; (3) transportasi yang efisien; (4) informasi yang efisien dan responsif; (5) *sourcing* yang efisien; dan (6) *pricing* yang responsif.

UNIQLO sebagai perusahaan pakaian kasual global tentu juga menerapkan *sustainability* pada rantai pasoknya, yakni: (1) pilar sosial, UNIQLO mendirikan *Self-Reliance*

and Livelihood Project di lima negara di Asia pada tahun 2018 dengan UNHCR; (2) pilar lingkungan, UNIQLO mulai beralih ke *paper bag* yang ramah lingkungan. Tidak hanya itu, UNIQLO juga mendonasikan beberapa pakaian bekas, sedangkan pakaian yang tidak didonasikan akan didaur ulang dengan teknologi baru untuk menciptakan pakaian baru; (3) pilar ekonomi, secara keseluruhan pendapatan UNIQLO mengalami peningkatan dengan total nilai sebesar 746,7 miliar yen. Rantai pasok UNIQLO tergolong sangat baik, salah satu saran yang bisa diberikan adalah memberdayakan teknologi terkini untuk mewujudkan *green supply chain* yang responsif dan efisien. Sehingga lingkungan dapat terjaga, dan kepuasan pelanggan serta *profit* akan meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdel-Haq, M. S., Chatti, H., & Asfoura, E. (2018). Investigating the Success and the Advantages of Using ERP System in KSA Context. *Engineering, Technology & Applied Science Research*, 8(6), 3631–3639. <https://doi.org/10.48084/etasr.2367>
- [2] Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).  
<https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=Anggito%2CA.%2C%26Setiawan%2CJ.&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Anggito,A.,&f=false>
- [3] Bantacut, T. (2018). LOGISTIK 4.0 Dalam Manajemen Rantai Pasok Beras Perum BULOG. *JURNAL PANGAN*, 27(2), 141–154. <https://doi.org/10.33964/jp.v27i2.371>
- [4] Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management Strategy, Planning, and Operation* (6th ed.). Pearson Education, Inc. <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Chopra-Supply-Chain-Management-Strategy-Planning-and-Operation-6th-Edition/PGM178843.html>
- [5] Christyono, F. (2017). Analisis Supply Chain Pada PT. Cahaya Indo Persada. *Agora*, 5(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6093>
- [6] Dwicahyani, A. R., & Rifa, F. A. S. (2021). Review Bidang Kajian Model Persediaan pada Reverse Logistics dan Sistem Rantai Pasok Siklus Tertutup. *Jurnal SENOPATI: Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering*, 3(1), 46–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.31284/j.senopati.2021.v3i1.2151>
- [7] Gattiker, & Goodhue. (2005). What Happens after ERP Implementation: Understanding the Impact of Interdependence and Differentiation on Plant-Level Outcomes. *MIS Quarterly*, 29(3), 559. <https://doi.org/10.2307/25148695>
- [8] Hasibuan, A., Banjarnahor, A. R., Sahir, S. H., Cahya, H. N., Nur, N. K., Purba, B., Arfandi, S. N., Prasetio, A., Ardiana, D. P. Y., & Purba, S. (2021). *Manajemen Logistik dan Supply Chain Management*. Yayasan Kita Menulis.  
<https://books.google.co.id/books?id=OVojEAAAQBAJ&lpg=PA11&ots=CKWbwIZKX4&lr&pg=PA11#v=onepage&q&f=false>
- [9] Hayati, E. N. (2014). Supply Chain Management (SCM) dan Logistic Management. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/ft1/article/view/3039>
- [10] Hugos, M. (2011). *Essentials of Supply Chain Management* (J. Wiley & Sons (Eds.)). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118386408>
- [11] Menon, S. A., Muchnick, M., Butler, C., & Pizur, T. (2019). Critical Challenges in Enterprise Resource Planning (ERP) Implementation. *International Journal of Business and Management*, 14(7), 54. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p54>

- [12] Puspitaningrum, A. C., & Sintiya, E. S. (2018). Literatur Review : Critical Success Factor Penerapan Sistem ERP pada Perusahaan Manufaktur di Negara Berkembang dan Maju. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(2), 89–97. <https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v4i2.2018.89-97>
- [13] Rani, M. S., & Rani, M. M. (2019). Sustainable Development: Future Generation's Needs. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)*, 8(4). <https://euroasiapub.org/sustainable-development-future-generations-needs/>
- [14] Rustyani, S., & Rosyidi, S. (2020). Measurement of Efficiency and Productivity of Amil Zakat Institutions in Indonesia by using Data Envelopment Analysis Methods and Malmquist Productivity Index. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 270. <https://doi.org/10.20473/vol6iss20192pp270-287>
- [15] School, M. B. (2018). *Differential Pricing*. Monash University. <https://www.monash.edu/business/marketing/marketing-dictionary/d/differential-pricing>
- [16] Taghipour, M., Shabrang, M., Habibi, M. H., & Shamami, N. (2020). Assessment and Analysis of Risk Associated with the Implementation of Enterprise Resource Planning (ERP) Project Using FMEA Technique (Including Case-Study). *Management*, 3(1), 29–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.31058/j.mana.2020.32002>
- [17] Uddin, M. A., Alam, M. S., Mamun, A. Al, Khan, T.-U.-Z., & Akter, A. (2019). A Study of the Adoption and Implementation of Enterprise Resource Planning (ERP): Identification of Moderators and Mediator. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(1), 2. <https://doi.org/10.3390/joitmc6010002>
- [18] Widayanto, Y. (2013). *Model Perumusan Kebijakan Pendukung Pengembangan Industri Kakao Berbasis Kinerja Driver Rantai Pasok*. Institut Pertanian Bogor. [https://digilib.bppt.go.id/opac/index.php?act=notice\\_id&id=330171](https://digilib.bppt.go.id/opac/index.php?act=notice_id&id=330171)

---

## ANALISIS RASIO PROFITABILITAS SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA PERUSAHAAN SEKTOR HOTEL, RESTORAN DAN PARIWISATA

Oleh

Riris Atifah<sup>1</sup>, Ari Nurul Fatimah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar

E-mail: <sup>1</sup>[ririsatifahixe23@gmail.com](mailto:ririsatifahixe23@gmail.com), <sup>2</sup>[ari.nurul.fatimah@untidar.ac.id](mailto:ari.nurul.fatimah@untidar.ac.id)

---

### Article History:

Received: 04-04-2022

Revised: 21-04-2022

Accepted: 24-05-2022

### Keywords:

Profitabilitas, Kinerja

Keuangan, Pandemi Covid-19

**Abstract:** Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian pemerintah karena mampu berkontribusi besar terhadap devisa negara. Namun sejak adanya pandemi Covid-19 sektor pariwisata menjadi terpuruk karena disebabkan oleh pembatasan bahkan penutupan perjalanan wisata. Keadaan tersebut menyebabkan profitabilitas pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran dan Pariwisata menjadi terganggu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui rasio profitabilitas dan gambaran kinerja keuangan sebelum dan selama pandemi Covid-19 pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran dan Pariwisata yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dengan menggunakan rasio keuangan yaitu rasio profitabilitas yang terdiri dari Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang berupa laporan keuangan yang diakses melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Hasil penelitian menunjukkan selama pandemi Covid-19 rata-rata rasio profitabilitas mengalami penurunan yang cukup besar jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19 yaitu rata-rata rasio Gross Profit Margin (GPM) turun sebesar -17,41 %, Net Profit Margin (NPM) turun sebesar -66,74 %, Return On Assets (ROA) turun sebesar -8,32 %, dan Return On Equity (ROE) turun sebesar -20,74 %.

---

## PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang menjadi perhatian dan prioritas pemerintah negara Indonesia yaitu sektor pariwisata. Hal ini karena sektor pariwisata dinilai sebagai sektor yang strategis dan mampu menggerakkan perekonomian negara secara luas. Bahkan pada tahun 2019 sektor pariwisata mampu menempati posisi pertama sebagai penyumbang devisa negara terbesar yaitu dengan capaian sebesar USD 20 miliar atau senilai dengan Rp 280 triliun. Dimana

terdapat 16,11 juta wisatawan mancanegara yang berkunjung ke negara Indonesia <sup>1</sup>.

Sektor pariwisata secara global menjadi salah satu pencipta lapangan kerja terbesar sehingga dapat menyerap tenaga kerja baru dan mengurangi pengangguran. Selain itu sektor ini juga mampu mendorong berkembangnya kegiatan ekonomi lain seperti kegiatan industri penunjang dan industri sampingan lainnya. Dengan demikian pemerintah negara Indonesia terus mengembangkan pengelolaan dan berbagai kebijakan untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal luas dimata dunia. Dengan pariwisata yang dikelola dengan baik nantinya diharapkan dapat menjadi “*Country Branding*” dan meningkatkan penerimaan devisa negara serta dapat menunjang pergerakan ekonomi pada sektor yang lainnya <sup>2</sup>.



**Gambar 1. Perkembangan Kontribusi Pariwisata Terhadap PDB Indonesia Tahun 2016-2019**

**Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021**

Pada Gambar 1. terlihat kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia mencapai Rp 786 Miliar pada tahun 2019 atau berkontribusi sebesar 4,97% terhadap PDB dengan tren meningkat setiap tahunnya. Selain itu, sektor pariwisata mampu berkontribusi dalam penerimaan devisa negara mencapai US\$ 15 miliar per tahun <sup>3</sup>.

Dengan adanya sektor pariwisata yang maju maka harus didukung dengan adanya ketersediaan akomodasi yang memadai. Akomodasi tersebut seperti hotel, restoran, *villa*, *homestay*, *bungalow* maupun akomodasi lainnya <sup>4</sup>. Secara konsep akomodasi merupakan usaha bangunan atau sebagian bangunan yang secara khusus disediakan untuk menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran <sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Anton Setiawan, “Mengembalikan Pamor Primadona Devisa,” *Kebangkitan Pariwisata (li)*, last modified 2021, accessed April 7, 2022, <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2507/mengembalikan-pamor-primadona-devisa>.

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik, “Laporan Perekonomian Indonesia 2020” (2021): 188.

<sup>3</sup> Ade Miranti Karunia, “Akibat Pandemi, Pendapatan Devisa Sektor Pariwisata Turun Hingga 90 Persen,” *Kompas.Com*, last modified 2020, accessed April 7, 2022, <https://money.kompas.com/read/2020/09/25/135500926/akibat-pandemi-pendapatan-devisa-sektor-pariwisata-turun-hingga-90-persen>.

<sup>4</sup> Oleh Rizal Kurniansah<sup>1</sup> et al., “Ketersediaan Akomodasi Pariwisata Dalam Mendukung Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat” 1, no. 1 (2018): 39–44, <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/JBW>.

<sup>5</sup> Badan Pusat Statistik, “Laporan Perekonomian Indonesia 2020.”

Memasuki akhir tahun 2019, dunia digemparkan dengan munculnya virus yang diberi nama Covid-19. Menurut *World Health Organization* (WHO) Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan adanya coronavirus yang diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) <sup>6</sup>.

Kemudian pada awal tahun 2020 setelah Covid-19 menyebar luas dan telah menjadi pandemi, Hal tersebut berdampak pada perekonomian negara di dunia tak terkecuali Indonesia. Salah satu sektor yang langsung terkena dampaknya yaitu sektor pariwisata, bahkan menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian yaitu Airlangga Hartarto, dampak pandemi Covid-19 ini paling berat di sektor pariwisata <sup>7</sup>.

Akibat adanya pandemi Covid-19, sektor pariwisata di Indonesia sangat terpuruk. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) terpuruknya sektor pariwisata ini disebabkan oleh banyaknya negara yang mulai membatasi bahkan menutup aktivitas perjalanan wisata. Fenomena tersebut membuat sektor pariwisata semakin menurun <sup>8</sup>. Dimana dapat terlihat pada Gambar 2. terjadi penurunan yang cukup drastis terkait jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia jika dibandingkan dengan tahun 2019 <sup>9</sup>.



**Gambar 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2019-2020**

**Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021**

Dengan menurunnya wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia ini juga berakibat pada tingkat hunian pada hotel bintang yang pada tahun 2019 mencapai 53,13%

<sup>6</sup> WHO, "Pertanyaan Dan Jawaban Terkait Coronavirus," *World Health Organization*, accessed March 19, 2022, <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>.

<sup>7</sup> Deti Mega Purnamasari, "Menko Perekonomian Akui Virus Corona Berdampak Terhadap Pariwisata Indonesia," *Kompas.Com*, last modified 2020, accessed April 7, 2022, <https://nasional.kompas.com/read/2020/02/03/13135551/menko-perekonomian-akui-virus-corona-berdampak-terhadap-pariwisata-indonesia?page=all>.

<sup>8</sup> Bram Setiawan, "UNWTO: 96 Persen Destinasi Seluruh Dunia Ditutup Sebab Covid-19," *Travel Tempo.Co*, last modified 2020, accessed April 7, 2022, <https://travel.tempo.co/read/1334904/unwto-96-persen-destinasi-seluruh-dunia-ditutup-sebab-covid-19>.

<sup>9</sup> Alen Suci Marlina, Arnita Rishanty, and Dkk, "Laporan Perekonomian Indonesia 2014," *Bank Indonesia*, no. 2 (2014): 302-303.

dan pada tahun 2020 turun menjadi 34,23%. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) mencatat hingga semester pertama pada tahun 2020, pandemi Covid-19 menyebabkan 2.000 hotel dan restoran tutup yang berdampak pada dirumahnya 1 juta pekerja di sektor tersebut<sup>10</sup>.

Adanya pembatasan bahkan penutupan perjalanan wisata yang kemudian berakibat pada menurunnya wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Indonesia serta tutupnya sebagian besar hotel dan restoran tentu akan berdampak terhadap profitabilitas yang diperoleh perusahaan pada sektor tersebut menjadi terganggu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS RASIO PROFITABILITAS SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 PADA PERUSAHAAN SEKTOR HOTEL, RESTORAN DAN PARIWISATA”**.

## **LANDASAN TEORI**

### **Analisis Rasio**

Analisis rasio merupakan bagian dari analisis keuangan. Analisis keuangan perlu melakukan pemeriksaan atas berbagai aspek kesehatan keuangan agar dapat mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan dan kinerjanya. Menurut Horne and Wachowicz (2012) alat yang sering kali digunakan selama pemeriksaan ini adalah rasio keuangan, atau indeks yang menghubungkan dua buah data keuangan dengan membagi satu angka dengan angka lainnya.

Menurut Kasmir (2015) rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode<sup>11</sup>.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh laba adalah suatu ukuran dalam presentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Profitabilitas ini merupakan faktor yang penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan karena jika suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang kurang baik maka akan sulit mendapatkan dana dari pihak luar seperti investor. Hal ini karena investor sebelum berinvestasi pada suatu perusahaan akan memperhatikan tingkat profitabilitas dari perusahaan tersebut<sup>12</sup>.

### **Rasio Profitabilitas**

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya,

---

<sup>10</sup> CNBC, “Data Terbaru Kemnaker, 1,7 Juta Pekerja Terdampak Corona,” *CNBC Indonesia*, last modified 2020, accessed April 7, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200527144122-8-161240/data-terbaru-kemnaker-17-juta-pekerja-terdampak-corona>.

<sup>11</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015).

<sup>12</sup> Richky Prabowo and Aftoni Sutanto, “Analisis Pengaruh Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Otomotif Di Indonesia,” *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (2019): 1–11.

yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset maupun penggunaan modal. Menurut Kasmir (2015) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan<sup>13</sup>.

Menurut Kasmir (2014) tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri<sup>14</sup>.

Jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu sebagai berikut :

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

*Gross Profit Margin* adalah margin laba kotor yang menunjukkan hubungan antara penjualan dan harga pokok penjualan. Rasio *Gross Profit Margin* bermanfaat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya persediaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Gross Profit Margin* adalah:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

**Tabel 1. Kriteria Penilaian Gross Profit Margin (GPM)**

Presentase (%)	Kriteria
> 30%	Sangat baik
> 25% - 30%	Baik
> 20% - 25%	Kurang Baik
≤ 20%	Tidak Baik

Sumber : Sujarweni 2017

2. *Net Profit Margin* (NPM)

*Net Profit Margin* adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan. Rasio ini merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Profit Margin* adalah:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

**Tabel 2. Kriteria Penilaian Net Profit Margin (NPM)**

Presentase (%)	Kriteria
> 5%	Sangat baik

<sup>13</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*.

<sup>14</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan* (Jakarta: Kencana Persada Media Grup, 2014).

> 2,5% - 5%	Baik
> 1% - 2,5%	Kurang Baik
≤ 1%	Tidak Baik

Sumber : Sujarweni 2017

### 3. Return On Assets (ROA)

*Return On Assets* adalah rasio yang menunjukkan hasil (*Return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Pengukuran kemampuan perusahaan ini dihitung dengan metode perbandingan laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. Semakin tinggi *Return On Assets* semakin tinggi pula tingkat keuntungan yang mampu diperoleh perusahaan serta semakin baik pula pemanfaatan aset yang dimiliki perusahaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Return On Assets* adalah:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

**Tabel 3. Kriteria Penilaian Return On Assets (ROA)**

Presentase (%)	Kriteria
> 5%	Sangat baik
> 3% - 5%	Baik
> 1% - 3%	Kurang Baik
≤ 1%	Tidak Baik

Sumber : Sujarweni 2017

### 4. Return on Equity (ROE)

*Return On Equity* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri oleh perusahaan. Semakin tinggi *Return On Equity* maka akan semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat demikian pula sebaliknya.

Rumus yang digunakan untuk menghitung *Return On Equity* adalah:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

**Tabel 4. Kriteria Penilaian Return On Equity (ROE)**

Presentase (%)	Kriteria
> 16% - 20%	Sangat baik
> 10% - 16%	Baik
> 5% - 10%	Kurang Baik
≤ 5%	Tidak Baik

Sumber : Sujarweni 2017

## Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tingkat pencapaian prestasi perusahaan pada periode tertentu, dimana pencapaian prestasi perusahaan ini yaitu sesuai dengan standar, kriteria, dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya. Kinerja keuangan ini dapat menggambarkan kondisi kesehatan keuangan perusahaan dan dapat digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan tugas dengan menerapkan aturan - aturan yang ada secara baik dan benar.

Menurut Fahmi (2014), kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar<sup>15</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Pada penelitian kuantitatif deskriptif data dapat dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yang akan menjelaskan tentang bagaimana karakteristik sampel penelitian dengan menggunakan rerata, *standar deviation*, maksimum, dan minimum<sup>16</sup>.

### **Data dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yaitu data yang berasal dari pihak atau lembaga yang telah menggunakan atau memublikasikannya<sup>17</sup>.

Data dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019 (Untuk sebelum pandemi Covid-19) dan tahun 2020 (Untuk selama pandemi Covid-19) yang diakses melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini yaitu Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020.

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu dengan cara Sampling Purposive. Menurut Sugiyono (2015) "Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu"<sup>18</sup>. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020 dan memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan.

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu :

1. Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020.
2. Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang memublikasikan laporan keuangan lengkap dan telah di audit serta sesuai dengan data yang dibutuhkan.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2015), statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum<sup>19</sup>.

Teknik analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan yang digunakan yaitu rasio profitabilitas yang terdiri dari *Gross Profit Margin* (GPM), *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Asset* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE).

<sup>15</sup> Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2014).

<sup>16</sup> Grahita Chandrarin, *Metode Riset Akuntansi (Pendekatan Kuantitatif)* (Jakarta: Salemba Empat, 2017).

<sup>17</sup> Ibid.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2015).

<sup>19</sup> Ibid.

Selanjutnya data yang sudah diolah menggunakan rasio profitabilitas akan menghasilkan informasi berupa angka dalam bentuk presentase. Hasil perhitungan tersebut nantinya akan disajikan dalam bentuk tabel dan diberi penjelasan agar mudah dipahami.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Menghitung rasio GPM, NPM, ROA, dan ROE Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019 (Sebelum pandemi Covid-19) dan 2020 (Selama pandemi Covid-19).
2. Menghitung rata-rata, *standar deviation*, maksimum, dan minimum rasio GPM, NPM, ROA, dan ROE Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019 (Sebelum pandemi Covid-19) dan 2020 (Selama pandemi Covid-19) dengan menggunakan *SPSS versi 24*.
3. Menghitung perbedaan rasio GPM, NPM, ROA, dan ROE Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019 (Sebelum pandemi Covid-19) dengan tahun 2020 (Selama pandemi Covid-19) apakah rasio tersebut mengalami peningkatan atau penurunan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini statistik deskriptif rasio profitabilitas Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata sebelum pandemi Covid-19

**Tabel 5. Hasil Statistik Deskriptif Rasio Profitabilitas Sebelum Pandemi Covid-19**

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
GPM	24	6,89	73,96	51,4996	17,84124
NPM	24	-64,63	27,24	-,9646	19,39432
ROA	24	-10,08	9,48	1,3992	4,66256
ROE	24	-16,23	15,05	2,3404	8,27191

Sumber : Data diolah (2022)

Berikut ini statistik deskriptif rasio profitabilitas Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata selama pandemi Covid-19

**Tabel 6:  
Hasil Statistik Deskriptif Rasio Profitabilitas Selama Pandemi Covid-19**

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
GPM	24	24	-78,01	84,46	34,0875
NPM	24	24	-261,53	38,17	-67,6967
ROA	24	24	-25,75	1,97	-6,9217
ROE	24	24	-92,01	2,12	-18,3967

Sumber : Data diolah (2022)

## Gross Profit Margin (GPM) Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19

**Tabel 7. Hasil Perhitungan Gross Profit Margin (GPM) Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata Tahun 2019-2020**

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	Naik/Turun
1	BAYU	Bayu Buana Tbk	6,89 %	9,89 %	3,00 %

2	CLAY	PT. Citra Putra Realty Tbk	44,36 %	-78,01 %	-122,36 %
3	DFAM	PT. Dafam Property Indoensia Tbk	61,00 %	55,39 %	-5,62 %
4	EAST	PT. Eastparc Hotel Tbk	63,10 %	63,87 %	0,77 %
5	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	62,54 %	59,27 %	-3,27 %
6	FITT	PT. Hotel Fitra International Tbk	43,18 %	7,59 %	-35,60 %
7	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk	53,58 %	17,00 %	-36,58 %
8	HRME	PT. Menteng Heritage Realty Tbk	56,31 %	52,06 %	-4,25 %
9	JGLE	PT. Graha Andrasenta Propertindo Tbk	55,80 %	17,44 %	-38,36 %
10	JIHD	Jakarta International Hotels & Development Tbk	73,51 %	70,98 %	-2,53 %
11	JSPT	Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	67,96 %	59,90 %	-8,07 %
12	KPIG	MNC Land Tbk	37,48 %	22,29 %	-15,19 %
13	MAMI	Mas Murni Indonesia Tbk	41,26 %	22,54 %	-18,71 %
14	MAPB	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	71,66 %	67,29 %	-4,37 %
15	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk	62,13 %	53,36 %	-8,78 %
16	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	18,27 %	8,10 %	-10,17 %
17	PDES	Destinasi Tirta Nusantara Tbk	19,59 %	-30,36 %	-49,95 %
18	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk	35,45 %	38,85 %	3,40 %
19	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk	51,62 %	12,07 %	-39,55 %
20	PNSE	Pudjiadi & Sons Tbk	54,76 %	28,91 %	-25,85 %
21	PSKT	PT. Red Planet Indonesia Tbk	53,05 %	49,86 %	-3,19 %
22	PTSP	Pioneerindo Gourmet International Tbk	61,22 %	59,91 %	-1,31 %
23	PZZA	PT. Sarimelati Kencana Tbk	67,31 %	65,44 %	-1,87 %
24	SHID	Hotel Sahid Jaya Tbk	73,96 %	84,46 %	10,50 %

Sumber : Data diolah (2022)

Dapat dilihat pada Tabel.7 rasio GPM tahun 2019 yaitu sebelum adanya pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 memiliki rata-rata 51,50 %, Sehingga termasuk dalam kriteria “Sangat Baik” karena nilainya  $> 30$  %. Namun terdapat 3 perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Tidak Baik” karena nilainya  $\leq 20$  % yaitu Bayu Buana Tbk (6,89 %), Panorama Sentrawisata Tbk (18,27 %), dan Destinasi Tirta Nusantara Tbk (19,59 %).

Selanjutnya rasio GPM tahun 2020 yaitu selama pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020 memiliki rata-rata 34,09 %, dan masih termasuk dalam kriteria “Sangat Baik”. Namun terdapat 8 perusahaan yang termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena nilainya  $\leq 20$  % dan bahkan 2 diantaranya memiliki rasio GPM yang negatif yaitu PT. Citra Putra Realty Tbk (-78,01 %) dan Destinasi Tirta Nusantara Tbk (-30,36 %).

Dengan penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa rasio GPM sebelum adanya pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata mampu untuk menjalankan produksinya secara efisien karena harga pokok penjualan yang relatif

rendah. Dimana semakin tinggi rasio GPM maka akan semakin baik kegiatan operasi perusahaan. Begitu pula sebaliknya, rasio GPM yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang mampu untuk mengendalikan biaya produksi dan harga pokok penjualannya sehingga kegiatan operasi perusahaan menurun. Namun dengan adanya pandemi Covid-19 yang terjadi menyebabkan rasio GPM mengalami penurunan. Penurunan rasio GPM ini terjadi karena menurunnya laba kotor pada perusahaan Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata akibat pandemi Covid-19. Dimana selama pandemi Covid-19 rata-rata rasio GPM ini turun sebesar -17,41 %. Terdapat 20 perusahaan dari 24 perusahaan yang dijadikan sampel mengalami penurunan rasio GPM akibat adanya pandemi Covid-19 dan hanya ada 4 perusahaan yang mengalami peningkatan rasio GPM yaitu Bayu Buana Tbk sebesar 3 %, PT. Eastparc Hotel Tbk sebesar 0,77 %, Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk sebesar 3,40 % dan Hotel Sahid Jaya Tbk sebesar 10,50 %. Penurunan rasio GPM paling besar yaitu -122,36 % yang terjadi pada PT. Citra Putra Realty Tbk.

#### **Net Profit Margin (NPM) Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19**

**Tabel 8. Hasil Perhitungan Net Profit Margin (NPM) Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata Tahun 2019-2020**

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	Naik/Turun
1	BAYU	Bayu Buana Tbk	1,97 %	0,23 %	-1,75 %
2	CLAY	PT. Citra Putra Realty Tbk	-8,08 %	-244,15%	-236,07 %
3	DFAM	PT. Dafam Property Indoensia Tbk	4,37 %	-16,13 %	-20,49 %
4	EAST	PT. Eastparc Hotel Tbk	14,04 %	13,98 %	-0,06 %
5	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	3,60 %	-7,79 %	-11,39 %
6	FITT	PT. Hotel Fitra International Tbk	-64,63 %	-158,27%	-93,63 %
7	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk	-6,52 %	-82,17 %	-75,65 %
8	HRME	PT. Menteng Heritage Realty Tbk	-3,39 %	-56,24 %	-52,85 %
9	JGLE	PT. Graha Andrasenta Propertindo Tbk	-39,02 %	-126,18%	-87,16 %
10	JIHD	Jakarta International Hotels & Development Tbk	9,96 %	-6,90 %	-16,86 %
11	JSPT	Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	11,08 %	-39,96 %	-51,03 %
12	KPIG	MNC Land Tbk	25,70 %	38,17 %	12,47 %
13	MAMI	Mas Murni Indonesia Tbk	0,12 %	-150,69%	-150,80 %
14	MAPB	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	5,35 %	-8,06 %	-13,42 %
15	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk	8,76 %	-261,53%	-270,29 %
16	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	-1,15 %	-27,19 %	-26,04 %
17	PDES	Destinasi Tirta Nusantara Tbk	-3,27 %	-119,17%	-115,91 %
18	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk	27,24 %	-38,85 %	-66,08 %
19	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk	17,15 %	-95,10 %	-112,25 %
20	PNSE	Pudjiadi & Sons Tbk	-6,35 %	-66,14 %	-59,79 %
21	PSKT	PT. Red Planet Indonesia Tbk	-20,93 %	-68,40 %	-47,47 %

22	PTSP	Pioneerindo Gourmet International Tbk	3,97 %	-13,15 %	-17,13 %
23	PZZA	PT. Sarimelati Kencana Tbk	5,02 %	-2,70 %	-7,72 %
24	SHID	Hotel Sahid Jaya Tbk	-8,14 %	-88,33 %	-80,20 %

Sumber : Data diolah (2022)

Dapat dilihat pada Tabel.8 rasio NPM tahun 2019 yaitu sebelum adanya pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 memiliki rata-rata -0,96 % sehingga termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena nilainya  $\leq 1\%$ . Namun masih terdapat 9 perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Sangat Baik” karena nilainya  $>5\%$  yaitu PT. Eastparc Hotel Tbk (14,04 %), Jakarta International Hotels & Development Tbk (9,96 %), Jakarta Setiabudi Internasional Tbk (11,08 %), MNC Land Tbk (25,70 %), PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk (5,35 %), PT. Sanurhasta Mitra Tbk (8,76 %), Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk (27,24 %), Pembangunan Jaya Ancol Tbk (17,15 %), dan PT. Sarimelati Kencana Tbk (5,02 %).

Selanjutnya rasio NPM tahun 2020 yaitu selama pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020 memiliki rata-rata -67,70 %, dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena nilainya  $\leq 1\%$ . Namun masih terdapat 2 perusahaan yang termasuk dalam kriteria “Sangat Baik” yaitu PT. Eastparc Hotel Tbk (13,98 %) dan MNC Land Tbk (38,17 %).

Dengan penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa rasio NPM sebelum adanya pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata kurang mampu dalam menghasilkan keuntungan bersih dan menunjukkan keadaan operasi perusahaan yang tidak baik. Dimana semakin tinggi rasio NPM maka akan semakin baik operasi suatu perusahaan. Begitu pula sebaliknya rasio NPM yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan belum dapat menerapkan strategi penetapan harga penjualan dengan baik dan tidak mampu mengendalikan beban usaha sehingga kegiatan operasi perusahaan menurun. Selanjutnya ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rasio NPM pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata mengalami penurunan yang cukup drastis. Penurunan rasio NPM ini disebabkan oleh nilai laba bersih dan penjualan bersih yang diperoleh perusahaan menurun jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19, sehingga menunjukkan pertumbuhan profitabilitas yang kurang baik. Dimana selama pandemi Covid-19 rata-rata rasio NPM ini turun sebesar -66,74 %. Terdapat 23 perusahaan yang mengalami penurunan rasio NPM akibat adanya pandemi Covid-19 dan hanya ada 1 perusahaan yang mengalami peningkatan yaitu MNC Land Tbk sebesar 12,47 %. Penurunan rasio NPM paling besar yaitu -270,29 % yang terjadi pada PT. Sanurhasta Mitra Tbk.

### **Return On Assets (ROA) Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19**

**Tabel 9:**

#### **Hasil Perhitungan Return On Assets (ROA) Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata Tahun 2019-2020**

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	Naik/Turun
1	BAYU	Bayu Buana Tbk	5,82 %	0,18 %	-5,64 %
2	CLAY	PT. Citra Putra Realty Tbk	-2,27 %	-13,34 %	-11,08 %
3	DFAM	PT. Dafam Property Indoensia Tbk	2,06 %	-4,66 %	-6,71 %

4	EAST	PT. Eastparc Hotel Tbk	2,93 %	1,97 %	-0,96 %
5	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	7,09 %	-10,12 %	-17,21 %
6	FITT	PT. Hotel Fitra International Tbk	-10,08 %	-13,87 %	-3,79 %
7	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk	-0,60 %	-3,61 %	-3,01 %
8	HRME	PT. Menteng Heritage Realty Tbk	-0,40 %	-2,86 %	-2,46 %
9	JGLE	PT. Graha Andrasenta Propertindo Tbk	-3,26 %	-3,35 %	-0,09 %
10	JIHD	Jakarta International Hotels & Development Tbk	2,11 %	-0,93 %	-3,04 %
11	JSPT	Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	2,57 %	-4,10 %	-6,67 %
12	KPIG	MNC Land Tbk	0,96 %	0,88 %	-0,08 %
13	MAMI	Mas Murni Indonesia Tbk	0,01 %	-3,52 %	-3,53 %
14	MAPB	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	8,02 %	-6,75 %	-14,77 %
15	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk	0,64 %	-8,46 %	-9,10 %
16	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	-1,05 %	-12,21 %	-11,16 %
17	PDES	Destinasi Tirta Nusantara Tbk	-3,34 %	-25,75 %	-22,40 %
18	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk	5,98 %	-5,98 %	-11,96 %
19	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk	5,69 %	-9,74 %	-15,43 %
20	PNSE	Pudjiadi & Sons Tbk	-2,98 %	-12,53 %	-9,56 %
21	PSKT	PT. Red Planet Indonesia Tbk	-3,07 %	-6,65 %	-3,58 %
22	PTSP	Pioneerindo Gourmet International Tbk	8,13 %	-12,88 %	-21,01 %
23	PZZA	PT. Sarimelati Kencana Tbk	9,48 %	-4,19 %	-13,67 %
24	SHID	Hotel Sahid Jaya Tbk	-0,86 %	-3,65 %	-2,80 %

Sumber : Data diolah (2022)

Dapat dilihat pada Tabel.9 rasio ROA tahun 2019 yaitu sebelum adanya pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 memiliki rata-rata 1,40 % sehingga termasuk dalam kriteria “Kurang Baik” karena nilainya diantara 1 % - 3 %. Namun terdapat 7 perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Sangat Baik” karena nilainya > 5 % yaitu Bayu Buana Tbk (5,82 %), PT. Fast Food Indonesia Tbk (7,09 %), PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk (8,02 %), Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk (5,98 %), Pembangunan Jaya Ancol Tbk (5,69 %), Pioneerindo Gourmet International Tbk (8,13 %), dan PT. Sarimelati Kencana Tbk (9,48 %).

Selanjutnya rasio ROA tahun 2020 yaitu selama pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020 memiliki rata-rata -6,92 %, dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena nilainya  $\leq$  1 %. Dan hanya terdapat 1 perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Kurang Baik” karena nilainya diantara > 1% - 3% yaitu PT. Eastparc Hotel Tbk (1,97 %). Selain PT. Eastparc Hotel Tbk semua perusahaan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”.

Dengan penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa rasio ROA sebelum adanya pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata kurang

efisien dalam mengelola aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba. Dimana semakin tinggi rasio ROA maka akan semakin baik pengelolaan aktiva untuk memperoleh laba. Begitu pula sebaliknya, rasio ROA yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan kurang efisien dalam mengelola aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba. Selanjutnya dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rasio ROA mengalami penurunan yang sebelum adanya pandemi Covid-19 sudah menunjukkan keadaan “Kurang Baik” menjadi “Tidak Baik”. Penurunan rasio ROA ini disebabkan oleh nilai laba bersih dan total aset yang menurun jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19, sehingga menunjukkan pertumbuhan profitabilitas yang kurang baik. Dimana selama pandemi Covid-19 rata-rata rasio ROA ini turun sebesar -8,32 %. Dari 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata semua perusahaan mengalami penurunan rasio ROA. Penurunan rasio ROA paling besar yaitu -22,40 % yang terjadi pada perusahaan Destinasi Tirta Nusantara Tbk.

### **Retun On Equity (ROE) Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19**

**Tabel 10:**

#### **Hasil Perhitungan Return On Equity (ROE) Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata Tahun 2019-2020**

No	Kode	Nama Perusahaan	2019	2020	Naik/Turun
1	BAYU	Bayu Buana Tbk	10,84 %	0,31 %	-10,52 %
2	CLAY	PT. Citra Putra Realty Tbk	-7,83 %	-72,25 %	-64,42 %
3	DFAM	PT. Dafam Property Indoensia Tbk	7,27 %	-17,55 %	-24,82 %
4	EAST	PT. Eastparc Hotel Tbk	3,73 %	2,12 %	-1,61 %
5	FAST	PT. Fast Food Indonesia Tbk	14,55 %	-30,26 %	-44,81 %
6	FITT	PT. Hotel Fitra International Tbk	-16,23 %	-29,26 %	-13,03 %
7	HOTL	Saraswati Griya Lestari Tbk	-2,18 %	-14,60 %	-12,42 %
8	HRME	PT. Menteng Heritage Realty Tbk	-0,52 %	-3,89 %	-3,37 %
9	JGLE	PT. Graha Andrasenta Propertindo Tbk	-5,14 %	-5,44 %	-0,30 %
10	JIHD	Jakarta International Hotels & Development Tbk	2,89 %	-1,28 %	-4,17 %
11	JSPT	Jakarta Setiabudi Internasional Tbk	4,34 %	-7,82 %	-12,16 %
12	KPIG	MNC Land Tbk	1,19 %	1,11 %	-0,08 %
13	MAMI	Mas Murni Indonesia Tbk	0,01 %	-4,83 %	-4,84 %
14	MAPB	PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk	13,41 %	-16,16 %	-29,57 %
15	MINA	PT. Sanurhasta Mitra Tbk	0,67 %	-8,84 %	-9,50 %
16	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk	-2,34 %	-30,44 %	-28,10 %
17	PDES	Destinasi Tirta Nusantara Tbk	-7,64 %	-92,01 %	-84,37 %
18	PGLI	Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk	8,47 %	-8,91 %	-17,37 %
19	PJAA	Pembangunan Jaya Ancol Tbk	10,84 %	-22,36 %	-33,19 %
20	PNSE	Pudjadi & Sons Tbk	-5,20 %	-23,55 %	-18,34 %
21	PSKT	PT. Red Planet Indonesia Tbk	-3,58 %	-7,86 %	-4,28 %
22	PTSP	Pioneerindo Gourmet International Tbk	15,05 %	-33,68 %	-48,73 %

23	PZZA	PT. Sarimelati Kencana Tbk	14,93 %	-8,13 %	-23,06 %
24	SHID	Hotel Sahid Jaya Tbk	-1,36 %	-5,94 %	-4,58 %

Sumber : Data diolah (2022)

Dapat dilihat pada Tabel.10 rasio ROE tahun 2019 yaitu sebelum adanya pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 memiliki rata-rata 2,34 % sehingga termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena memiliki nilai  $\leq 5$  %. Dari 24 Sampel perusahaan tersebut tidak ada yang memiliki nilai dengan kriteria “Sangat Baik”. Namun terdapat 6 perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Baik” karena memiliki nilai diantara  $> 10$  % -  $16$  % yaitu Bayu Buana Tbk (10,84 %), PT. Fast Food Indonesia Tbk (14,55 %), PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk (13,41 %), Pembangunan Jaya Ancol Tbk (10,84 %), Pioneerindo Gourmet International Tbk (15,05 %), dan PT. Sarimelati Kencana Tbk (14,93 %).

Selanjutnya rasio ROE tahun 2020 yaitu selama pandemi Covid-19 pada 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020 memiliki rata-rata -18,40 %, dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik” karena memiliki nilai  $\leq 5$  %. Dan dari 24 sampel perusahaan tersebut semua memiliki nilai ROE  $\leq 5$  % sehingga termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”.

Dengan penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa rasio ROE sebelum adanya pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata tidak efisien dalam mengelola dan menggunakan modal sendiri. Dimana semakin tinggi rasio ROE maka akan semakin baik pengelolaan dan penggunaan modal sendiri yang artinya posisi pemilik perusahaan akan semakin kuat. Begitu pula sebaliknya, rasio ROE yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak efisien pengelolaan dan penggunaan modal sendiri. Selanjutnya ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rasio ROE pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata mengalami penurunan. Menurunnya ROE ini disebabkan oleh nilai laba bersih dan total ekuitas yang diperoleh menurun jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19, sehingga menunjukkan pertumbuhan profitabilitas yang kurang baik. Dimana selama pandemi Covid rata-rata rasio ROE ini turun sebesar -20,74 %. Dari 24 sampel Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata semua perusahaan mengalami penurunan rasio ROE. Penurunan rasio ROE paling besar yaitu -84,37 % yang terjadi pada perusahaan Destinasi Tirta Nusantara Tbk.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Rasio *Gross Profit Margin* (GPM) pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 sebelum adanya pandemi Covid-19 memiliki rata-rata rasio GPM 51,50 % dan termasuk dalam kriteria “Sangat Baik”, walaupun terdapat 3 perusahaan dari 24 perusahaan sampel yang memiliki nilai dengan kriteria “Tidak Baik”. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 rata-rata rasio GPM cenderung menurun yaitu turun sebesar -17,41 % sehingga rata-rata rasio GPM menjadi 34,09 % dan masih termasuk dalam kriteria “Sangat Baik”. Dimana penurunan rasio GPM terjadi pada 20 perusahaan dari 24 perusahaan yang dijadikan sampel.

2. Rasio *Net Profit Margin* (NPM) pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 sebelum adanya pandemi Covid memiliki rata-rata rasio NPM -0,96 % dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”, walaupun masih terdapat 9 perusahaan dari 24 perusahaan sampel yang memiliki nilai dengan kriteria “Sangat Baik”. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rata-rata rasio NPM menjadi lebih buruk lagi yaitu rata-rata rasio NPM turun sebesar -66,74 % sehingga rata-rata rasio NPM menjadi -67,70 % dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”. Dimana penurunan rasio NPM terjadi pada 23 perusahaan dari 24 perusahaan yang dijadikan sampel.
3. Rasio *Return On Assets* (ROA) pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 sebelum adanya pandemi Covid-19 memiliki rata-rata rasio ROA 1,40 % dan termasuk dalam kriteria “Kurang Baik”, walaupun masih terdapat 7 perusahaan dari 24 perusahaan sampel yang memiliki nilai dengan kriteria “Sangat Baik”. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rata-rata rasio ROA yang tadinya sudah kurang baik menjadi lebih buruk lagi dengan turun sebesar - 8,32 % sehingga rata-rata rasio ROA menjadi - 6,92 % dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”. Dimana dari 24 perusahaan yang dijadikan sampel semuanya mengalami penurunan rasio ROA.
4. Rasio *Return On Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2020 sebelum adanya pandemi Covid memiliki rata-rata rasio ROE 2,34 % dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”, walaupun masih terdapat 6 perusahaan dari 24 sampel perusahaan yang memiliki nilai dengan kriteria “Baik”. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 menyebabkan rata-rata rasio ROE yang tadinya sudah tidak baik menjadi lebih buruk lagi dengan turun sebesar -20,74 % sehingga rata-rata rasio ROE menjadi -18,40 % dan termasuk dalam kriteria “Tidak Baik”. Dimana dari 24 perusahaan yang dijadikan sampel semuanya mengalami penurunan rasio ROE.

#### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka saran untuk penelitian selanjutnya yaitu diharapkan dapat melakukan penelitian dengan indikator-indikator yang lain dalam mengukur tingkat profitabilitas dan juga dapat mengembangkan pada sektor lain yang juga terdampak adanya pandemi Covid-19. Adapaun saran untuk manajemen perusahaan yaitu diharapkan dapat lebih memperhatikan kembali kinerja keuangan perusahaan apalagi selama pandemi Covid-19, dapat membuat strategi dan inovasi baru dalam mengembangkan perusahaan selama pandemi Covid-19, dan dapat melihat potensi yang ada untuk dimanfaatkan serta dikembangkan dengan baik sesuai dengan keadaan selama pandemi Covid-19 sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Setiawan, Anton. “Mengembalikan Pamor Primadona Devisa.” *Kebangkitan Pariwisata (Ii)*. Last modified 2021. Accessed April 7, 2022. <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2507/mengembalikan-pamor-primadona-devisa>.
- [2] Badan Pusat Statistik. “Laporan Perekonomian Indonesia 2020” (2021): 188.

- 
- [3] Karunia, Ade Miranti. "Akibat Pandemi, Pendapatan Devisa Sektor Pariwisata Turun Hingga 90 Persen." *Kompas.Com*. Last modified 2020. Accessed April 7, 2022. <https://money.kompas.com/read/2020/09/25/135500926/akibat-pandemi-pendapatan-devisa-sektor-pariwisata-turun-hingga-90-persen>.
- [4] Kurniansah<sup>1</sup>, Oleh Rizal, Dan Muhammad, Sekolah Tinggi, and Parwisata Mataram. "Ketersediaan Akomodasi Pariwisata Dalam Mendukung Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat" 1, no. 1 (2018): 39–44. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/JBW>.
- [5] "Pertanyaan Dan Jawaban Terkait Coronavirus." *World Health Organization*. Accessed March 19, 2022. <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa/qa-for-public>.
- [6] Purnamasari, Deti Mega. "Menko Perkonomian Akui Virus Corona Berdampak Terhadap Pariwisata Indonesia." *Kompas.Com*. Last modified 2020. Accessed April 7, 2022. <https://nasional.kompas.com/read/2020/02/03/13135551/menko-perekonomian-akui-virus-corona-berdampak-terhadap-pariwisata-indonesia?page=all>.
- [7] Setiawan, Bram. "UNWTO: 96 Persen Destinasi Seluruh Dunia Ditutup Sebab Covid-19." *Travel Tempo.Co*. Last modified 2020. Accessed April 7, 2022. <https://travel.tempo.co/read/1334904/unwto-96-persen-destinasi-seluruh-dunia-ditutup-sebab-covid-19>.
- [8] Marlina, Alen Suci, Arnita Rishanty, and Dkk. "Laporan Perekonomian Indonesia 2014." *Bank Indonesia*, no. 2 (2014): 302–303.
- [9] CNBC. "Data Terbaru Kemnaker, 1,7 Juta Pekerja Terdampak Corona." *CNBC Indonesia*. Last modified 2020. Accessed April 7, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200527144122-8-161240/data-terbaru-kemnaker-17-juta-pekerja-terdampak-corona>.
- [10] Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2015.
- [11] Prabowo, Richky, and Aftoni Sutanto. "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Otomotif Di Indonesia." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 10, no. 1 (2019): 1–11.
- [12] Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana Persada Media Grup, 2014.
- [13] Fahmi, Irham. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- [14] Chandrarin, Grahita. *Metode Riset Akuntansi (Pendekatan Kuantitatif)*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- [15] Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2015.

---

**PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN BLENDED LEARNING DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM TERHADAP KECERDASAN EMOSIONAL SISWA DI SDN SATRIA JAYA 02 TAMBUN UTARA**

Oleh

Yayat Suharyat<sup>1</sup>, Refiera Desssesio<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam 45 Bekasi

E mail: <sup>1</sup>[yayatsuharyat@unismabekasi.ac.id](mailto:yayatsuharyat@unismabekasi.ac.id), <sup>2</sup>[refierafira98@gmail.com](mailto:refierafira98@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 07-04-2022

Revised: 21-04-2022

Accepted: 24-05-2022

**Keywords:**

Model Blended Learning,  
Kecerdasan Emosional Siswa

**Abstract:** Penelitian ini berlandaskan pada masalah mengenai kecerdasan emosional siswa di SDN Satria Jaya 02 Tambun Utara. Peserta didik kurang mampu dalam mengendalikan emosional pada saat pelaksanaan pembelajaran seperti kurangnya rasa motivasi diri dalam belajar, siswa mudah menyerah apabila tidak paham, dan kurangnya pemanfaatan media dalam menyampaikan materi pelajaran sehingga siswa mudah jenuh dalam melaksanakan pembelajaran. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian Quasi Eksperimen dengan menggunakan Nonequivalent (Pre-Test dan Post-Test). Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Dalam penelitian ini menggunakan sampel penelitian yang terdiri dari dua kelas, 35 siswa kelas eksperimen dan 35 siswa kelas kontrol. Setelah dilakukan penelitian, peneliti mendapatkan hasil yang menunjukkan rata-rata di kelas pre-test eksperimen adalah 89.60 dan Post-Test eksperimen adalah 98.80. Sedangkan untuk rata-rata Pre-Test kelas kontrol adalah 89.83 dan Post-Test kelas kontrol 82.80. Dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran Blended Learning berpengaruh positif dalam kecerdasan emosional siswa pada pembelajaran PAI kelas V di Sekolah Dasar Negeri Satria Jaya 02 Tambun Utara

---

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan maraknya sebuah permasalahan yang tengah terjadi di negara kita tercinta ini, sedang dihadapkan dengan pandemic yang sedang terjadi yaitu *Coronavirus Disease (Covid-19)*. Salah satu dari sekian banyaknya dampak yang terjadi karena *Covid-19* adalah dunia pendidikan. Kebijakan yang diambil oleh pemerintah Indonesia saat ini adalah melakukan pembelajaran secara *online* dan *offline*. Dalam pembelajaran siswa sangat dipengaruhi oleh emosi. Ketika siswa merasa terpaksa dalam mengikuti pembelajaran, hal tersebut mengakibatkan mereka kesulitan untuk menerima materi yang di berikan oleh guru di dalam kelas. Oleh karena itu guru di tuntut untuk menciptakan sebuah suasana pembelajaran yang menarik lagi kondusif, guna menjadikan pembelajaran efektif dan

menyenangkan. Untuk menciptakan suasana pembelajaran yang menyenangkan, diperlukan sebuah model pembelajaran yang inovatif.

Pembelajaran dapat dikatakan inovatif apabila siswa dilibatkan secara langsung dan aktif untuk berkolaborasi dan berinteraksi satu sama lain. Pembelajaran yang tadinya berpusat pada guru harus di ubah menjadi pembelajaran yang berpusat pada siswa. Dalam pembelajaran guru sebagai fasilitator agar siswa lebih leluasa untuk melakukan pembelajaran yang aktif. Pembelajaran yang inovatif bukan hanya melulu menggunakan model yang monoton seperti ekspositori, akan tetapi haruslah menggunakan metode yang mempunyai fleksibilitas dan dinamis untuk memenuhi kebutuhan siswa.

Terkait hal tersebut, dibutuhkan model pembelajaran yang dapat menuntun peserta didik yang tidak hanya dalam ranah kognitif saja, melainkan harus seimbang pada ranah afektif, di mana di dalamnya terdapat kecerdasan emosional. Model pembelajaran yang bisa diterapkan dalam kondisi pandemi seperti sekarang ini adalah model pembelajaran *Blended Learning*.

#### B. Rumusan Masalah

“Apakah model pembelajaran *Blended Learning* dapat berpengaruh dalam meningkatkan kecerdasan emosional siswa di SDN Satria Jaya 02 Tambun Utara?”

#### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model pembelajaran *blended learning* dalam melaksanakan pembelajaran Pendidikan Agama Islam.
2. Untuk mengetahui kecerdasan emosional siswa setelah menggunakan model pembelajaran *blended learning*.
3. Untuk mengetahui pengaruh model pembelajaran *blended learning* dalam Pendidikan Agama Islam terhadap kecerdasan emosional siswa

### LANDASAN TEORI

#### A. Model Blended Learning

Dwiyogo menegaskan bahwa penerapan model pembelajaran *blended learning* merupakan pembelajaran masa kini dengan kombinasi pembelajaran tatap muka, dan pembelajaran *online* (internet). Pembelajaran yang secara tradisional dengan basis tatap muka, saat ini bergerak ke arah pembelajaran *offline* dan *online*. Bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi peserta didik agar dapat belajar dengan mandiri, menyenangkan, dan berkembang sepanjang hayat.

Model pembelajaran *blended learning* merupakan model pembelajaran yang memiliki variasi dalam gaya belajar kepada peserta didik. dengan memanfaatkan pembelajaran *offline* dan *online*. Guru hanya bertindak sebagai *director learning* (pengelola pembelajaran) dalam membimbing kegiatan belajar pada peserta didik untuk dapat belajar secara mandiri. Sehingga pembelajaran bisa diakses kapan pun dan di mana pun secara fleksibel dan dinamis.

Adapun *syntak* dalam melaksanakan model *blended learning* sebagai berikut ini:

1. *Seeking of information*  
Memberikan arahan terhadap peserta didik untuk melakukan pencarian informasi dari berbagai sumber.
2. *Acquisition of Information*

Peserta didik memahami dan menginterpretasikan, mengkomunikasikan dan mengkonstruksikan pengetahuan atau gagasan pada sumber informasi yang telah disediakan.

3. *Synthesizing of knowledge*

Mengkonstruksi dan merekonstruksi pengetahuan dan perumusan kesimpulan dari informasi yang telah diperoleh

B. Kecerdasan Emosional

Kecerdasan (intelengensi) merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat suatu masalah, lalu menyelesaikan masalah tersebut atau membuat sesuatu yang dapat berguna bagi orang lain. kecerdasan merupakan kemampuan seseorang dalam berpikir, berkata, maupun bertindak. Sedangkan emosi merupakan ungkapan hati perasaan seseorang pada reaksi tertentu. Kesimpulannya adalah kecerdasan emosional merupakan kemampuan seseorang dalam mengendalikan suasana hatinya ke arah emosi positif. Kemampuan mengenali potensi diri untuk bisa merasakan, menggunakan, mengomunikasikan, mengenal, mengingat, dan menggambarkan emosi. Dengan kecerdasan ini manusia dapat memotivasi diri sendiri dalam menghadapi rasa frustrasi sehingga beban *stress* tidak mempengaruhi kemampuan diri dalam berpikir.

Emosi tidak hanya tentang kemarahan tetapi juga perasaan yang umum dirasakan ketika mengalami atau melakukan sesuatu. ada beberapa fase perkembangan emosi pada anak usia sekolah dasar yaitu:

1. Pada usia 5-6 tahun. Pada usia ini, anak mulai mempelajari kaidah serta aturan yang berlaku. Anak mempelajari konsep keadilan dan rahasia. Dalam hal ini anak mulai memiliki kemampuan menjaga rahasia yang berarti anak dituntut memiliki keterampilan menyembunyikan informasi. Pada usia 6 tahun, pemahaman anak mengenai konsep emosi lebih kompleks, seperti kecemburuan, kebanggaan kesedihan serta kehilangan. Namun anak masih kesulitan dalam menginterpretasi emosi orang lain. Pada tahap ini, anak memerlukan pengalaman cara mengatur emosi yang memiliki kapasitas mengontrol dan mengarahkan ekspresi emosional ketika munculnya emosi-emosi yang kuat.
2. Pada usia 7-8 tahun, perkembangan emosi anak telah terinternalisasi rasa malu dan bangga. Anak sudah mampu mengungkapkan konflik emosi yang dialaminya. Semakin bertambah usia anak semakin bertambah pula kepekaan terhadap diri dan orang lain. Dalam hal ini anak sudah belajar memahami perasaan yang dialami orang lain di sekelilingnya.
3. Pada usia 9-10 tahun, anak sudah mampu mengatur ekspresi emosi dalam situasi sosial dan mampu merespon distress emosional yang dialami oleh orang lain. selain itu anak sudah mampu mengontrol emosi negatif seperti takut dan sedih. Anak mempelajari penyebab kesedihan dan ketakutannya sehingga anak belajar beradaptasi untuk mengontrol emosi (rasa takut dan sedih) yang dialaminya. Dalam hal ini anak mempelajari cara meredam emosi negatif yang muncul dan mencari cara untuk menghentikan hal tersebut.
4. Pada usia 11-12 tahun, pemahaman anak tentang baik-buruk, tentang norma-norma serta aturan yang berlaku dilingkungannya semakin bertambah dan lebih fleksibel tidak sekaku sebelumnya. Dalam hal ini anak sudah mulai memahami bahwa penilaian baik-

buruk atau aturan-aturan dapat diubah tergantung pada situasi dan kondisi munculnya suatu perilaku. Pada usia ini juga nuansa emosi anak semakin bervariasi.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode eksperimen. Metode eksperimen merupakan metode yang bertujuan untuk mencari pengaruh dari sebuah perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendali. Desain dalam penelitian eksperimen ini adalah *Quasi Experiment* dengan menggunakan *Nonequivalent* (sebelum perlakuan dan sesudah perlakuan). Penelitian ini terdapat 2 kelompok yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. yaitu kelompok eksperimen diberikan perlakuan berupa model *blended learning* dalam melaksanakan pembelajaran PAI dan kelompok kontrol tidak diberikan perlakuan menggunakan metode ceramah dalam melaksanakan pembelajaran PAI.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini berhasil menjelaskan tentang pengaruh model pembelajaran *Blended Learning* terhadap kecerdasan emosional siswa di SDN Satria Jaya 02 Tambun Utara. Kecerdasan emosional siswa yang diajarkan dengan menggunakan model *blended learning* dalam pembelajaran PAI pada kelas eksperimen mengalami perubahan yang signifikan. Dari hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata kuesioner sebelum melakukan perlakuan adalah 89.60 dan setelah melakukan perlakuan diperoleh nilai rata-rata sebesar 98.80. kemudian dilakukan pengujian hipotesis menggunakan *SPSS 22* dengan menggunakan uji *paired sample t tes*. Setelah dilakukan uji hipotesis maka diperoleh nilai *sig*  $0,01 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3516 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2032. Sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% maka  $H_a$  diterima.

Kecerdasan emosional siswa yang diajarkan menggunakan metode ceramah dalam pembelajaran PAI pada kelas kontrol diperoleh nilai rata-rata sebelum penelitian sebesar 89.83 dan setelah penelitian sebesar 82.80. kemudian dilakukan pengujian hipotesis menggunakan uji *paired sample t tes* pada *SPSS 22* diperoleh nilai *sig*  $0,09 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2777 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2032. Sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  tetapi nilai *sig*  $0,09 > 0,05$  dengan taraf signifikan 5% maka  $H_a$  ditolak.

Hasil penelitian membuktikan model *blended learning* memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kecerdasan emosional siswa. Di dalam penelitian ini menggunakan dua kelas yaitu kelas eksperimen dan kelas kontrol.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Kecerdasan emosional siswa dalam belajar Pendidikan Agama Islam menggunakan model pembelajaran *blended learning* memperoleh nilai rata-rata *Post-Test* sebesar 98.80. Sedangkan nilai *Post-Test* kelas kontrol yang menggunakan model konvensional (ceramah) memperoleh nilai *Post-Test* sebesar 82.80. Sehingga nilai rata-rata *Post-Test* kelas eksperimen lebih tinggi dibandingkan pada nilai rata-rata *Post-Test* kelas kontrol.
- Penerapan model pembelajaran *Blended Learning* terhadap kecerdasan emosional siswa terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini terbukti dengan nilai signifikan pada kelas

eksperimen (2-tailed) adalah 0,01 sehingga  $0,01 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3516 sedangkan nilai  $T_{tabel}$  2032. Sehingga nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dibandingkan dengan kelas kontrol. Sehingga  $H_0$  diterima dengan taraf signifikan 5% pada pembelajaran mengenal nama Allah dan Kitabnya di SDN Satria Jaya 02 Tambun Utara pada siswa kelas 5 A.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, Suharsimi. 2017. *Prosedure Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Ed.Rev. Cetakan ke-21. Jakarta : Rineka Cipta.
- [2] Ari, Ginanjar, 2020. *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi dan Spritual*. Jakarta : Arga Wijaya.
- [3] Daniel, Goleman, 2015. *Mengapa EI Lebih Penting Daripada IQ*. Jakarta : Gramedia.
- [4] Husumah, 2019, *Pembelajaran Blended Learning*. Malang : Prestasi Pustaka.
- [5] Nizwardi. 2020, *Model Flipped Blended Learning*. Padang : CV Sarnu Untung.
- [6] Riana, Mashar, 2015, *Emosi Anak usia Dini dan strategi Pengembangannya*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- [7] Abuddin Nata. *Manajemen Pendidikan Mengatasi Kelemahan Pendidikan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2010.
- [8] Astono. *Keberadaan di Masa Pandemi Covid-19*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- [9] Azwar, Saifuddin. *Pengantar Psikologi Inteligensi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- [10] Bhakti, Caraka Putra, dan Shopyan Jepri Kurniawan. "Konsep Psikoedukasi Berbasis Blended Learning bagi Remaja di Masa Pandemi Covid-19." *Prosiding Seminar Bimbingan dan Konseling*, no. 0 (9 September 2020): 52–60.
- [11] Bloom, Benjamin Samuel. "Taksonomi Bloom (Ranah Kognitif, Afektif, Dan Psikomotor) Serta Identifikasi Permasalahan Pendidikan Di Indonesia," 2019, 10.
- [12] Budimansyah, Dasim. "Membangun Kreativitas Guru Di Masa Pandemi Melalui Model Blended Learning." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan STKIP Kusuma Negara III*, 24 November 2020, 7–12.
- [13] Budiyono, Fajar. "Implementasi Blended Learning di Masa Pandemi Covid 19." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Biologi*, no. 0 (5 September 2020). <http://research-report.umm.ac.id/index.php/psnpb/article/view/3640>.
- [14] Chatib, Munib. *Sekolah Berbasis Multiple Intelegences di Indonesia*. Bandung: Kaifa, 2009.
- [15] D. Dwiwogo, Wasis. *Pembelajaran Berbasis Blended Learning*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2018.
- [16] Darma, I. Ketut, 1 Gede Made Karma, dan I. Made Anom Santiana. "Inovasi Pembelajaran Matematika Bagi Pendidikan Vokasional Dengan Blended Learning Masa Pandemi Covid-19." *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika* 5 (12 Februari 2022): 162–76.
- [17] Drajat, Zakiah. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- [18] Fajriyah, Lathifatul, dan Nisa'el Amala. "Blended Learning Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Karakter Kemandirian Anak Usia Dini Di Masa Pandemi Covid-19." *Seminar Nasional Penalaran Dan Penelitian Nusantara* 1, no. 1 (31 Oktober 2020): 207–17.
- [19] Fitri, Emria, Ifdil Ifdil, dan Neviyarni S. "Efektivitas Layanan Informasi Dengan Menggunakan Metode Blended Learning Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar." *Jurnal*

---

*Psikologi Pendidikan Dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Konseling* 2, no. 2 (31 Desember 2016): 84–92.  
<https://doi.org/10.26858/jpkk.v2i2.2250>.

- [20] Ginanjar, Ari. *Rahasia Sukse Membangun Kecerdasan Emosi dan Spiritual*. Jakarta: Arga Wijaya Persada, 2001.
- [21] Goleman, Daniel. *Emotional Intelligence Mengapa EI Lebih Penting Daripada IQ*. Jakarta: Gramedia, 2015.
- [22] Husumah. *Pembelajaran Blended Learning*. Malang: Prestasi Pustaka Jakarta, 2019.
- [23] Jalinus, Nizwardi. *Model Flipped Blended Learning*. Padang: CV Sarnu Untung, 2020.
- [24] Lestari, Puji. “Blended Learning Berbantuan Learning Management System dan WhatsApp Sebagai Upaya Pembelajaran Peningkatan Aktivitas Siswa Semasa Pandemi.” *JIRA: Jurnal Inovasi dan Riset Akademik* 2, no. 8 (20 Agustus 2021): 1219–25.  
<https://doi.org/10.47387/jira.v2i8.204>.
- [25] Marlina. “Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning” 3 (2020): 107.
- [26] Mashar, Riana. *Emosi Anak Usia Dini dan Strategi Pengembangannya*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- [27] Nurdyansyah. *Inovasi Model pembelajaran*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2016.
- [28] Nursowfa, Ray Faradillahisari, Moch Halim Sukur, Bayu Kurniadi Kurniadi, dan Haris. “Penanganan Pelayanan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Hukum Kesehatan.” *INICIO LEGIS* 1, no. 1 (12 Oktober 2020).  
<https://doi.org/10.21107/il.v1i1.8822>.
- [29] Pamungkas, Ibnu Aji, dan Wasis D. Dwiwogo. “BLENDED LEARNING SEBAGAI PEMBELAJARAN ALTERNATIF DI ERA NEW NORMAL PANDEMI COVID-19.” *Seminar Nasional Keolahragaan*, no. 0 (31 Desember 2020).  
<http://conference.um.ac.id/index.php/fik/article/view/552>.
- [30] Putri, Jeni Trixcyani. “Peran Guru Pendamping Belajar Blended Learning Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Peserta Didik Sekolah Dasar.” *PISCES: Proceeding of Integrative Science Education Seminar* 1, no. 1 (23 Desember 2021): 533–45.

---

## MENILIK ESENSI PERGANTIAN ANTAR WAKTU PADA KONTESASI DINAMIKA POLITIK INDONESIA DALAM PERSPEKTIF DEMOKRASI

Oleh

Anggi Sihol Dameanti<sup>1</sup>, Reza Mahendra<sup>2</sup>, Yori Viski Oktivan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Hukum Falkutas Hukum Universitas Bangka Belitung

E mail: <sup>1</sup>[anggi.clouds@gmail.com](mailto:anggi.clouds@gmail.com), <sup>2</sup>[mahendrareza521@gmail.com](mailto:mahendrareza521@gmail.com),

<sup>3</sup>[yoriviski99@gmail.com](mailto:yoriviski99@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 09-04-2022

Revised: 21-04-2022

Accepted: 25-05-2022

### Keywords:

Politik, Demokrasi, Hukum

**Abstract:** Fokus kajian dari penelitian ini adalah menganalisis Penggantian AntarWaktu di Indonesia dalam perspektif demokrasi. Dalam pengkajian digunakan cara pengkajian normatif dengan menelaah data sekunder sebab lebih menekankan pada studi kepustakaan. Penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yakni Undang- Undang tersebut mengatur tentang pelaksanaan Penggantian Antar Waktu, namun terdapat perbedaan pernafsiran antara Undang-undang satu dengan undang- undang lainn yang mana akan menimbulkan celah hukum yang berpotensi menghambat pelaksanaan demokrasi. Selain itu, Pergantian Antar Waktu menjadi selaku alat yang efisien untuk menghilangkan wakil rakyat yang bertolak belakang dengan kebutuhan partai politik, akhirnya keberadaan wakil rakyat amat terkait dengan hasrat petinggi partai politik, alhasil menggeser arah wakil rakyat jadi agen kebutuhan pengasuh partai politik, Selain itu terdapat perbenturan hukum terkait peeraturan PAW dapat menjadi ajang suap menyuap apabila kewenangan terkait caleg yang menggantikan anggota dewan yang di PAW di tangan partai poltik. Padahal kehadiran badan perwakilan dipilih oleh masyarakat dalam sesuatu pemilihan umum yang bersifat langsung, bebas, jujur dan adil.

---

## PENDAHULUAN

Berbicara mengenai kekuasaan, kekuasaan dapat diartikan sebagai mempengaruhi keinginannya kepada orang lain. Di indonesia sendiri yang menganut teori kedaulatan rakyat yang membawa konsekuensi kekuasaan tertinggi di tangan rakyat. Ini terlihat dalam Undang-Undang Dasar NRI 1945 Pasal 2 ayat (2) yang berbunyi kedaulatan tertinggi berada di tangan rakyat dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar. Kekuasaan berada ditangan rakyat tidak dapat diartikan secara harafiah kekuasaan dijalankan oleh rakyat, jika kekuasaan dijalankan oleh rakyat maka akan membawa konsekuensi terjadinya anarkisme. Maka dari itu diperlukan suatu konsep perwakilan. Artinya, rakyat menyerakan kekuasaan tersebut kepada perwakilan. Maka kekuasaan ini harus memiliki legitimasi atau keabsahan.

Sehingga legitimasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu keyakinan warga negara jika kewenangan yang dimiliki seseorang atau kelompok atau penguasa merupakan hal lazim dan perlu dihargai berlandaskan perspektif sesuai dengan ketentuan.

Berdasarkan penyetaan diatas maka Indonesia merupakan negara demokrasi. Hal ini juga dapat dilihat di Indonesia dengan adanya pemilihan umum, kekuasaan kehakiman yang independen, penghormatan HAM, kaderisasi atau rotasi kepemimpinan nasional, adanya lembaga perwakilan yang kuat dan mandiri yang merepresentasikan kedaulatan rakyat, dan konstitusi yang menjamin hal-hal tersebut terselenggara.

Selain itu, Indonesia juga merupakan negara kedaulatan hukum atau nomokrasi. Ini terlihat dalam Undang-Undang Dasar NRI 1945 Pasal 1 ayat (3) yang berbunyi Indonesia adalah negara hukum, yang bermakna NKRI memosisikan hukum pada posisi yang paling tinggi sekaligus pilar yang mengatur penyelenggaraan kehidupan berbangsa dan bernegara. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penyelenggaraan demokrasi haruslah berdasarkan hukum.

Salah satunya penyelenggaraan pemilu yang harus berdasarkan hukum. Pemilu sendiri salah satu cara guna menentukan wakil rakyat. Namun menariknya dalam pemilu ada sistem Pergantian Antar Waktu oleh partai politik yang mana hal ini kerap kali dipakai untuk anggota dewan yang berlawanan gagasan dengan partai sehingga mendapatkan sanksi dan dapat diganti dengan sistem Pergantian Antar Waktu meskipun anggota dewan tersebut mengemukakan suara rakyat.

Dalam hal ini penulis akan mengulas Pergantian Antar Waktu dalam perspektif demokrasi. Dari rumusan di atas kemudian penulis dapat menentukan dan merumuskan masalah yang akan dibahas dan supaya tak mengalami kebingungan dalam pengkajian ini. Bagaimana Pergantian Antar Waktu dalam perspektif demokrasi ?

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Sumber Data**

Pada pengkajian ini digunakan bahan/data sekunder. Dimana bahan/data sekunder adalah bahan yang didapatkan melalui penganalisisan pada banyak referensi maupun bahan/data pustaka terkait pada isu penelitian. 1

#### a. Bahan/data Hukum Primer

Bahan/data hukum primer adalah bahan/data hukum yang mengikat atau memiliki sifat otoritatif yang berarti memiliki otoritas. Bahan/data hukum primer berwujud peraturan undang-undangan yurisprudensi/putusan pengadilan. Bahan/data hukum primer yang dipakai pada penelitian antara lain.

- 1) UU No 17 tahun 2014 tentang Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan UUNo 2 tahun 2018
- 2) UU No 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum
- 3) . UU No 2 tahun 2008 tentang Partai Politik
- 4) peraturan KPU No 6 tahun 2019 tentang Perubahan Peraturan KPU No 6 tahun 2017 tentang Penggantian Antar Waktu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota.

b. Bahan/data Hukum Sekunder

Bahan/data hukum sekunder ialah data hukum yang membagikan penjelasan mengenai data hukum primer. Bahan hukum sekunder yang dipakai dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Buku hukum terkait
- 2) Jurnal hukum terkait materi
- 3) Hasil pengkajian yang sudah ada

c. Bahan/data Hukum Tersier

Bahan/data hukum tersier ialah data hukum dengan membagikan arahan maupun penunjang pada data hukum primer maupun tersier. Untuk data hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini ialah media internet.

**B. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan penelitian hukum normatif. Dimana pengkajian hukum normatif ialah pengkajian hukum yang menempatkan hukum sebagai seumpama konstruksi tatanan norma.

Pengkajian hukum normatif terdiri dari:2

- a. Penelitian/pengkajian mengenai dasar/asas hukum
- b. Penelitian/pengkajian mengenai pengaturan hukum  
2 Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Cet.3, (Jakarta: UI-Press, 2008), hlm 51
- c. Penelitian/ pengkajian mengenai standar sinkronasi hukum
- d. Penelitian/ pengkajian mengenai historis/sejarah hukum
- e. Penelitian/ pengkajian mengenai komparatif/perbandingan hukum

Pada pengkajian ini, penulis menguraikan pengaturan perundang- undangan yang terkait dengan label/kemasan rokok, peringatan kesehatan, standar bahan kimia yang terkandung pada rokok yang bertujuan melindungi konsumen rokok berlabel.

Macam pengkajian yang bakal dipakai ialah jenis penelitian deskriptif, artinya artinya memiliki tujuan guna memenuhi fakta yang sedetail mungkin mengenai orang, kondisi /gejala-gejala lainnya.3

Oleh karena itu, penulis akan memberikan deskripsi / penjelasan berlandaskan peraturan perundang-undangan terkait standar bahan kimia serta label pada produk rokok. Setelah itu dimasukkan dalam pemaparan guna memberikan bentuk yang lebih jelas.

Sedangkan pendekatan penelitian memakai statute approach/pendekatan perundang-undangan pada penelitian/pengkajian hukum normatif. Statute approach ialah pendekatan yang dilaksanakan lewat pemeriksaan seluruh UU terkait pada isu/masalah hukum yang diteliti.4

Selain itu juga menggunakan pendekatan politis, yaitu penelitian mengenai pertimbangan-pertimbangan kebijakan elite politik dan partisipasi masyarakat dalam pembentukan serta penegakan berbagai produk hukum.

**C. Analisis Data**

Analisis data adalah tindakan / kegiatan pada pengkajian yang berwujud mengkaji hasil pengolahan data. Dapat juga dikatakan analisis data ialah sistem pengorganisasian/mengurutkan bahan ke dalam struktur, jenis dan unit urai dasar, tentang analisa diatas bisa ditarik kesimpulan bahwasannya analisis data bermakna awalnya menyusun bahan. Dalam penelitian penulis memakai data/bahan sekunder. Dimana bahan/data sekunder adalah bahan yang didapatkan melalui penganalisisan pada banyak

referensi maupun bahan/data pustaka didalam penelitian penulis juga menggunakan analisis data yang bersifat deskriptif yang bertujuan untuk memberi bentuk yang lebih jelas atas subjek dan objek penelitian. Serta menggunakan pendekatan perundang-undangan dalam penelitian hukum normatif dengan cara menelaah semua undang-undang yang terkait dengan isu hukum yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Demokrasi Perwakilan**

Negara harus menyamakan antara kekuasaan dan hukum, kekuatan dan hak, hak dan kewajiban. Disisi lain negara wajib memegang kekuasaan dalam rangka memberi suatu jaminan yang atas dasar jaminan itu kehidupan keluarga, agama, perdagangan, dan perniagaan bisa menjadi makmur. Di lain pihak, dengan memberikan kepada negara suatu kemampuan mengatur dan memaksa, para teoritik politik sadar bahwa mereka telah menerima suatu kekuatan yang bisa, dan memang sering terjadi demikian, menghancurkan kemerdekaan politik dan sosial warga negara.

Di negara modern termasuk Indonesia terdapat suatu konsep model demokrasi yakni demokrasi perwakilan. Demokrasi perwakilan ini ialah update kelembagaan pokok buat menanggulangi problem penyeimbang antara kekuasaan memforsir serta kebebasan. Kebebasan dalam perihal penalaran, pemerintahan hukum serta kebebasan memilah cuma dapat ditegakkan secara layak dengan menjajaki kesetaraan politik seluruh orang. Kesetaraan semacam itu mendukung, tidak cuma area sosial yang nyaman dimana rakyat leluasa mengejar kegiatan-kegiatan kepentingan individu merak, melainkan pula negeri yang terletak dibawah saksi mata wakil- wakil politik yang bertanggung jawab kepada orang- orang yang berhak memilah dalam pemilihan hendak melakukan apa yang terbaik untuk kepentingan universal ataupun kepentingan publik.

Pemerintahan demokratis dibutuhkan buat melindungi masyarakat negaranya dari pemakaian kekuasaan politik yang despotis. Negeri perwakilan dengan demikian jadi penengah ataupun wasit sewaktu individu- individu. mengejar, cocok dengan undang-undang persaingan ekonomi serta pertukaran leluasa, kepentingan- kepentingan mereka sendiri dalam warga sipil. Demokrasi perwakilan sekarang bisa dibanggakan baik sebagai pemerintahan yang bertanggung jawab maupun sebagai pemerintah yang bisa dilaksanakan, yang secara potensial stabil untuk wilayah-wilayah yang besar dan jangka waktu yang lama. Dalam negeri demokrasi, format keterwakilan rakyat yang sempurna dalam suatu negeri jadi suatu yang berarti. eksistensi lembaga perwakilan rakyat ialah akibat logis dari sistem demokratis. Konstitusi selaku hukum bawah wajib sanggup menanggapi kebutuhan tersebut. Tiap lembaga yang jadi representasi dalam penyelenggaraan negeri wajib diatur serta dilansir dalam konstitusi.

Dengan cara teoritis konstitusi dimaksud selaku selengkap ketentuan yang digunakan buat membuat ataupun menata suatu rezim negeri. Maksudnya kosntitusi muat ketentuan utama yang dipakai buat menata penajaan negeri. Berdasarkan teori dan praktik negara konstitusi di dunia maka ditemukan tiga kelompok materi muatan yaitu:

- a. Terdapatnya pengatruan mengenai proteksi hak asan orang;
- b. Terdapatnya pengaturan mengenai lapisan ketatanegaraan sesuatu negeri yang pokok; dan

c. Terdapatnya pemisahan serta penjatahan tugas- tugas ketatanegaraan sesuatu negeri.

Bagi Aristoteles terdapat 3 faktor yang wajib dipadati oleh suatu rezim yang berkonstitusi, ialah: Awal, rezim dilaksanakan buat kebutuhan biasa. Kedua, rezim dilaksanakan bagi hukum yang bersumber pada pada ketentuan- ketentuan biasa, ukan hukum yangng terbuat dengan cara sekehendak hati yang melepaskan kesepakatan serta konstitusi. ketiga, penguasa erkonstitusi berarti rezim diselenggarakan berdasarkan kemauan orang tidak berbentuk paksaan- tekanan yang dilakukan rezim despotik.<sup>7</sup>

Tiap faktor yang dikemukakan Aristoteles itu mempunyai arti serta akibat yang berlainan. Faktor pertama, membutuhkan kalau rezim konstirusional wajib mengutamakan kebutuhan biasa ataupun khalayak dalam arti lain merupakan orang. Faktor kedua, memiliki arti kalau penajaan rezim wajib beralasan pada hukum( rule of law). Dengan begitu, hukum itu pula wajib dalam bagan mencegah kebutuhan orang. Faktor ketiga, mewajibkan rezim dilaksanakan atas kemauan orang.

Badan perwakilan orang dibangun dalam bagan buat menciptakan prinsip- prinsip di atas. Bentuk yang terdapat dalam badan perwakilan orang semaksimal bisa jadi wajib bisa menggantikan semua kebutuhan orang. Ikatan antara delegasi dengan yang diwakili bagi Gilbert Abcarian terdapat 4 berbagai, ialah: a) Sang delegasi berperan selaku orang tua( trustee). Delegasi leluasa berperan mengutip ketetapan bagi pertimbangannya sendiri tanpa butuh bertanya dulu dengan yang diwakilinya. b). delegasi berperan selaku utusan•( delegate). Delegasi berperan selaku barid ataupun delegasi dari yang diwakilinya. Delegasi senantiasa menjajaki instruksi serta petunjuk dari yang diwakilinya dalam melakukan kewajiban. c). Delegasi berperan selaku politic. Delegasi terkadang berperan selaku delegasi serta terdapat kalanya berperan selaku barid. Aksi ini tergantung dari isi( modul) yang hendak diulas. d). delegasi berperan selaku anggota. Delegasi berperan cocok dengan kemauan ataupun program partainya. Sehabis delegasi diseleksi oleh pemilihnya. hingga lepaslah ikatan terangkai bersama parpol pengusung dalam penentuan itu.

Bagi A. Hoogerwer, ikatan bersama sang delegasi dengan yang diwakilinya terdapat 5 bentuk, ialah: a). Bentuk delegate( barid). Di mari sang delegasi berperan selaku yang diperintah seseorang daya upaya yang wajib melaksanakan perintah dari yang diwakilinya. b). Bentuk trustee( orang tua). Di mari sang delegasi berperan selaku orang yang diberi daya, yang mendapatkan daya penuh dari yang diwakilinya. maka beliau bisa berperan bersumber pada pendirian sendiri. c). Bentuk politics. Di mari delegasi terkadang berperan selaku deputi serta kadangkadang berperan selaku daya penuh. d). Bentuk kesatuan. Di mari badan parlemen bisa diamati selaku delegasi semua orang. e). Bentuk konfirmasi( pergolongan). Badan parlemen diamati selaku delegasi dari golongan territorial, sosial ataupun politik khusus.

Dari kedua filosofi diatas hingga bisa ditarik kesimpulan kalau Indonesia dikontekskan dengan kejadian ikatan antara delegasi orang serta partai politiknya merupakan ikatan anggota sebab delegasi orang berperan cocok dengan kemauan dengan kemauan partai politik yang mengusungnya, bukan selaku orang tua atau barid. sehabis pemilu hingga lepaslah ikatan antara yang diseleksi dengan pemilih serta mulailah ikatan diseleksi dengan partai politik yang mengusungnya dalam pemilu. Ikatan anggota hendak terbelenggu untuk delegasi orang yang menyuarakan harapan orang yang diwakilinya apabila perihal itu bersebrangan dengan kebijaksanaan partai politiknya.

### **Pergantian Antar Waktu (PAW) dalam Perspektif Demokrasi**

PAW dapat diasosiasikan sebagai recall, yang mana secara etimologis yang berasal dari bahasa Inggris yang berasal 2 kata “re” yang memiliki makna kembali dan “call” yang berarti memanggil. Kedua kata ini dapat dimaknai memanggil kembali. Pendapat Peter Salim recall bermakna menarik kembali, mengingat, membatalkan atau memanggil kembali. Sehingga PAW dapat dimaknakan sebagai metode pergantian kembali atau penarikan kembali anggota DPR oleh partai politiknya.

Sedangkan dalam kamus politik PAW bisa berarti menarangkan sesuatu peristiwa pergantian seorang ataupun sebagian orang delegasi yang bersandar dalam badan perwakilan lewat cara pemilu oleh orang selaku pemilihnya. Sehingga dalam konsep recall ini adalah pemilih memiliki hak terhadap orang yang dipilihnya.

Recall di Amerika Serikat sangat berbeda dengan Indonesia. Di AS recall lengkapnya disebut Recall Election yang dimaknai sebagai hak pemilih dalam melengserkan wakil rakyat sebelum masa jabatan habis<sup>10</sup>. diawali dari ide orang pemilih yang membuat petisi pada anggota Perwakilan. Apabila Badan Perwakilan Orang membenarkan petisi konstituen, hingga diadakan pemungutan suara yang hendak memastikan apakah delegasi orang terpaut hendak geser ataupun senantiasa di jabatannya. PAW merupakan hak dari konstituen, bukan hak dari delegasi orang (representatif). PAW telah bertumbuh semenjak tahun 1903 di California, terdapat 117 kali eksperimen buat melengserkan para Badan legislatif. Terdapat 7 kali yang hingga pada pemungutan suara pemilih, namun tidak terdapat satupun yang sukses. Pada biasanya masyarakat negeri AS beranggapan kalau era kedudukan badan legislatif yang cuma 2 tahun itu tidak lumayan buat memperhitungkan kesuksesan seorang. Apabila seseorang representatif di kira tidak sukses hingga ia tidak hendak diseleksi kembali. PAW buat administrator cuma sukses memberhentikan Gubernur North Dakota, Lynn J. Frazier pada tahun 1921 serta Gubernur California Gray Davis pada tahun 2003.

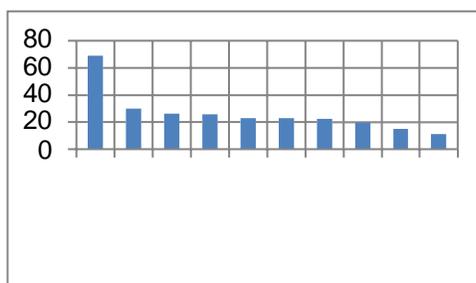
Untuk di Indonesia sendiri PAW dimaknai sebagai proses pergantian Anggota Dewan Perwakilan Rakyat yang digantikan antarwaktu oleh calon PAW dengan perolehan suara paling banya setelahnya pada daftar peringkat perolehan suara dari partai politik yang sama dan dapil yang sama.

Selain itu, PAW memiliki dasar hukum yakni Pasal 22B UUD NRI 1945 yang berbunyi “Anggota Dewan Perwakilan Rakyat dapat diberhentikan dari jabatannya, yang syarat-syarat dan ketentuannya diatur dalam undang-undang.” Instrumen organiknya diatur dalam UU No 17 tahun 2014 tentang Majelis Permusyawaratan Rakyat, Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah sebagaimana telah diubah terakhir dengan UUNo 2 tahun 2018, UU No 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, dan peraturan KPU No 6 tahun 2019 tentang Perubahan Peraturan KPU No 6 tahun 2017 tentang Penggantian Antar Waktu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten/Kota. , UU No 2 tahun 2008 tentang Partai Politik, Terpaut batasan durasi kalau PAW tidak dilaksanakan bila sisa era kedudukan badan DPR serta DPRD yang digantikan kurang dari 6 bulan tehitung semenjak pesan Permohonan PAW dari Arahan Badan diperoleh oleh KPU, KPU Provinsi serta KPU Kabupaten atau Kota.

Terkait alasan dilakukannya PAW antara lain: Pertama, meninggal dunia artinya apabila seorang pejabat meninggal dunia atau berhalangan tetap maka dia akan digantikan.

Kedua, mengundurkan diri, hal ini memiliki 2 alasan yakni permintaan sendiri jadi dengan kesadaran sendiri misalnya anggota dewan yang sedang menjabat menyatakan berhenti dari keanggotaan dewan atau berhenti keanggotaan partai politik. keduanya adalah 2 hal yang berlainan berhenti keanggotaan dewan tidak otomatis dia berhenti dari keanggotaan partai, tetapi jika dia mengundurkan diri dari keanggotaan partai politik maka dengan sendirinya dia juga berhenti sebagai anggota dewan karena syarat menjadi anggota dewan adalah anggota partai politik. Maka konsekuensinya jika dia tidak lagi sebagai anggota partai politik maka status yang disandang sebagai anggota dewan dengan sendirinya juga gugur. Kemudian selain permintaan sendiri juga diresmikan selaku calon partisipan dalam penentuan kepala daerah. Dulu saat pilkada begitu ditetapkan sebagai calon peserta maka dia dianggap sudah mengundurkan diri dengan sendirinya. Ketika ditetapkan sebagai pasangan calon maka pada saat itu statis kedewanan gugur dengan sendirinya. Namun sekarang orang mendaftar sebagai calon kepala daerah belum tentu lulus sebagai calon kepala daerah karena masih harus mengikuti proses penelitian berkas, jika dia anggota dewan yang mencalonkan kepala daerah tapi lewat jalur perseorangan belum tentu dia lolos proses calon. Oleh karena itu ada perubahan sedikit terhadap ketentuan ini, maka seseorang akan gugur atau dianggap mengundurkan diri dengan sendirinya ketika yang bersangkutan ditetapkan sebagai calon kepala daerah. Alasan ketiga adalah diberhentikan. Diberhentikan juga memiliki 2 faktor yakni sebagai anggota DPRnya atau diberhentikan sebagai anggota dewan. Kedua hal tersebut berbeda karena ketika diberhentikan sebagai anggota DPR tidak diberhentikan sebagai anggota dewan maka itu adalah kewenangan partai karena anggota dewan itu mewakili partai. Maka konsekuensinya partai memiliki kewenangan 100% untuk memberhentikan anggota dewan, jika di masa orba disebut merecall. Atau dengan alasan sesuatu dia diberhentikan sebagai anggota partai politik jadi orang tersebut dicabut status keanggotaan partai politik. Di alasan ketiga inilah biasanya akan ada proses hukum lanjutan jika alasan pemberhentian tidak tepat oleh orang yang diberhentikan itu maka akan melakukan perlawanan. Misalnya seseorang merasa baik-baik saja dan menjalankan tugas sebagai anggota dewan dengan penuh tanggung jawab tidak pernah absen, mengikuti rapat paripurna, tidak berhalangan apa-apa, tidak melakukan perbuatan tercela, tidak dihukum oleh majelis kehormatan dewan tetapi tiba-tiba diberhentikan atau pada saat menjadi anggota partai orang tersebut merasa taat dan membayar iuran keanggotaan, mengikuti garis kebijakan partai kemudian disiplin tetapi tiba-tiba di diberhentikan maka orang tersebut akan meminta majelis kehormatan partai untuk bersidang karna ingin mendengarkan alasan-alasan pemberhentiannya sebelum melakukan gugatan ke pengadilan soal SK pemberhentian.

Sebelum itu data PAW DPR RI periode 2014-2019<sup>12</sup>



Dilihat dari data diatas kita bisa melihat bahwa Partai Hanura adalah partai yang

paling sering melakukan PAW yakni mencapai 68,8% dari total 16 kursi Hanura di DPR RI periode 2014-2019, alasannya beragam mayoritas alasannya disebabkan oleh perpindahan anggota Hanura ke partai politik lain. Sedangkan untuk PDIP tidak terlalu banyak hanya 14,7% dari 190 kursi PDIP di DPR RI periode 2014-2019. Meskipun PAW adalah hal yang wajar menjadi tidak lazim ketika menjadi cikal bakal suap menyuap dan jalan pintas bagi mereka meski kalah pemilu tetapi tetap ingin anggota dewan seperti kasus Harun Masiku, kader dari partai politik pemenang pemilu 2019 PDIP. Padahal Harun ni hanya di urutan 3 terbawah perolehan suara dengan hanya mendapatkan 5.878 suara. Beda jauh jika dibandingkan dengan suara Alm Nazarudin sebanyak 145.752 suara. Sedangkan suara terbanyak kedua di dapil sumsel 1 adalah Rizky Aprilia dengan jumlah suara 44.442 suara. Terkait penetapan Harun sebagai anggota dewan PAW, ia meminta bantuan Wahyu Setiawan. Namun Wahyu meminta dana operasional sebesar 900 juta rupiah.

Disamping itu terdapat celah hukum berkaitan dengan PAW. Hal ini disebabkan adanya perbedahan penafsiran hukum terkait PAW. Sejal Juli 2019 setelah Nazarudin meninggal dunia Dewan Pimpinan Pusat atau DPP PDIP aktif menempuh upaya uji materiil peraturan KPU No.3 Tahun 2019 tentang pemungutan suara dalam pemilu. Permohonan yang diajukan pada 24 Juni 2019 itu resmi diajukan oleh ketua umum PDIP Megawati Soekarno Putri dan Sekjen PDIP Hasto Kristianto. Salah satu pokok permohonannya agar dalam rekapitulasi suara partai politik berwenang menetapkan sendiri caleg yang berhak mendapatkan pengalihan suara caleg yang sudah meninggal. Alasannya bahwa kendali pencalonan ada ditangan partai politik peserta pemilu.

Lalu pada 19 Juli 2019 MA mengeluarkan putusan yakni putusan MA nomor 57 P/HUM/2019 pada halaman 66-67 berbunyi "Penetapan Suara Calon Legislatif yang meninggal dunia kewenangannya diserahkan kepada pimpinan partai politik untuk diberikan kepada caleg yang dinilai terbaik". Setelah mendapatkan lampu hijau dari MA DPP PDIP perjuangan menyurati KPU pada 5 Agustus 2019 dengan ditandatangani oleh Sekjen PDIP, isinya meminta KPU memberikan suara Nazarudin kepada Harun. Dan pada 6 Desember 2019 bernada sama tetapi berupa permohonan PAW Rizky dengan Harun. Namun KPU menolak permintaan PDIP. Dalam rapat plenonya KPU tetap menetapkan peraih suara terbanyak kedua di dapil sumsel 1 Risky Aprilia yang berhak menggantikan Alm Nazarudin. Dasar hukum yang dipakai oleh KPU adalah Pasal 426 ayat (3) UU Pemilu yang berbunyi "Calon terpilih anggota DPR,DPRD Provinsi dan DPRD Kabupaten/Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diganti oleh KPU, KPU Provinsi, dan KPU Kabupaten/Kota dengan calon dari daftar calon tetap partai politik peserta pemilu yang sama di daerah pemilihan tersebut berdasarkan

suara calon suara terbanyak berikutnya". Oleh karena itu keputusan MA nomor 57 P/HUM/2019 bertentangan dengan UU No.7 Tahun 2017 tentang Pemilu. Sehingga KPU memilih mengabaikan Putusan MA walaupun putusan tersebut bersifat final dan mengikat. Sebab menurut hirarki peraturan perundang-undangan UU berada dibawah UUD, jadi kedudukan UU lebih tinggi dari putusan MA

Maka dapat ditarik garis kesimpulan bahwa partai politik memiliki kewenangan PAW. Sehingga kewenangan tersebut berorientasi pada suatu usaha pengontrolan dari partai politik yang wakilnya bersandar selaku badan parlemen. Partai Politik mempunyai kewenangan buat memantau serta mengatur kandidat mereka di lingkup badan perwakilan

yang bermaksud biar kader- kader dari partai politik senantiasa bertugas dengan bagus cocok peraturan hukum. Bila kandidat melaksanakan perihal yang tidak cocok dengan peraturan perundang- undangan hingga pergantian dampingi durasi bisa dilaksanakan. Pasal 22B UUD NRI 1945 dengan jelas melaporkan kalau wakil rakyat bisa digantikan dari jabatannya, yang syarat-syarat serta peraturanyang diatur dalam hukum. PAW atau recall jadi salah satu hak ataupun wewenang partai politik buat membagikan aksi mendisiplinkan anggotanya supaya dalam melaksanakan. Tetapi disis lain PAW dipergunakan selaku alat yang efisien untuk menghilangkan anggota dewan yang berhadapan dengan kebutuhan pengasuh partai politik, akhirnya keberadaan badan perwakilan amat terkait dengan hasrat pengasuh partai politik, alhasil menggeser arah anggota dewan jadi agen kebutuhan pengasuh partai politik, Selain itu terdapat perbenturan hukum terkait peeraturan PAW dapat menjadi ajang suap menyuap apabila kewenangan terkait caleg yang menggantikan anggota dewan yang di PAW di tangan partai poltik. Padahal kehadiran badan perwakilan dipilih oleh masyarakat dalam sesuatu pemilihan umum yang bersifat langsung, bebas, jujur dan adil.

### **KESIMPULAN**

Penulis dapat menyimpulkan partai politik memiliki kewenangan PAW. Sehingga kewenangan tersebut berorientasi pada suatu usaha pengontrolan dari partai politik yang wakilnya bersandar selaku badan parlemen. Partai Politik mempunyai kewenangan buat memantau serta mengatur kandidat mereka di lingkup badan perwakilan yang bermaksud biar kader- kader dari partai politik senantiasa bertugas dengan bagus cocok peraturan hukum. Bila kandidat melaksanakan perihal yang tidak cocok dengan peraturan perundang- undangan hingga pergantian dampingi durasi bisa dilaksanakan. Pasal 22B UUD NRI 1945 dengan jelas melaporkan kalau wkil rakyat bisa digantikan dari jabatannya, yang syarat-syarat serta peraturanyang diatur dalam hukum. PAW atau recall jadi salah satu hak ataupun wewenang partai politik buat membagikan mendisiplinkan anggotanya supaya dalam melaksanakantugasnya. Tetapi disis lain PAW dipergunakan selaku perlengkapan yang efisien untuk menghilangkan anggota dewan yang berhadapan dengan kebutuhan pengasuh partai politik, akhirnya keberadaan anggota dewan amat terkait dengan hasrat pengasuh partai politik, alhasil menggeser arah wakil rakyat jadi agen kebutuhan pengasuh partai politik, Selain itu terdapat perbenturan hukum terkait peeraturan PAW dapat menjadi ajang suap menyuap apabila kewenangan terkait caleg yang menggantikan anggota dewan yang di PAW di tangan partai poltik. Padahal kehadiran badan perwakilan dipilih oleh masyarakat dalam sesuatu pemilihan umum yang bersifat langsung, bebas, jujur dan adil.

### **SARAN**

PAW tidak serta menjadi alat politik partai untuk mengganti orang, namun apabila ada PAW maka akan menjadi batasan kekuasaan anggota dewan karna kekuasaan yang tidak dibatasi maka akan terjadi kesewenang-wenangan maka dari itu bila ada PAW haruslah PAW yang bersyarat jadi orang yang di PAW berhak memiliki hak jawab atau hak membela atas kedudukan tersebut

sebab PAW yang diterapkan saat ini orang yang di PAW hanya berhak menanyakan alasan pada majelis kehormatan partai tanpa hak membela.

Selain itu perlu adanya peraturan baru mengenai PAW sebab perbenturan hukum

terkait PAW menyebabkan celah hukum dan hal tersebut dapat dijadikan ajang suap menyuap.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] B. Kusuma, Ananda, Jurnal Konstitusi Volume 3 Nomor 4 Tentang Recall, (Jakarta: MK RI, 2006)
- [2] Farida,Rida, Mekanisme Pergantian Antar Waktu (PAW) Anggota DPR dan Implikasinya dalam Konsep Perwakilan Rakyat. Jurnal Cita Hukum, Vol.I No.2.
- [3] Held,David, Demokrasi & Tatanan Global, Cetakan I, (Yogyakarta:Pustaka Belajar ,2004)
- [4] R. Siragih, Bintan, Lembaga Perwakilan dan Pemilihan Umum di Indonesia, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1988)
- [5] Simabura, Harles, Parlemen Indonesia, Cetakan I, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011)
- [6] [http://www.hukumonline.com/Mempertanyakan Hegemoni Penggantian Antar Waktu \(PAW\) Anggota DPR di Tangan Partai Politik, diaskes pada 25 Februari 2022.](http://www.hukumonline.com/Mempertanyakan_Hegemoni_Penggantian_Antar_Waktu_(PAW)_Anggota_DPR_di_Tangan_Partai_Politik,_diaskes_pada_25_Februari_2022)

---

## KURIKULUM 2013 DARURAT : ANTARA SOLUSI PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI DAN PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN

Oleh

Susilo Surahman

Universitas Islam 45 Bekasi

E mail : [susilo.surahman@iain-surakarta.ac.id](mailto:susilo.surahman@iain-surakarta.ac.id)

---

### Article History:

Received: 03-04-2022

Revised: 19-04-2022

Accepted: 20-05-2022

### Keywords:

Kurikulum 2013 Darurat,  
Mutu Pendidikan,  
Pembelajaran Tatap Muka.

**Abstract:** Kurikulum 2013 Darurat merupakan salah satu alternatif pembelajaran yang dimunculkan oleh Kemendikbud, dengan menekankan pada aspek dasar penguasaan kompetensi inti dan kompetensi dasar. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan pembelajaran di MI Muhammadiyah Pojok Walikukun sejalan dengan Kurikulum 2013 Darurat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Pengambilan data mengguakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara analisis data dengan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kurikulum 2013 Darurat telah dilaksanakan di MI Muhammadiyah Pojok Walikukun sejak pertama kali diwacanakan tahun 2020. Selain menjadi solusi Pembelajaran Tatap Muka Terbatas dan Pembelajaran Jarak Jauh, Kurikulum 2013 Darurat oleh sekolah juga menjadi salah satu "senjata" perbaikan mutu pendidikan mengingat status sekolah ini yang masih berada pada tingkat Akreditasi B.

---

## PENDAHULUAN

Munculnya SKB 4 Menteri tentang Pembelajaran Tatap Muka Januari 2022 telah memunculkan kembali berbagai kebijakan dan wacana yang muncul di masa pandemi Covid-19. Salah satunya adalah penerapan Kurikulum 2013 Darurat. Pengembangan kurikulum sendiri merupakan hal yang wajar, mengingat terdapat perubahan di setiap masa, periode dan kehidupan, baik itu teknologi, ilmu, maupun sosial kemasyarakatan. Hal ini menunjukkan bahwa kurikulum pada dasarnya bersifat dinamis dan berubah sesuai arah dan kebutuhan<sup>1</sup>. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam pengembangan kurikulum, khususnya di Indonesia harus tetap mempertimbangkan dasar atau landasan kurikulum, yaitu: filosofis; sosial budaya agama; ilmu pengetahuan teknologi; kebutuhan individu; dan kebutuhan sosial kemasyarakatan.

Secara kronologis, SKB 4 Menteri yang dikeluarkan pada akhir tahun 2021, yang mengatur pembelajaran di lembaga pendidikan dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Muhammad Turmuzi and Wahidaturrahmi Wahidaturrahmi, "Analisis Kompetensi Profesional Dan Pedagogik Mahasiswa Pendidikan Matematika Dalam Implementasi Kurikulum 2013," *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN* 3, no. 2 (2021): 341–354.



Gambar 1. Kronologis SKB 4 Menteri

Sumber : <sup>2</sup>

Regulasi ini menganjurkan setiap Pemerintah Daerah untuk melaksanakan pembelajaran tatap muka secara terbatas. Selain itu Pemerintah Daerah tidak diperkenankan melarang lembaga pendidikan untuk melaksanakan pembelajaran tatap muka terbatas apabila telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan pemerintah pusat.

Kurikulum dalam Peraturan Pemerintah (PP) No 3 Tahun 2013 Angka (16) merupakan serangkaian aktivitas perencanaan hingga evaluasi sebagai bahan pelaksanaan pembelajaran untuk mencapai tujuan tertentu yang disepakati bersama. Kurikulum 2013 sendiri dalam prinsip dasarnya menekankan pada optimalisasi kompetensi pendidik dalam melaksanakan pembelajaran sehingga mampu menciptakan kondisi belajar yang bermakna, hingga pada akhirnya mampu mengoptimalkan pula potensi peserta didik <sup>3</sup>.

Dunia pendidikan di Indonesia pada masa pandemi Covid-19 mengenal untuk pertama kalinya pembelajaran daring, dimana kegiatan belajar mengajar dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan media teknologi. Dengan cukup belajar dari rumah, peserta didik diberikan kemudahan dalam belajar. Hal ini tentunya berdampak pula secara negatif, diantaranya: efektifitas belajar menurun; kurangnya bersinggungan langsung dengan lingkungan yang berpengaruh ke tumbuh kembang; serta potensi melemahnya daya tahan tubuh akibat rangkaian kegiatan selama pandemi <sup>4</sup>. Sementara itu pada ranah tertentu,

<sup>2</sup> Kemdikbud, "Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Pada Satuan Pendidikan Dalam Kondisi Khusus Menteri," *Pemerintah Indonesia* (2020): 1–9, <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/08/kemendikbud-terbitkan-kurikulum-darurat-pada-satuan-pendidikan-dalam-kondisi-khusus>.

<sup>3</sup> Ahmad Ainur Rofiq and Zaenal Arifin, "Implementasi Kurikulum Darurat Madrasah Di MAN I Kota Kediri," *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 2 (2021): 137–148.

<sup>4</sup> Hanum Aulia Azzahra, "Hambatan Pembelajaran Daring Dalam Membangun Karakter Siswa Sekolah

pembelajaran daring telah memunculkan pengalaman baru yang memberikan pelajaran berharga dalam mensikapi kondisi <sup>5</sup>.

Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tidak sepenuhnya memahami konteks dari pembelajaran daring, bahkan konteks dari Kurikulum 2013 itu sendiri. Ini menunjukkan tidak setiap masyarakat mampu menerima dengan baik adanya pembelajaran daring serta masih memerlukan waktu untuk beradaptasi. Pendapat masyarakat tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2: Persepsi Masyarakat  
Sumber : <sup>6</sup> (diolah)

Adaptasi pembelajaran masih menjadi Pekerjaan Rumah (PR) bersama di dunia pendidikan <sup>7</sup>. Sementara itu dalam ranah Kurikulum 2013 Darurat juga mengalami hal yang sama, yaitu kurang pahamnya peserta didik maupun wali murid terhadap implementasi Kurikulum 2013 Darurat itu sendiri <sup>8</sup>. Dalam hal ini diperlukan pemahaman terhadap Kurikulum 2013 Darurat yang memfokuskan diri pada kompetensi esensial dan kompetensi prasyarat sebagai bahan naik ke tingkat selanjutnya.

Terdapat beberapa hal yang secara fundamental membedakan antara pembelajaran tatap muka dengan pembelajaran daring, yaitu: *pertama*, pemilihan materi dan kompetensi esensial; *kedua*, persiapan pembelajaran, alokasi waktu, serta modifikasi kurikulum; *ketiga*,

---

Dasar Di Tengah Pandemi,” *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh* 21, no. 1 (2020): 33–38.

<sup>5</sup> Umniyatul Azizah, Acep Heris Hermawan, and Mohamad Erihadiana, “Implementasi Teori Belajar Sosial Albert Bandura Pada Kurikulum Darurat Covid-19,” *Forum Paedagogik* 12, no. 1 (2021): 1–14, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JP/article/view/3498>.

<sup>6</sup> Andriani Safitri et al., “Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Penerapan Kurikulum 2013,” *Jurnal Basicedu* 5, no. 6 (2021): 5296–5304.

<sup>7</sup> Megandarisari, “Adaptasi Kurikulum Pendidikan Anak Usia Dini Di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Inovasi Kurikulum* 5, no. 2 (2019): 105–123.

<sup>8</sup> Wadak Wahyuning Camalia, Meirza Nanda Faradita, and Kunti Afiani Ayu Dian, “Penerapan Pembelajaran Kurikulum Darurat Berbantu Sarana Google Meet Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 9722–9729.

adaptasi terhadap teknologi dan tuntutan inovasi; *keempat*, pemantauan dan pengamatan peserta didik sebagai dasar penilaian <sup>9</sup>.

Kurikulum 2013 Darurat muncul sejak ditetapkannya regulasi Keputusan Kemendikbud No 719/P/2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Pada Satuan Pendidikan Dalam Kondisi Khusus. Dalam hal ini kondisi khusus yang dimaksud adalah adanya Pandemi Covid-19 yang mengubah secara fundamental pembelajaran, dari tatap muka menjadi jarak jauh. Regulasi ini menegaskan pentingnya pelaksanaan pembelajaran dengan tetap mengacu pada prinsip kurikulum nasional, yaitu:

Tabel 1. Delapan Prinsip Kurikulum 2013 Darurat

PRINSIP	DESKRIPSI
Aktif	Menekankan pengalaman sebagai belajar dalam mengembangkan pola pikir
Relasi sehat	Harapan yang tinggi pada pendidikan sehingga memunculkan rasa aman dalam belajar, saling peraya, menghormati, menghargai serta peduli.
Inklusif	Pembelajaran tanpa diskriminasi
Keberagaman budaya	Pemahaman, penghargaan dan rasa hormat terhadap pluralitas budaya bangsa
Orientasi sosial	Menyadari sepenuhnya individu sebagai bagian dari sistem sosial kemasyarakatan yang kompleks
Orientasi masa depan	Mengajarkan pada pemecahan masalah
Kebutuhan dan kemampuan peserta didik	Peserta didik sebagai fokus utama pembelajaran memungkinkan optimalisasi potensi
Menyenangkan	Menumbuhkan sikap aktif, mampu berkreasi sesuai dengan tujuan awal pembelajaran

Sumber : <sup>10</sup>

Regulasi ini secara tidak langsung menegaskan pula bahwa sekolah dalam melaksanakan pembelajaran diberikan kebebasan dalam kreativitas mengajar sesuai dengan kebutuhan peserta didik. Di sisi lain, baik pendidik maupun peserta didik tidak terbebani dengan implementasi kurikulum nasional secara keseluruhan dan utuh. Dengan demikian peserta didik ikut terbantu pula dengan standar kelulusan sesuai kebijakan pemerintah dan sekolah. Berbagai media dan proses pembelajaran lahir di masa pandemi ini, salah satunya adalah: *e-learning*, *blended learning*, *home visit*, dll <sup>11</sup>. Kreativitas dan pengembangan

<sup>9</sup> Adi Syaputra and Enung Hasanah, "Manajemen Kurikulum Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Di Masa Pandemi COVID-19," *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (2021): 208–224.

<sup>10</sup> DAN TEKNOLOGI KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, *Penyesuaian SKB 4 Menteri Tentang Panduan Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19*, 2022.

pembelajaran inilah sebagai bukti kebebasan lembaga pendidikan dalam mengelola kurikulum dan proses pembelajaran.

Berbagai lembaga pendidikan, tidak hanya di tingkat Dasar dan Menengah, bahkan di tingkat PAUD pun melakukan proses kreativitas pembelajaran di masa pandemi<sup>12</sup>. Pada tingkat Sekolah Menengah, misalnya, melibatkan pula komunikasi yang intens pada Kelompok Kerja Guru (KKG)<sup>13</sup>.

Madrasah Ibtidaiyah (MI) Muhammadiyah Pojok Walikukun berada di Jalan KH Agus Salim No 52, Walikukun, Kecamatan Widodaren, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. Berdasarkan data yang diperoleh, sekolah ini terakhir kali melakukan akreditasi pada tahun 2018 dengan total nilai akhir adalah 88. Hal ini menunjukkan sekolah ini berada pada status Akreditasi B. Proses perbaikan terus dilakukan sejalan dengan harapan untuk dapat meningkatkan mutu pendidikan melalui status akreditasi yang tertinggi. Salah satu agenda yang disiapkan adalah melaksanakan pembelajaran yang sesuai dan searah dengan regulasi pemerintah, khususnya di masa Pandemi Covid-19.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis bermaksud untuk menjelaskan proses pembelajaran berbasis Kurikulum 2013 Darurat di MI Muhammadiyah Pojok Walikukun.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilaksanakan di Madrasah Ibtidaiyah (MI) Muhammadiyah Pojok Walikukun, Jalan KH Agus Salim No 52, Walikukun, Kecamatan Widodaren, Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. Kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Mohamad Eri Hadiana et al., “Pengembangan Kurikulum Darurat Covid-19 (Model Dan Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19),” *Naturalistic; Jurnal Kajian Penelitian dan Pendidikan dan Pembelajaran* 6, no. 1 (2021): 1019–1028.

<sup>12</sup> Mici Ara Monica and Yaswinda, “Analisis Implementasi Kurikulum 2013 Dimana Pandemi Covid-19 Di Taman-Kanak Di Kecamatan Sungai Beremas,” *Jurnal Ilmiah Potensia* 6, no. 2 (2021): 165–171, <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/potensia/article/view/17313/8630>.

<sup>13</sup> Juabdin Heru Sada, “Jurnal Pendidikan Islam,” *Manusia Dalam prespektif agama islam* 7, no. September (2016): 2086–9118.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data triangulasi digunakan dalam mengumpulkan data; proses reduksi data; penyajian; serta penarikan kesimpulan.

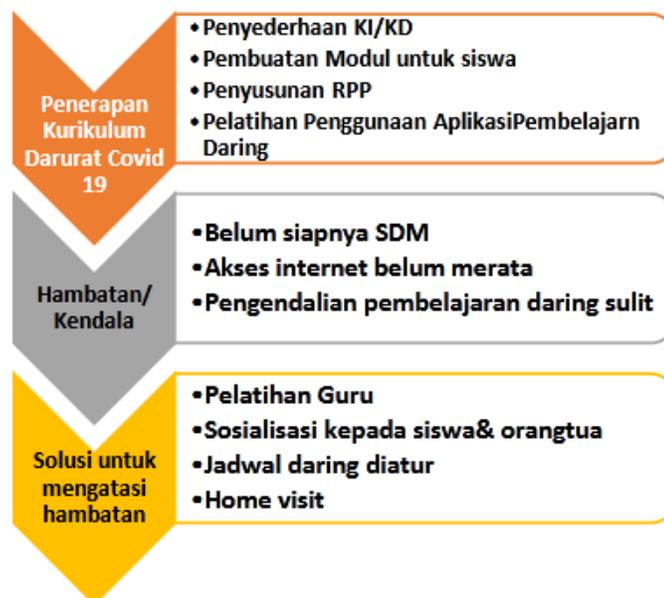
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kurikulum Darurat merupakan alternatif solusi terhadap potensi munculnya problematika dalam pembelajaran dengan menyertakan 3 (tiga) opsi di dalamnya, yaitu memberikan kebebasan lembaga pendidikan dalam memilih: tetap menggunakan Kurikulum 2013, menggunakan Kurikulum Darurat, atau melakukan penyederhanaan kurikulum secara mandiri<sup>14</sup>.

Kurikulum 2013 Darurat sendiri merupakan penyederhanaan kurikulum nasional di masa Pandemi Covid-19. Hal ini dilakukan dengan mengurangi kompetensi dasar di mata pelajaran sehingga hanya berfokus pada indikator tertentu dalam pencapaian menuju jenjang, tingkat, atau level pendidikan selanjutnya. Kemendikbud No 719/P/2020 dalam hal ini telah memfasilitasi adanya pembelajaran yang mengacu pada penyederhanaan kurikulum secara mandiri. Kurikulum yang dipersiapkan secara khusus memang diharapkan dalam regulasi ini. Penyederhanaan kurikulum dilakukan oleh MI Muhammadiyah Pojok Walikukun sendiri dengan tetap mengacu pada Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) yang tetap berpedoman pada adanya kegiatan pembuka, inti, dan penutup.

RPP dijadikan salah satu agenda utama lembaga pendidikan dalam mengimplementasikan Kurikulum 2013 Darurat. Disatu sisi RPP dijadikan acuan sebagai bahan penilaian akreditasi, namun disisi lain terdapat problematika yang berpotensi muncul, sebagaimana digambarkan dalam hasil penelitian sebagai berikut:

<sup>14</sup> Zuniar Kamaluddin Maburi, "TINJAUAN KURIKULUM DARURAT (DALAM KONDISI KHUSUS)," *JPP: Jurnal Penelitian Pendidikan* 13, no. 2 (2021): 1905–1913.



Gambar 4. Proses Implementasi Kurikulum 2013 Darurat

Sumber : <sup>15</sup>

Data di atas menjelaskan masih ada lembaga sekolah yang mengalami kendala dalam implementasi Kurikulum 2013 Darurat. Pada awalnya konsep Kurikulum 2013 Darurat yang meringkas berbagai kompetensi menjadi hanya beberapa kompetensi dasar diharapkan akan mempermudah pembelajaran. Namun faktanya justru masih menyisakan problematika baru, walau pada akhirnya terdapat solusi dalam mengatasi problematika tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian yang menyebutkan bahwa banyak harapan terhadap implementasi Kurikulum 2013 Darurat, dimana didalam pembelajaran terdapat waktu serta materi belajar yang telah dikurangi <sup>16</sup>.

Secara umum dapat digambarkan implementasi Kurikulum 2013 Darurat yang dilakukan diberbagai lembaga pendidikan adalah proses perencanaan; pelaksanaan; dan evaluasi<sup>17</sup>. Dalam proses perencanaan, lembaga pendidikan mempunyai divisi khusus semacam Tim Penyusun Kurikulum (TPK). Sementara itu dalam proses pelaksanaan melibatkan lingkup yang lebih luas dengan monitoring dari berbagai pihak dalam sebuah lembaga pendidikan. Sedangkan dalam proses evaluasi memerlukan objektivitas penilaian diri.

Penilaian yang dilakukan di MI Muhammadiyah Pojok Walikukun melibatkan pula

<sup>15</sup> Sumarbini and Enung Hasanah, "Penerapan Kurikulum Darurat Pada Masa Covid-19 Di SMK Muhammadiyah Semin, Yogyakarta," *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 7, no. 2 (2021): 9–18, <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIME/index>.

<sup>16</sup> Zanelia Nafendani, Liza Husnita, and Jaenam, "PERSEPSI GURU TENTANG PENYEDERHANAAN KURIKULUM 2013 MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MATA PELAJARAN SEJARAH TAHUN AJARAN 2020/2021 DI SMAN 1 SUNGAI RUMBAI DAN SMAN 2 SUNGAI RUMBAI," *JOURNAL ON TEACHER EDUCATION* 3, no. 1 (2021): 59–64.

<sup>17</sup> Rofiq and Arifin, "Implementasi Kurikulum Darurat Madrasah Di MAN I Kota Kediri."

aspek otentik, dimana didalamnya memuat penilaian sikap; pengetahuan; dan keterampilan. Penilaian dengan aspek otentik ini untuk menjamin objektivitas<sup>18</sup>.

Keputusan Dirjen Pendis No 2791 Tahun 2020 Tentang Panduan Kurikulum Darurat pada Madrasah menyebutkan bahwa walaupun di masa pandemi, namun proses penilaian peserta didik sebagai bahan evaluasi serta indikator kenaikan ke tingkat berikutnya tetap perlu dilakukan. Hal ini mengingat pada masa pandemi, tidak hanya evaluasi proses pembelajaran, namun juga proses evaluasi terhadap peserta didik<sup>19</sup>. Untuk itulah berkaitan dengan penilaian hasil belajar, selain mengacu pada aturan tersebut, MI Muhammadiyah Pojok Walikukun juga mengacu pada Kemendikbud No 719/P/2020, dimana didalamnya menyebutkan bahwa terdapat prinsip penilaian dalam Kurikulum 2013 Darurat, yaitu:

Tabel 2. Implementasi Prinsip Penilaian Kurikulum 2013 Darurat

PRINSIP	DESKRIPSI	IMPLEMENTASI
Valid	Penilaian menggunakan sumber data yang benar adanya	Melibatkan orangtua dalam pengawasan dan pendampingan belajar
Reliabel	Penilaian melalui indikator yang dapat diukur dan terarah, sehingga hasilnya dapat dipercaya	Memberikan penugasan sesuai tanggungjawab dan aktivitas sesuai tahap perkembangan (foto, video bermain bersama teman sebaya, pekerjaan rumah, dll)
Adil	Tidak merugikan peserta didik	Pemberian pembelajaran tatap muka pada peserta didik yang mengalami kendala
Fleksibel	Menyesuaikan kondisi serta kebutuhan peserta didik	Layanan pembelajaran individual
Otentik	Penilaian berfokus pada pencapaian kriteria tertentu yang telah ditetapkan dan difokuskan pada pemecahan masalah	RPP yang telah disepakati bersama
Integrasi	Dapat dijadikan sebagai dasar evaluasi.	Penilaian silang antar pendidik mengingat konsep pembelajaran tematik

Sumber : <sup>20</sup> (diolah)

<sup>18</sup> Ulinniam et al., "Penerapan Kurikulum Revisi 2013 Di Masa Pandemi Pada SMK IBS Tathmainul Qullub Indramayu," *Jurnal Pendidikan Indonesia* 2, no. 1 (2021): 118–126.

<sup>19</sup> Ucup Supriatna, "Implementasi Kebijakan Kurikulum Darurat Madrasah," *Ta'Limuna* 10, no. 01 (2021): 42–54, <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/talimuna/article/view/594/352>.

<sup>20</sup> KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, *Penyesuaian SKB 4 Menteri Tentang*

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat diketahui bahwa MI Muhammadiyah Walikukun dalam proses penilaian menggunakan acuan penyederhanaan kurikulum. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesenjangan yang terjadi terhadap keunikan dan karakteristik yang berbeda dari tiap peserta didik. Penilaian dengan didasarkan pada aspek peserta didik diperlukan sebagai upaya perencanaan dan peningkatan output peserta didik pula. Selain itu peningkatan mutu pendidikan juga memerlukan proses penilaian sebagai salah satu standar yang harus terpenuhi (Didit Haryadi dan Fitri Nur, 2021: 106). Dikatakan pula bahwa penerapan Kurikulum 2013 Darurat merupakan variabel penting dalam peningkatan mutu pendidikan.

Kurikulum 2013 Darurat menurut pandangan Hukum Tata Negara merupakan bentuk kepedulian pemerintah dalam pemenuhan hak pendidikan bagi warga negara. Hal ini mengingat Kurikulum 2013 Darurat menuntut guru untuk tidak terburu-buru dalam mengejar target kurikulum nasional. Hal ini tentunya akan menuntut konsekuensi pendidik untuk lebih mengefektifkan proses pembelajaran (Jaka Bangkit dan Rastini, 2020: 172).

Dalam implementasi Kurikulum 2013 Darurat, berbagai lembaga pendidikan mentafsirkan kebebasan dalam menyusun kurikulum, sebagaimana tertuang dalam Keputusan Kemendikbud No 719/P/2020, sebagai langkah awal dalam membuat kebijakan penting. Salah satunya adalah memulai perencanaan persiapan kurikulum. Lembaga pendidikan berbondong-bondong melakukan pertemuan (rapat) membahas hal ini (Wahyu Andriani dan Heru Purnomo, 2021: 125).

Sementara itu faktor pendukung implementasi pembelajaran berbasis pada Kurikulum 2013 Darurat adalah motivasi yang tinggi dari sumberdaya manusia yang menginginkan perubahan status akreditasi serta kemudahan dalam proses pembelajaran. Sementara itu faktor penghambatnya adalah Pembelajaran Tatap Muka Terbatas (PTM Terbatas) yang memadukan antara pembelajaran jarak jauh dan pembelajaran daring memerlukan dukungan sarana prasarana yang memadai, salah satunya adalah kesediaan *gadget* dan kuota.

## KESIMPULAN

Kurikulum 2013 Darurat yang telah diwacanakan dan menjadi isu nasional sejak masa Pandemi Covid-19 telah mendorong MI Muhammadiyah Walikukun untuk mempelajari lebih lanjut dan mengimplementasikannya. Saat ini, status akreditasi sekolah adalah B. Selain menjadi solusi Pembelajaran Tatap Muka Terbatas dan Pembelajaran Jarak Jauh, Kurikulum 2013 Darurat oleh sekolah juga menjadi salah satu "senjata" perbaikan mutu pendidikan dalam mencapai status akreditasi yang lebih tinggi. Pelaksanaan pembelajaran dengan Kurikulum 2013 Darurat juga dipilih dengan mempertimbangkan kondisi dilematis berbagai pihak dalam pembelajaran di masa Pandemi, dengan tetap memperhatikan regulasi pemerintah. Dengan penerapan Kurikulum 2013 Darurat diharapkan tidak terdapat permasalahan yang dapat muncul di kemudian hari, mengingat penerapan ini juga telah melalui proses panjang koordinasi pihak sekolah dengan wali murid dan Komite Sekolah.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Azizah, Umniyatul, Acep Heris Hermawan, and Mohamad Erihadiana. "Implementasi Teori Belajar Sosial Albert Bandura Pada Kurikulum Darurat Covid-19." *Forum Paedagogik* 12, no. 1 (2021): 1–14. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/JP/article/view/3498>.
- [2] Azzahra, Hanum Aulia. "Hambatan Pembelajaran Daring Dalam Membangun Karakter Siswa Sekolah Dasar Di Tengah Pandemi." *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak Jauh* 21, no. 1 (2020): 33–38.
- [3] Camalia, Wadak Wahyuning, Meirza Nanda Faradita, and Kunti Afiani Ayu Dian. "Penerapan Pembelajaran Kurikulum Darurat Berbantu Sarana Google Meet Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 3 (2021): 9722–9729.
- [4] Hadiana, Mohamad Eri, Erlita Octiana Nur'alimah Uin, Sunan Gunung, Djati Bandung, and Bandung Jawa Barat. "Pengembangan Kurikulum Darurat Covid-19 (Model Dan Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19)." *Naturalistic; Jurnal Kajian Penelitian dan Pendidikan dan Pembelajaran* 6, no. 1 (2021): 1019–1028.
- [5] Kemdikbud. "Pedoman Pelaksanaan Kurikulum Pada Satuan Pendidikan Dalam Kondisi Khusus Menteri." *Pemerintah Indonesia* (2020): 1–9. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2020/08/kemendikbud-terbitkan-kurikulum-darurat-pada-satuan-pendidikan-dalam-kondisi-khusus>.
- [6] KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI. *Penyesuaian SKB 4 Menteri Tentang Panduan Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19*, 2022.
- [7] Mabruuri, Zuniar Kamaluddin. "TINJAUAN KURIKULUM DARURAT (DALAM KONDISI KHUSUS)." *JPP: Jurnal Penelitian Pendidikan* 13, no. 2 (2021): 1905–1913.
- [8] Megandarisari. "Adaptasi Kurikulum Pendidikan Anak Usia Dini Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Inovasi Kurikulum* 5, no. 2 (2019): 105–123.
- [9] Monica, Mici Ara, and Yaswinda. "Analisis Implementasi Kurikulum 2013 Dimana Pandemi Covid-19 Di Taman-Kanak Di Kecamatan Sungai Beremas." *Jurnal Ilmiah Potensia* 6, no. 2 (2021): 165–171. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/potensia/article/view/17313/8630>.
- [10] Nafendani, Zanelia, Liza Husnita, and Jaenam. "PERSEPSI GURU TENTANG PENYEDERHANAAN KURIKULUM 2013 MASA PANDEMI COVID-19 DALAM MATA PELAJARAN SEJARAH TAHUN AJARAN 2020/2021 DI SMAN 1 SUNGAI RUMBAI DAN SMAN 2 SUNGAI RUMBAI." *JOURNAL ON TEACHER EDUCATION* 3, no. 1 (2021): 59–64.
- [11] Rofiq, Ahmad Ainur, and Zaenal Arifin. "Implementasi Kurikulum Darurat Madrasah Di MAN I Kota Kediri." *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences* 2, no. 2 (2021): 137–148.
- [12] Sada, Juabdin Heru. "Jurnal Pendidikan Islam." *Manusia Dalam prespektif agama islam* 7, no. September (2016): 2086–9118.
- [13] Safitri, Andriani, Fannia Sulistiana Putri, Hafni Fauziyyah, and Prihantini. "Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Penerapan Kurikulum 2013." *Jurnal Basicedu* 5, no. 6 (2021): 5296–5304.
- [14] Sumarbini, and Enung Hasanah. "Penerapan Kurikulum Darurat Pada Masa Covid-19 Di SMK Muhammadiyah Semin, Yogyakarta." *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 7, no. 2 (2021): 9–18. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JIME/index>.

- 
- [15] Supriatna, Ucup. "Implementasi Kebijakan Kurikulum Darurat Madrasah." *Ta'Limuna* 10, no. 01 (2021): 42-54. <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/talimuna/article/view/594/352>.
- [16] Syaputra, Adi, and Enung Hasanah. "Manajemen Kurikulum Dalam Pembelajaran Jarak Jauh Di Masa Pandemi COVID-19." *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan* 8, no. 2 (2021): 208-224.
- [17] Turmuzi, Muhammad, and Wahidaturrahmi Wahidaturrahmi. "Analisis Kompetensi Profesional Dan Pedagogik Mahasiswa Pendidikan Matematika Dalam Implementasi Kurikulum 2013." *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN* 3, no. 2 (2021): 341-354.
- [18] Ulinniam, Hidayat, Ujang Cepi Barlian, and Yosol Iriantara. "Penerapan Kurikulum Revisi 2013 Di Masa Pandem Pada SMK IBS Tathmainul Qullub Indramayu." *Jurnal Pendidikan Indonesia* 2, no. 1 (2021): 118-126.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

---

**PENERAPAN SANKSI PIDANA TERHADAP ANAK DI BAWAH UMUR YANG MELAKUKAN TINDAK KEJAHATAN (DITINJAU DARI TEORI SOCIAL REALITY OF CRIME)**

Oleh

Fitra Mulyawan

Fakultas Hukum UNES Padang

E-mail : [fitiainunes@gmail.com](mailto:fitiainunes@gmail.com)

---

**Article History:**

*Received:05-04-2022*

*Revised:28-04-2022*

*Accepted: 23-05-2022*

**Keywords:**

*Hukum Anak, Kejahatan,  
Implementasi Hukum*

**Abstract:** *Hukum anak adalah sekumpulan peraturan hukum yang mengatur tentang anak. Adapun hal-hal yang diatur dalam hukum anak itu, meliputi: Sidang pengadilan anak, Anak sebagai pelaku tindak pidana, Anak sebagai korban tindak pidana, Kesejahteraan Anak, Hak-hak Anak, Pengangkatan Anak, Anak Terlantar, Kedudukan Anak, Perwalian, Anak Nakal, dan lain sebagainya. Belakangan ini masalah kenakalan/kejahatan anak masih tetap merupakan persoalan yang aktual baik di negara-negara yang sedang berkembang, termasuk juga di dalamnya Indonesia. Perhatian dari berbagai pihak ke arah ini terus diupayakan baik melalui diskusi-diskusi, seminar-seminar yang dilakukan oleh organisasi non pemerintah maupun instansi pemerintah yang peduli terhadap masalah ini. Anak-anak nakal perlu ditangani melalui proses suatu lembaga Peradilan khusus karena mereka tidak mungkin di perlakukan sebagaimana orang dewasa. Sebagai upaya menciptakan implementasi hukum (Law implementing), Indonesia menerbitkan UU Pengadilan Anak, yang diharapkan agar penanganan anak nakal melalui sistem peradilan pidana dapat melindungi masa depan anak.*

---

**PENDAHULUAN**

Anak merupakan bagian dari generasi muda sebagai salah satu sumber daya manusia yang merupakan potensi dan penerus cita-cita perjuangan bangsa, yang memiliki peranan strategis dan mempunyai ciri-ciri dan sifat khusus, memerlukan pembinaan dan perlindungan dalam rangka menjamin pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental dan sosial secara utuh, serasi selaras, dan seimbang.<sup>1</sup>

Hukum anak adalah sekumpulan peraturan hukum yang mengatur tentang anak. Adapun hal-hal yang diatur dalam hukum anak itu, meliputi: Sidang pengadilan anak, Anak sebagai pelaku tindak pidana, Anak sebagai korban tindak pidana, Kesejahteraan Anak, Hak-hak Anak, Pengangkatan Anak, Anak Terlantar, Kedudukan Anak, Perwalian, Anak Nakal, dan

---

<sup>1</sup> Bambang Waluyo, *Pidana dan Pemidanaan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2004, hlm. 3.

lain sebagainya.<sup>2</sup>

Belakangan ini masalah kenakalan/kejahatan anak masih tetap merupakan persoalan yang aktual baik di negara-negara yang sedang berkembang, termasuk juga di dalamnya Indonesia. Perhatian dari berbagai pihak ke arah ini terus diupayakan baik melalui diskusi-diskusi, seminar-seminar yang dilakukan oleh organisasi non pemerintah maupun instansi pemerintah yang peduli terhadap masalah ini.

Anak-anak nakal perlu ditangani melalui proses suatu lembaga Peradilan khusus karena mereka tidak mungkin di perlakukan sebagaimana orang dewasa. Sebagai upaya menciptakan implementasi hukum (*Law implementing*), Indonesia menerbitkan UU Pengadilan Anak, yang diharapkan agar penanganan anak nakal melalui sistem peradilan pidana dapat melindungi masa depan anak.<sup>3</sup>

Perlindungan terhadap hak anak yang berkonflik dengan hukum di atur dalam Undang-undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 35 Tahun 2014, ditegaskan bahwa setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan kembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>4</sup>

Bagir Manan berpendapat bahwa anak-anak di lapangan hukum pidana diperlakukan sebagai “orang dewasa kecil”, sehingga seluruh proses perkaranya kecuali di Lembaga Pemasyarakatan dilakukan sama dengan perkara orang dewasa. Perlakuan yang berbeda hanya pada waktu pemeriksaan di sidang pengadilan, sidang untuk perkara anak dilakukan secara tertutup (Pasal 153 ayat (3) KUHAP) dan petugasnya (hakim dan jaksa) tidak memakai toga. Semua itu terkait dengan kepentingan fisik, mental dan sosial anak yang bersangkutan.<sup>5</sup>

Sistem peradilan pidana anak berbeda dengan sistem peradilan pidana bagi orang dewasa dalam berbagai segi. Peradilan pidana anak meliputi segala aktivitas pemeriksaan dan pemutusan perkara yang menyangkut kepentingan anak. Menekankan atau memusatkan pada “kepentingan anak” harus merupakan pusat perhatian dalam peradilan anak. Pembentukan peraturan perundang-undangan mengatur tentang peradilan pidana anak, hak-hak anak merupakan dasar pembentukan peraturan perundang-undangan tersebut. Ini berarti bahwa peradilan pidana anak yang adil memberikan perlindungan terhadap hak-hak anak, baik sebagai tersangka, terdakwa, maupun sebagai terpidana/narapidana, sebab perlindungan terhadap hak-hak anak ini merupakan tonggak utama dalam peradilan pidana anak dalam negara hukum.<sup>6</sup>

Pembentuk undang-undang, suatu pidana itu merupakan suatu sarana yang lebih sederhana untuk mendidik seorang anak daripada mengirimkan anak tersebut ke suatu lembaga pendidikan paksa, dimana anak perlu dididik secara sistematis untuk suatu jangka waktu yang cukup lama, bukan saja memerlukan biaya yang sangat besar melainkan juga merupakan suatu pengeangan yang terlalu lama terhadap seorang anak.

---

<sup>2</sup> Darwan Prinst, *Hukum Anak Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 1.

<sup>3</sup> Sri sutatiek, *Hakim Anak Di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Jakarta, 2011, hlm 16.

<sup>4</sup> Ruslan Reggong, *Hukum Pidana khusus*, Kencana, Jakarta, 2017, hlm 265.

<sup>5</sup> Gatot Supramono, *Hukum Acara Pengadilan Anak*, Jakarta, Djambatan, 2000, hlm. 9.

<sup>6</sup> Maidin Gultom, *Perlindungan Hukum Terhadap Anak*, Aditama, Bandung, 2010, Aditama, hlm. 6.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tulisan ini membahas tentang penerapan sanksi pidana terhadap tindak kejahatan yang dilakukan anak di bawah umur ditinjau dari teori *social reality of crime*. Teori ini melihat bahwa dalam masyarakat itu penuh dengan konflik, kelompok dominan ialah kelompok yang mampu menguasai agen-agen pemerintah. Dalam penerapan hukum, meskipun kelompok ini minoritas, mereka bisa merumuskan dan menerapkan aturan untuk melindungi kepentingannya, mengalahkan kelompok yang melawan atau menentang kepentingannya. Dari sisi teori ini akan dilihat bagaimana *social reality of crime* memandang penerapan sanksi terhadap kejahatan pidana yang dilakukan oleh anak di bawah umur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tindak Pidana Anak

Istilah “Peristiwa Pidana” atau “Tindak Pidana” adalah sebagai terjemahan dari istilah bahasa Belanda “*strafbaar feit*”. Dalam bahasa Indonesia disamping istilah “peristiwa pidana” untuk terjemahan *strafbaar feit* atau *delict* dikenal juga beberapa terjemahan lain tindak pidana, perbuatan pidana, perbuatan yang boleh dihukum dan perbuatan yang dapat dihukum.<sup>7</sup> *Strafbaar feit*, terdiri dari tiga kata, yakni *Straf*, *baar*, dan *feit*. Secara *literlijk*, kata “*straf*” artinya pidana, “*baar*” artinya dapat atau boleh dan “*feit*” adalah perbuatan. Dalam kaitannya dengan istilah *strafbaarfeit* secara utuh, ternyata *straf* diterjemahkan juga dengan kata hukum. Padahal sudah lazim hukum itu adalah terjemahan dari kata *recht*, seolah-olah arti *straf* sama dengan *recht*, yang sebenarnya tidak demikian halnya. Untuk kata “*baar*”, ada dua istilah yang digunakan yakni boleh dan dapat. Untuk kata *feit* digunakan empat istilah, yakni: tindak peristiwa, pelanggaran, dan perbuatan. Secara *literlijk* memang lebih pas untuk diterjemahkan dengan perbuatan.<sup>8</sup>

Menurut Tolib Setiadi,<sup>9</sup> pada dasarnya yang dimaksud dengan tindak pidana anak adalah tindak pidana yang dilakukan oleh anak-anak sebagaimana yang diatur dalam ketentuan pasal 45 KUHP. Kemudian apabila dengan memperhatikan Surat Edaran Kejaksaan Agung Republik Indonesia Nomor P. 1/20 tanggal 30 Maret 1951 menjelaskan bahwa penjahat anak-anak adalah mereka yang menurut hukum pidana melakukan perbuatan yang dapat dihukum, belum berusia 16 tahun (Pasal 45 KUHP). Menurut Pasal 1 butir 2 Undang-undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak, yang dimaksud dengan anak nakal adalah:

- a. Anak yang melakukan tindak pidana, atau
- b. Anak yang melakukan perbuatan yang dinyatakan dilarang bagi anak, baik menurut perundang-undangan maupun menurut peraturan hukum lain yang hidup dan berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.

Wagiati Soetodjo,<sup>10</sup> dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana di Indonesia, jelas terkandung makna bahwa suatu perbuatan pidana (kejahatan) harus mengandung unsur-unsur, yaitu:

- a. Adanya perbuatan manusia;

---

<sup>7</sup> C.S.T. Kansil dan Christine S. T. Kansil, *Pokok-Pokok Hukum Pidana*, cet. Ke1, Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, hlm. 37.

<sup>8</sup> Adami Chazawi, *Pelajaran Hukum Pidana I*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 69.

<sup>9</sup> Tolib Setiady, *Pokok-Pokok Hukum Penitensier Indonesia*, Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 176.

<sup>10</sup> Wagiati Soetodjo, *Hukum Pidana Anak*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2010, hlm 12.

- b. Perbuatan tersebut harus sesuai dengan ketentuan hukum;
- c. Adanya kesalahan;
- d. Orang yang berbuat harus dapat dipertanggung jawabkan.

Romli Atmasasmita<sup>11</sup> menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan *juvenile delinquency* adalah: "Setiap perbuatan atau tingkah laku seseorang anak dibawah umur 18 tahun dan belum kawin yang merupakan pelanggaran terhadap norma-norma yang berlaku serta dapat membahayakan perkembangan pribadi si anak yang bersangkutan".

Simanjuntak mengatakan bahwa *juvenile delinquency* adalah: "Suatu perbuatan itu disebut *delinkuen* apabila perbuatan-perbuatan tersebut bertentangan dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat dimana ia hidup, atau suatu perbuatan yang anti sosial dimana didalamnya terkandung unsur-unsur anti normatif.<sup>12</sup> Kartini Kartono mengatakan bahwa, *juvenile delinquency* adalah: "Perilaku jahat/dursila atau kejahatan/kenakalan anak-anak, merupakan gejala sakit (*patologi*) secara sosial pada anak-anak yang disebabkan oleh suatu bentuk pengabaian sosial sehingga mereka itu mengembangkan bentuk pengabaian tingkah laku yang menyimpang".<sup>13</sup>

Dari sudut politik kriminal, tidak terkendalikannya perkembangan kriminalitas yang semakin meningkat, dapat disebabkan oleh tidak tepatnya jenis sanksi pidana yang dipilih dan ditetapkan. Setidak-tidaknya perumusan pidana di dalam undang-undang yang kurang tepat menjadi faktor timbul dan berkembangnya kriminalitas (*faktor kriminogen*).<sup>14</sup> Penerapan hukum pidana untuk menanggulangi anak nakal sampai saat ini belum mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap menurunnya tingkat kenakalan anak di Indonesia. Melihat fakta yang ada, tampaknya esensi dikeluarkannya undang-undang Pengadilan Anak sebagai wujud perlindungan terhadap anak bermasalah masih jauh dari apa yang diharapkan. Adanya Undang-undang (*legal substance*) yang baik belum tentu dapat memberi jaminan akan dapat menghasilkan hal yang baik, tanpa ditunjang dengan aspek-aspek struktur hukum (*legal structure*), serta budaya hukum (*legal culture*) yang baik. Oleh karena itu, upaya pembaharuan hukum harus dilakukan secara menyeluruh, baik substansi, struktur, maupun budaya.

Namun demikian, satu hal yang perlu mendapatkan perhatian bahwa walaupun hukum pidana positif di Indonesia saat ini bersumber kepada KUHP buatan Belanda, tetapi penegakan hukum harus berbeda dengan filosofi penegakan hukum pidana seperti di zaman Belanda. Hal ini karena kondisi lingkungan atau kerangka besar hukum nasional sebagai tempat dioperasionalisasinya sudah jauh berubah. Penegakan hukum pidana positif harus berada dalam konteks ke Indonesian, bahkan dalam konteks Pembangunan Nasional dan Pembangunan Hukum nasional. Dalam salah satu kesimpulan Konvensi Hukum Nasional yang diselenggarakan pada bulan Maret 2008 menyatakan, bahwa; "Penegakan hukum dan sikap masyarakat terhadap hukum tidak boleh mengabaikan keadaan dan dimensi waktu saat hukum itu ditegakkan atau diberlakukan".<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Tolib Setiady, *Loc.cit.*

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm. 176.

<sup>13</sup> *Ibid*, hlm. 177.

<sup>14</sup> Muladi dan Barda Nawawi Arif, *Teori-teori dan kebijakan Pidana*, Cet, ke 2 Alumni, Bandung, 1992, hlm 98.

<sup>15</sup> Nandang Sambas. *Pembaharuan Sistim Pemidanaan Anak di Indonesia*. Graha Ilmu, Bandung, Graha Ilmu, 2010, hlm 136.

Sebagai bagian dari proses peradilan, maka proses pemidanaan tentunya tidak hanya didasarkan pada peraturan perundang-undangan pidana (hukum pidana positif) saja, tetapi harus memperhatikan rambu-rambu penegakan hukum dan keadilan dalam sistem hukum nasional. Rambu-rambu yang dimaksud cukup banyak kita jumpai dalam Undang-Undang Kekuasaan kehakiman antara lain menyatakan:<sup>16</sup>

- a. Pasal 18 ayat (2) UUD 1945 (amandemen ke dua)  
"Negara mengakui dan menghormati kesatuan-kesatuan masyarakat hukum adat beserta hak-hak tradisionalnya sepanjang masih hidup dan sesuai dengan perkembangan masyarakat dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang diatur dalam Undang-undang.
- b. Pasal 28 D UUD 1945 (amandemen ke dua)  
"Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum".
- c. Pasal 24 ayat (1) UUD 1945 (amandemen ke tiga), menyatakan:  
"Kekuasaan kehakiman merupakan kekuasaan yang merdeka untuk menyelenggarakan peradilan guna menegakkan hukum dan keadilan."
- d. Pasal 3 ayat (2) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman, bahwa:  
"Peradilan Negara menerapkan dan menegakkan hukum dan keadilan berdasarkan Pancasila".
- e. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang nomor 4 Tahun 2004 Tentang Kekuasaan Kehakiman, bahwa:  
Peradilan dilakukan "Demi Keadilan Berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa".
- f. Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman, bahwa:  
"Pengadilan mengadili menurut hukum dengan tidak membeda-bedakan orang".
- g. Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman, bahwa:  
"Segala putusan pengadilan selain harus memuat alasan dan dasar putusan tersebut, memuat pula pasal tertentu dari peraturan perundang-undangan yang bersangkutan atau sumber hukum tak tertulis yang dijadikan dasar untuk mengadili".
- h. Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 4 tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman, bahwa:  
"Hakim wajib menggali, mengikuti, dan memahami nilai-nilai hukum dan rasa keadilan yang hidup dalam masyarakat".

Pengaturan secara khusus tentang sistem pemidanaan terhadap anak, dalam KUHP diatur di dalam Bab III buku I tentang hal-hal yang menghapuskan, mengurangkan, atau memberatkan pengenaan pidana. Ketentuan sistem pemidanaan anak tersebut diatur dalam tiga Pasal, yakni Pasal 45, 46 dan 47 KUHP. Ketiga pasal tersebut antara lain mengatur batas usia anak dibawah umur, kewenangan hakim dalam menjatuhkan putusan tentang jenis-jenis sanksi yang berupa pidana dan tindakan, serta mengatur tentang lamanya pidana untuk anak yang melakukan tindak pidana.

Sebagai bentuk kepedulian Negara terhadap generasi penerus bangsa, sampai saat ini

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 137.

---

pemerintah Indonesia telah meratifikasi Konvensi Hak Anak melalui Kepres Nomor 36 Tahun 1990 tentang Pengesahan *Convention On The Rights Of The Child*. Selain itu, pemerintah juga menerbitkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1997 Pengadilan Anak, dan Undang-Undang No. 5 Tahun 1998 tentang Konvensi Menentang Penyiksaan dan Perlakuan atau Penghukuman Lain yang Kejam, tidak Manusiawi atau Merendahkan Martabat Manusia. Kemudian, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (HAM). Selanjutnya, ditetapkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak, serta peraturan perundang-undangan lainnya.

Penerbitan Undang-undang Pengadilan Anak, antara lain ditujukan untuk memperbaiki hukum pidana anak di Indonesia, agar putusan pengadilan anak menjadi lebih baik dan berkualitas, karena putusan hakim akan mempengaruhi kehidupan anak dimasa yang akan datang. Berdasarkan pertimbangan sosiologis maupun filofofis dibentuknya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak, karena menyadari bahwa anak merupakan generasi penerus cita-cita perjuangan bangsa, serta sebagai sumber daya insansi bagi pembangunan nasional, maka diperlukan pembinaan yang terus menerus baik fisik, mental, maupun kondisi sosialnya, serta perlindungan dari segala kemungkinan yang akan membahayakan mereka dan bangsa dimasa depan.<sup>17</sup> Termasuk, munculnya fenomena penyimpangan perilaku di kalangan anak, bahkan perbuatan melanggar hukum yang dapat merugikan baik bagi dirinya sendiri, maupun masyarakat.

Tujuan dan dasar pemikiran dari peradilan pidana anak tidak dapat dilepaskan dari tujuan utama mewujudkan kesejahteraan anak yang pada dasarnya merupakan bagian integral dari kesejahteraan sosial. Lady Wotton menyatakan, tujuan dari hukum pidana untuk mencegah terjadinya perbuatan-perbuatan yang dapat merusak masyarakat dan bukanlah untuk membalas kejahatan yang telah dilakukan pembuat dimasa yang lampau akan doktrin yang telah berlaku secara konvensional ini telah menempatkan *mens rea* ditempat yang salah. *Mens rea* itu hanya penting setelah penghukuman, sebagai suatu petunjuk tentang ukuran-ukuran apakah yang akan diambil untuk mencegah terulangnya kembali perbuatan-perbuatan terlarang itu.

Marlina menyatakan, tujuan dari hukum pidana anak adalah untuk menyembuhkan kembali keadaan kejiwaan anak yang telah terguncang akibat perbuatan pidana yang telah dilakukannya. Tujuan pidana tidak semata-mata menghukum anak yang sedang bersalah, akan tetapi membina dan menyadarkan kembali anak yang telah melakukan kekeliruan atau telah melakukan perbuatan menyimpang. Hal ini penting mengingat bahwa apa yang telah dilakukannya perbuatan salah yang melanggar hukum. Untuk itu penjatuhan pidana bukanlah satu-satunya upaya untuk memproses anak yang telah melakukan tindak pidana.<sup>18</sup>

Anak merupakan seseorang yang dianggap belum dewasa dari segi umur. Batasan seseorang dikatakan sebagai anak tidak memiliki keseragaman. Undang- Undang dan peraturan serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku di Indonesia menentukan tingkatan usia seseorang dikatakan sebagai anak, namun Undang-Undang dan peraturan serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku di Indonesia tersebut tidak memiliki keseragaman dalam menentukan tingkatan usia seseorang dapat dikatakan sebagai anak.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Penjelasan umum Undang-undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak

<sup>18</sup> Marlina, *Peradilan Pidana Anak di Indonesia*, Cet. 1, Refika Aditama, Bandung, 2009, hlm 158.

<sup>19</sup> Paulus Hadisuprpto, *Junvenile Delinquency; Pemahaman dan penanggulangannya*, Citra Adtya Bakti,

Lilik Mulyadi berpendapat ditinjau dari aspek yuridis maka pengertian anak dimata hukum positif Indonesia lazim diartikan sebagai orang yang belum dewasa (*minderjarigeperson under age*), orang di bawah umur atau keadaan di bawah umur (*minderjarigheic Uinferiority*), atau kerap juga disebut sebagai anak yang dibawah pengawasan wali (*minderjarige ondervoordij*).<sup>20</sup>

Ada beberapa pengertian mengenai anak dalam peraturan di Indonesia, antara lain :

- a. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak Pasal 1 anak adalah orang yang telah berumur 12 (dua belas) tahun, tetapi belum berumur 18 (delapan belas) tahun, yang diduga melakukan tindak pidana.
- b. Pasal 145 KUHP, disebut anak apabila belum berumur 16 (enam belas) tahun.
- c. Pengertian anak menurut Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.
- d. Undang-Undang No. 4 Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak, dalam ketentuan Pasal 1 ayat (2) merumuskan bahwa anak adalah seorang yang belum mencapai usia 21 tahun dan belum pernah kawin.
- e. Undang-Undang No 12 Tahun 1995 tentang Lembaga Pemasyarakatan, seseorang disebut sebagai anak jika berusia maksimal 18 tahun.
- f. Undang-Undang No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia menjabarkan pengertian tentang anak ialah setiap manusia yang berusia dibawah 18 (delapan belas) tahun dan belum menikah termasuk anak yang masih dalam kandungan apabila hal tersebut adalah demi kepentingannya.

Menurut Marlina, dalam buku Peradilan Pidana Anak di Indonesia menyimpulkan bahwa definisi menurut perundangan negara Indonesia, anak adalah manusia yang belum mencapai 18 tahun termasuk anak yang masih dalam kandungan dan belum menikah.<sup>21</sup> Oleh karena itu, anak tidak dapat dikenakan pertanggungjawaban pidana secara penuh, karena seseorang anak masih mempunyai keterbatasan kemampuan berfikir dan berada dalam pengawasan orang tua atau walinya. Menurut undang-undang Sistem Peradilan Pidana Anak, pengertian anak yang dimasukkan dalam sistem peradilan pidana anak adalah Anak yang telah berumur 12 (dua belas) tahun, tetapi belum berumur 18 (delapan belas) tahun yang diduga melakukan tindak pidana.

Perbuatan yang dikualifikasikan sebagai tindak pidana anak adalah setiap perbuatan baik berupa kejahatan maupun pelanggaran sebagaimana diatur dalam perundang-undangan hukum pidana. Bahkan berdasarkan undang-undang Sistem Peradilan Pidana Anak diperluas lagi, bukan hanya perbuatan yang dilarang oleh perundang-undangan hukum pidana melainkan termasuk perbuatan yang dilarang menurut peraturan hukum lain yang hidup dan berkembang di masyarakat. Artinya, setiap bentuk tindakan yang dikategorikan sebagai sebuah kejahatan pidana yang biasanya dilakukan oleh orang dewasa, jika dilakukan oleh anak, maka aturan pidana juga berlaku bagi si anak. Hanya saja anak yang melakukan tindakan kejahatan tidak disebut sebagai pelaku kriminal.

---

Bandung, 1997, hlm. 9.

<sup>20</sup> Lilik Mulyadi, *Pengadilan Anak di Indonesia Teori, Praktek Permasalahannya*, Mandar Maju, Bandung, 2005, hlm. 3-4.

<sup>21</sup> Marlina, *Op. Cit*, hlm. 1.

Perbedaan antara kejahatan yang dilakukan oleh orang dewasa dan anak di bawah umur terdapat dalam proses hukumnya. Undang-undang di Indonesia menuntut perlakuan khusus dalam menangani kejahatan anak. Menurut undang-undang Perlindungan Anak, perlindungan khusus bagi anak yang berkonflik diatur secara khusus dalam Pasal 64 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Anak yang dilaksanakan melalui :

- a. Perlakuan terhadap anak secara manusiawi sesuai dengan martabat dan hak-hak anak.
- b. Penyediaan petugas pendamping khusus.
- c. Penyediaan sarana dan prasarana khusus.
- d. Penjatuhan sanksi yang tepat untuk kepentingan terbaik bagi anak.
- e. Pemantauan dan pencatatan terus menerus terhadap perkembangan anak yang berhadapan dengan hukum.
- f. Pemberian jaminan untuk mempertahankan hubungan dengan orang tua atau keluarganya, atau.
- g. Perlindungan dari pemberitaan identitas melalui media massa dan untuk menghindari labelisasi.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak merupakan cerminan dari adanya keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum dalam suatu masyarakat, yang merupakan hasil interaksi karena adanya hasil interelasi antara fenomena yang ada dan saling mempengaruhi. Oleh sebab itu, semua usaha yang melindungi anak, melaksanakan hak dan kewajiban anak merupakan suatu hal yang dapat memperjuangkan kelangsungan hidup anak serta mengembangkan dirinya sebagai suatu perlindungan bagi dirinya sendiri.

Dalam pelaksanaan hukum perlindungan anak yang harus diperhatikan adalah, bahwa keputusan mengenai anak hanya dapat diambil demi kepentingan anak. Kegiatan perlindungan anak merupakan suatu tindakan hukum yang membawa akibat hukum, sehingga perlu diadakan jaminan perlindungan hukum bagi kegiatan perlindungan anak, yang lebih mengarah pada perkembangan anak, sehingga anak dapat tumbuh dan berkembang sesuai fisik, mental dan sosial.

Nandang Sambas mengatakan, dalam konteks upaya memberikan perlindungan hukum terhadap anak, kiranya penggunaan kualifikasi tindak pidana dengan menggunakan istilah anak nakal akan lebih tepat untuk menghilangkan cap yang kurang baik bagi perkembangan psikologi anak dikemudian hari. Namun demikian ada juga pendapat yang ingin menggunakan istilah “anak bermasalah dengan hukum” sebagaimana digunakan dalam Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Menurutnya penggunaan istilah “anak bermasalah dengan hukum” lebih bersifat subyektif, dalam arti ditujukan terhadap anak secara individu. Sedangkan istilah anak nakal secara objektif ditujukan terhadap perilaku anak.<sup>22</sup>

Terhadap tindak pidana yang dilakukan oleh anak, Menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak. Sanksi hukuman bagi anak yang berupa pidana terdiri atas pidana pokok dan pidana tambahan. Untuk pidana pokok terdiri dari 5 (lima) macam sebagaimana telah ditetapkan Pasal 71 ayat (1) dan sanksi pidana tambahan terdiri dari 2 (dua) macam dalam Pasal 71 ayat (2) Undang- Undang Sistem Peradilan Anak

---

<sup>22</sup> Nandang Sambas, *Pembaruan Sistem Pemidanaan Anak Di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm. 167.

yaitu : Pasal 71 Undang-Undang No. 11 Tahun 2012:

1. Pidana pokok bagi Anak terdiri atas:
  - a. Pidana peringatan;
  - b. Pidana dengan syarat:
    - 1) Pembinaan di luar lembaga
    - 2) Pelayanan masyarakat; atau
    - 3) Pengawasan.
  - c. Pelatihan kerja
  - d. Pembinaan dalam lembaga; dan
  - e. Penjara
2. Pidana tambahan terdiri atas:
  - a. Perampasan keuntungan yang diperoleh dari tindak pidana; atau
  - b. Pemenuhan kewajiban adat.
3. Apabila dalam hukum materiil diancam pidana kumulatif berupa penjara dan denda, pidana denda diganti dengan pelatihan kerja.
4. Pidana yang dijatuhkan kepada Anak dilarang melanggar harkat dan martabat anak.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai bentuk dan tata cara pelaksanaan pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Selain sanksi pidana, sanksi dalam bentuk tindakan juga dapat diberikan kepada anak yang melakukan tindak kejahatan. Sanksi ini lebih menitikberatkan kepada pembinaan dalam bentuk pendidikan dari pada hukuman. Sanksi ini terdapat dalam Pasal 82 Undang-Undang No. 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Anak:

1. Tindakan yang dapat dikenakan kepada Anak meliputi:
  - a. Pengembalian kepada orang tua/Wali;
  - b. Penyerahan kepada seseorang;
  - c. Perawatan di rumah sakit jiwa
  - d. Perawatan di LPKS;
  - e. Kewajiban mengikuti pendidikan formal dan/atau pelatihan yang diadakan oleh pemerintah atau badan swasta;
  - f. Pencabutan surat izin mengemudi; dan/atau
  - g. Perbaikan akibat tindak pidana.
2. Tindakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d, huruf e, dan huruf f dikenakan paling lama 1 (satu) tahun.
3. Tindakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diajukan oleh Penuntut Umum dalamuntutannya, kecuali tindak pidana diancam dengan pidana penjara paling singkat 7 (tujuh) tahun.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tindakan sebagaimana dimaksud pada ayat diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Terjadinya tindak pidana yang dilakukan oleh anak-anak dapat dilihat dari beberapa faktor, yaitu:<sup>23</sup>

1. Faktor Intern, yang terdiri dari beberapa unsur yaitu :

---

<sup>23</sup> Fransiska Novita Eleanora, *Sistim Pemidanaan Terhadap Anak Yang Melakukan Tindak Pidana*, Lex Jurnalica Volume 10 Nomor 3, Jakarta: Desember 2013, hlm. 177.

- a. Faktor keluarga, yaitu hubungan antara orang tua dengan anak, yang tidak harmonis dan ekonomi keluarga tergolong lemah, orang tua bercerai, sering marah, banyak bersaudara, penghasilan orang tua pas-pasan bahkan tidak mencukupi kebutuhan sehari-hari.
  - b. Faktor mental dan kejiwaan pada anak yang melakukan tindak pidana kesusilaan dipengaruhi oleh perkembangan emosi pada anak yang belum matang dan masih labil karena usianya.
  - c. Faktor pendidikan anak yang rendah (SD/SMP), menyebabkan pola pikir anak mudah untuk melakukan perbuatan yang menyimpang/kejahatan.
  - d. Faktor agama/moral juga mempengaruhi.
  - e. Anak melakukan kejahatan karena kurang pengetahuan agama dan tidak taat beribadah sehingga tidak takut berbuat dosa besar.
2. Faktor Ekstern, yang terdiri dari:
- a. Faktor lingkungan sosial yang tidak baik, akan berpengaruh terhadap perkembangan watak pelaku, dimana seorang yang bergaul dengan lingkungan yang kurang baik, kondisi perumahan yang tidak memadai dan tidak sehat cenderung untuk melakukan tindak pidana/kejahatan.
  - b. Faktor perkembangan IPTEK seperti pengaruh film, VCD porno, bacaan porno bahkan situs porno di Internet, cenderung memberikan dorongan untuk melakukan kejahatan.
  - c. Faktor kesempatan memegang peranan dalam hal terjadinya tindak pidana, karena walaupun ada niat jika kesempatan tidak ada maka tidak akan terjadi perbuatan tersebut.

### Contoh Kasus

Ada beberapa kasus pencurian yang terjadi di Indonesia saat ini yang pelakunya adalah anak di bawah umur sangat banyak sekali seperti kasus pencurian yang terjadi di Pangkalan Kerinci seorang ibu kehilangan uang sebesar Rp. 15 Juta dan perhiasan emas seberat 20 gram.<sup>24</sup> Kasus Pencurian yang terjadi di Sumatera Barat, pencurian sepeda motor yang pelakunya juga dilakukan oleh anak di bawah umur terjadi di kenagarian kampung dalam kecamatan lubuk tarok, yang akhirnya sipelaku dapat ditangkap dan di amankan di Polres Sijunjung.<sup>25</sup> Kasus pencurian juga terjadi di kota Padang di daerah kuranji, pencurian sepeda motor yang dilakukan oleh anak yang berumur 17 tahun, pencurian sepeda motor yang berhasil ditangkap di Kelurahan Sei Sapih Kecamatan Kuranji di salah satu SMK di Kota Padang.<sup>26</sup> Dari berbagai kasus yang terjadi di Indonesia salah satunya juga terjadi kasus pencurian yang melibatkan anak sebagai pelaku adalah kasus pencurian accu atau baterai excavator yang terjadi di Kasiak Putih Kecamatan Lubuk Alung Kabupaten Padang Pariaman.

Pencurian tersebut dilakukan pada malam hari dan dilakukan dengan cara merusak

---

<sup>24</sup> <http://pekanbaru.tribunnews.com/20/15/03/25/ini> - kronologis - kasus - pencurian-oleh-anak-dibawah-umur-versi-korban. Html, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.33 WIB.

<sup>25</sup> <http://harianhaluan.com/mobile/detailberita/46150/anak> - di - bawah - umur - diduga - urisepeda - motor. html, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.37 WIB.

<sup>26</sup> <http://www.anatarasumbar.com/berita/159753/polisi> - kembangan - pencurian - motortersangka - pelajar. html, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.42 WIB.

dan memanjat. Kasus pencurian tersebut sampai pada tahap persidangan di Pengadilan Negeri Pariaman. Berdasarkan Putusan Pengadilan Negeri Pariaman dalam perkara pidana nomor 7/Pid.Sus-Ank/2016/PN/Pmn anak tersebut dijatuhi hukuman penjara selama 3 bulan.<sup>27</sup> Kasus-kasus yang telah di perbuat oleh pelaku telah melanggar norma dan kaidah yang ada karena pelaku pencurian tidak memikirkan perbuatannya dahulu sebelum melakukan pencurian, oleh karena itu pelaku harus menerima hukuman yang akan diberikan sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditegaskan.

### **Teori Social Reality of Crime**

Teori ini dicetuskan oleh Earl Richard Quinney. Ia merupakan penganut paham *Marxian/Sosialis* Kriminologi dalam menjelaskan kejahatan. Quinney berpendapat bahwa, pada masyarakat kapitalis, hukum merupakan kebijakan-kebijakan yang merepresentasikan kepentingan kaum kapitalis yang berkuasa. Maka secara kausal, negara (sebagai pembuat kebijakan dan hukum) mempertahankan status-quo kaum kapitalis dengan menerapkan hukum tersebut.<sup>28</sup>

Teori ini terdiri dari enam premis dan sejumlah pernyataan yang terdapat di dalam teori tersebut. Premis pertama mendefinisikan kejahatan atau perilaku yang melanggar hukum. Premis kedua sampai kelima merupakan bagian penjelasan. Sedangkan premis yang terakhir atau ke enam merupakan gabungan dari premis pertama sampai dengan premis kelima yang mendeskripsikan tentang realitas sosial menjadi teori tentang tindak kejahatan.

Inti maksud dari teori ini ialah di dalam masyarakat itu penuh dengan konflik, kelompok dominan ialah kelompok yang mampu menguasai agen-agen pemerintah. Dalam penerapan hukum meskipun mereka itu minoritas, mereka bisa merumuskan dan menerapkan aturan untuk melindungi kepentingannya, mengalahkan kelompok yang melawan atau menentang kepentingannya. Adapun premis teori *Social Reality of Crime* adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

- a. Premis 1: Definisi tentang tindak kejahatan (perilaku yg melanggar hukum) adalah perilaku manusia yang diciptakan oleh para pelaku yang berwenang dalam masyarakat yang terorganisasi secara politik, atau kualifikasi atas perilaku yang melanggar hukum dirumuskan oleh warga-warga masyarakat yang mempunyai kekuasaan.
- b. Premis 2: Kejahatan adalah gambaran perilaku yang bertentangan dengan kepentingan kelompok masyarakat yang memiliki kekuasaan untuk membentuk kebijakan publik, atau perumusan pelanggaran hukum merupakan perumusan tentang perilaku yang bertentangan dengan kepentingan pihak-pihak yang membuat perumusan.
- c. Premis 3: Definisi tindak kejahatan diterapkan di dalam masyarakat yang memiliki kekuasaan untuk membentuk pelaksanaan dan administrasi hukum pidana. Kepentingan penguasa ikut mencampuri disemua tahap dimana kejahatan itu diciptakan.
- d. Premis 4: Pola aksi tindakan melanggar hukum atau tidak tergantung pada faktor :

---

<sup>27</sup> Putusan Nomor 7/Pid.Sus-Anak/2016/PN Pmn.

<sup>28</sup> Rizki Akbar Hasan, [https://www.academia.edu/5983486/Pokok\\_Analisa\\_Kasus\\_Realitas\\_Sosial\\_Kejahatan](https://www.academia.edu/5983486/Pokok_Analisa_Kasus_Realitas_Sosial_Kejahatan) diakses 11 November 2021 pukul 11:53.

<sup>29</sup> <http://www.kompasiana.com/lismanto/sosiologi-hukum-part-3-70-100>, diakses 11 November 2021, pukul 11:57.

- a) kesempatan dalam masyarakat;
- b) pengalaman belajar;
- c) identifikasi pada pihak-pihak lain;
- d) konsep diri.
- e. Premis 5: Pemahaman tentang tindak kejahatan dibentuk dan diserap ke dalam kelompok-kelompok masyarakat lewat sarana komunikasi.
- f. Premis 6: Realitas Sosial dari Tindak kejahatan dibentuk oleh aplikasi dan perumusan dari definisi tindak kejahatan, pengembangan dari pola perilaku yang bertalian dengan definisi kejahatan, dan pembentukan dari konsepsi tindak kejahatan (perikelakuan yang melanggar hukum).

Kelima premis tersebut di atas dirangkum membentuk premis ke-6 (enam) di mana antara premis-premis tersebut saling berkaitan membentuk sebuah sistem teori yaitu *The Social Reality Of Crime* (secara harfiah berarti “realitas sosial dari tindak kejahatan”).

#### **Analisis Sanksi Pidana kejahatan anak menggunakan teori *Social Reality of Crime***

Kejahatan pidana yang dilakukan oleh anak merupakan aktualisasi diri dari si anak yang tidak terarah. Hal ini merupakan gejala sosial yang perlu perhatian khusus dari semua pihak. Jika dilihat dari teori *Social Reality of Crime*, suatu perbuatan anak dikategorikan melanggar hukum apabila perbuatan tersebut tergolong kepada kejahatan yang didefinisikan oleh pemerintah di dalam aturan-aturan yang telah dibuat sebagai suatu kejahatan. Di Indonesia, seorang anak dianggap melakukan tindak pidana jika melakukan kejahatan yang diatur dalam KUHP. Hal tersebut menjelaskan bahwa premis 1 dari teori *Social Reality of Crime* berlaku dalam hal kejahatan yang dilakukan oleh anak.

Melalui peraturan yang di buat oleh pemerintah dan indikator serta ketentuan-ketentuan yang bertujuan untuk mengklarifikasikan suatu perbuatan anak, maka kejahatan anak telah di definisikan serta diberikan pendeskripsian oleh pemerintah, dan setiap anak yang melanggarnya adalah pelaku tindak pidana. Menggunakan undang-undang dan peraturan-peraturan yang dibuat, pemerintah membuat masyarakat menganggap bahwa kejahatan yang dilakukan oleh anak di bawah umur adalah kegiatan yang melanggar hukum.

Hal tersebut memberikan dampak kepada setiap anak yang melakukan kejahatan sehingga si anak akan dihukum sebagai akibat dari perbuatannya tersebut. Adanya segmentasi yang dilakukan pemerintah terhadap orang-orang di masyarakat khususnya terhadap anak di bawah umur. Segmentasi tersebut mengenai “anak usia berapakah yang dianggap bersalah jika melakukan suatu kejahatan?”

Sesuai dengan definisi, yang dianggap bersalah adalah anak di bawah umur yang melakukan suatu tindak kejahatan dalam rentang usia 12-18 tahun. Artinya, diluar usia itu tidak dianggap sebagai suatu kejahatan anak. Pada akhirnya, konsepsi masyarakat akan terbentuk mengenai kejahatan anak dan kejahatan anak benar-benar ada sebagai sebuah realitas sosial.

#### **KESIMPULAN**

Bahwa kejahatan tindak pidana yang dilakukan oleh anak di bawah umur merupakan suatu tindakan yang dapat di pidana sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan oleh penguasa (pemerintah) yang kemudian tindakan penghukuman diberikan kepada pelaku sesuai dengan yang telah diatur oleh undang-undang (KUHP) tindak pidana kejahatan

guna mendapatkan efek jera bagi si pelaku maupun mencegah terjadi kejahatan yang merugikan kepentingan negara atau penguasa dan masyarakat umum bagi calon penjahat (anak di bawah umur) lainnya dengan mempertimbangkan sanksi-sanksi yang ditetapkan oleh penguasa atau pemerintah tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adami Chazawi, *Pelajaran Hukum Pidana I*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- [2] Bambang Waluyo, *Pidana dan Pemidanaan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2004.
- [3] C.S.T. Kansil dan Christine S. T. Kansil, *Pokok-Pokok Hukum Pidana*, cet. Ke1, Pradnya Paramita, Jakarta, 2004.
- [4] Darwan Prinst, *Hukum Anak Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- [5] Fransiska Novita Eleanora, *Sistim Pemidanaan Terhadap Anak Yang Melakukan Tindak Pidana*, Lex Jurnalica Volume 10 Nomor 3, Jakarta: Desember 2013.
- [6] Gatot Supramono, *Hukum Acara Pengadilan Anak*, Jakarta, Djambatan, 2000.
- [7] Lilik Mulyadi, *Pengadilan Anak di Indonesia Teori*, Praktek Permasalahannya, Mandar Maju, Bandung, 2005.
- [8] Maidin Gultom, *Perlindungan Hukum Terhadap Anak*, Aditama, Bandung, 2010.
- [9] Marlina, *Peradilan Pidana Anak di Indonesia*, Cet. 1, Refika Aditama, Bandung, 2009.
- [10] Muladi dan Barda Nawawi Arif, *Teori-teori dan kebijakan Pidana*, Cet, ke 2 Alumni, Bandung, 1992.
- [11] Nandang Sambas. *Pembaharuan Sistim Pemidanaan Anak di Indonesia*. Graha Ilmu, Bandung, Graha Ilmu, 2010.
- [12] Paulus Hadisuprpto, *Junvenile Delinquency; Pemahaman dan penanggulangannya*, Citra Adtya Bakti, Bandung, 1997.
- [13] Ruslan Reggong, *Hukum Pidana khusus*, Kencana, Jakarta, 2017
- [14] Sri sutatiek, *Hakim Anak Di Indonesia*, Aswaja Pressindo, Jakarta, 201.
- [15] Tolib Setiady, *Pokok-Pokok Hukum Penitensier Indonesia*, Alfabeta, Bandung, 2010.
- [16] Wagiati Soetodjo, *Hukum Pidana Anak*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2010.
- [17] Website
- [18] Rizki Akbar Hasan, [https://www.academia.edu/5983486/Pokok\\_Analisa\\_Kasus\\_Realitas\\_Sosial\\_Kejahatan](https://www.academia.edu/5983486/Pokok_Analisa_Kasus_Realitas_Sosial_Kejahatan) diakses 11 November 2021.
- [19] <http://www.kompasiana.com/lismanto/sosiologi-hukum-part-3-70-100>, diakses 11 November 2021.
- [20] <http://pekanbaru.tribunnews.com/20/15/03/25/ini-kronologis-kasus-pencurian-oleh-anak-dibawah-umur-versi-korban>. Html, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.33 WIB.
- [21] <http://harianhaluan.com/mobile/detailberita/46150/anak-di-bawah-umur-diduga-urisepeda-motor.html>, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.37 WIB.
- [22] <http://www.anatarasumbar.com/berita/159753/polisi-kembangan-pencurian-motortersangka-pelajar>. html, akses tanggal 18 November 2021, Pukul 14.42 WIB.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

---

## EFEKTIVITAS PENYEDIAAN INTERNET DESA UNTUK PENINGKATAN PROMOSI UMKM DI TEMENGGUNGAN UDANAWU BLITAR

Oleh

Muhammad Fahrijal Anshori<sup>1</sup>, Dede Nurohman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E mail : <sup>1</sup>[mfahrijalanshori@gmail.com](mailto:mfahrijalanshori@gmail.com) , <sup>2</sup>[de2nur71@gmail.com](mailto:de2nur71@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 09-04-2022

Revised: 18-04-2022

Accepted: 24-05-2022

### Keywords:

Internet, Promosi, UMKM

**Abstract:** *Internet sudah menjadi kebutuhan penting bagi semua lapisan masyarakat, terlebih lagi untuk kebutuhan bisnis baik itu sebagai promosi atau sebagai penunjang hal-hal lainnya yang tentunya lebih memudahkan sejak masuknya era internet. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sample. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa efektif dan efisien pemanfaatan teknologi internet desa berkembang menjadi media komunikasi promosi pemasaran oleh para pelaku UMKM yang ada di desa Temenggungan Udanawu Blitar. Dari hasil penelitian menunjukkan penyediaan internet desa untuk peningkatan promosi UMKM masih belum sepenuhnya efektif. Hal tersebut disebabkan masih kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang akan pentingnya teknologi informasi sebagai pendukung bisnis, sehingga jika mereka memanfaatkan internet sebagai media promosi masih kesulitan. Tentunya hal tersebut menjadi tugas para pemerintah desa selaku pengelola internet desa untuk melakukan tindakan atau sosialisasi kepada masyarakat khususnya para UMKM agar melek teknologi.*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi sekaligus internet sudah berkembang dengan sangat cepat di Indonesia. Hal tersebut menuntut masyarakat untuk mulai mengikuti perkembangannya. Di awal kemunculan internet yang dahulu dianggap mempunyai peranan yang sederhana, di era sekarang menjadi teknologi yang berhasil merubah gaya hidup masyarakat menjadi lebih modern. Menurut (Alcianno Ghobadi, 2020) sejarah internet di Indonesia dimulai pada awal 1990an. Hadirnya internet ini telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional sebuah bisnis, terutama perannya sebagai sarana publikasi, komunikasi serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan (Andri, 2009). Hingga saat ini penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan (Yuliana, 2000). Berdasarkan

informasi terbaru dari Hootsuite dan *We Are Social*, pada awal 2021 pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7% dari total populasi 274,9 juta jiwa. Jumlah perangkat *mobile* yang terkoneksi naik hingga 345.3 juta dan pengguna platform bertambah menjadi 170 juta. Dengan jumlah tersebut membuat Indonesia berada pada urutan empat dengan pengguna internet terbanyak di Asia dan menunjukkan semakin intensifnya digitalisasi di masyarakat. Hal tersebut dapat terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu (Johnny, 2021).

Perkembangan internet di Indonesia juga telah mempengaruhi stabilitas ekonomi. Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan tatap muka secara langsung, kini menjadi mudah dengan dilakukan melalui internet. Banyak manfaat yang didapat dari jaringan internet, hampir semua bidang dapat menikmati manfaat internet seperti bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lainnya. Dengan perkembangan tersebut saat ini lanskap bisnis tengah beralih ke era digital. Seseorang cukup menggunakan smartphone ataupun laptop mereka untuk melihat atau membeli sebuah produk (Dianta Hasri Natalius Barus ST., 2015). Peluang ini akan sangat menguntungkan bagi para UMKM yang ingin memperluas jaringan usahanya. Teknologi ini sangat mudah bagi UMKM untuk mengenalkan produk yang akan ditawarkan kepada calon pembeli atau masyarakat luas yang akan membeli produknya. Oleh karena itu, saat ini UMKM dapat memasarkan produk-produk mereka tanpa terbatas jarak dan waktu. Namun tidak banyak pelaku UMKM yang berhasil dalam pelaksanaannya.

Staf Khusus Menteri Koperasi dan UKM Bidang Pemberdayaan Ekonomi Kreatif (Satarin, 2021) mengatakan, saat ini jumlah UMKM yang sudah *onboarding* di ekosistem digital baru mencapai 19 persen atau sekitar 12 juta UMKM. Jumlah ini relatif lebih besar jika dibanding tahun 2020 lalu yang masih di angka 13 persen atau sekitar 8 juta UMKM. Untuk menumbuhkan pelaku UMKM menuju digital, Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama para pelaku *e-commerce* menggerakkan program UMKM *Go Online*. Hal ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam bersaing di samping perkembangan teknologi yang semakin pesat. UMKM yang akan terus berkembang dan pengguna media elektronik melalui internet nantinya akan semakin banyak. Hal ini membuat pelaku bisnis pada bidang usaha khususnya UMKM menyadari akan pentingnya *e-Commerce* baik dari segi pemasaran maupun dari segi keuntungan yang nanti akan diperoleh dan akan membantu Indonesia dalam mengembangkan sektor industri kreatif (Nurrohmah & Alfianur, 2015). Pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk dijadikan media promosi produk UMKM diperlukan ketrampilan dalam mengelola katalog produk dan *website ecommerce* yang telah dibuatnya (Gae & Kusuma, 2016). Tidak banyak orang yang mampu menjalankan dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini.

Media internet sebagai salah satu media komunikasi saat ini juga turut dalam membantu proses pembangunan. Media internet diharapkan dapat memberdayakan masyarakat desa dan meningkatkan kualitas pembangunan desa. Hal tersebut sejalan dengan upaya pemerintah yang mulai menjalankan program-program pembangunan pedesaan berbasis internet. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Subiakto, 2013) yang menyatakan bahwa pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan informatika di daerah pelosok, telah membuka isolasi masyarakat desa menjadi memiliki kesempatan yang sama

untuk berkomunikasi secara global.

Beberapa tahun ini desa-desa mulai sadar akan perkembangan teknologi dan manfaatnya yang sangat banyak dan mempermudah masyarakat dalam mengembangkan potensi desa, mendapatkan informasi berkomunikasi serta dapat digunakan sebagai sarana promosi. Sesuai dengan Penelitian yang dilakukan (Rakanita, 2019) menyatakan bahwa pemanfaatan internet untuk pemasaran akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM, produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Selain itu internet juga dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Ketika biaya promosi bisa ditekan maka tentunya hal ini akan menjadikan harga suatu barang tersebut lebih murah karena tidak membutuhkan biaya promosi yang lebih besar. Media pemasaran online ini pastinya akan mempunyai peranan penting. Konsumen Indonesia sendiri akan semakin percaya dengan belanja secara online tanpa perlu repot-repot lagi harus datang ke toko aslinya. Selain itu juga karna keamanannya yang semakin meningkat pula dalam transaksi mereka karena ada jaminan akan pengembalian dana karena barang yang tidaksesuai dengan harapan mereka. Hal ini akan meningkatkan perkembangan UMKM itu sendiri (Kartikasari, 2021). Pernyataan tersebut juga sejalan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh (Barus, 2015) bahwa karena mayoritas dari konsumen itu merupakan follower atau pengikut atas teknologi komunikasi maka dari itu para praktisi pemasaran dalam industri kreatif maupun UMKM dan para pelaku bisnis percaya kedepannya pemasaran suatu produk akan sangat bergantung pada pemasaran online.

Internet yang ada di desa tentunya sangat bisa dimanfaatkan sebagai digitalisasi desa yang lebih lanjut lagi berkembang sebagai desa digital. Penelitian yang dilakukan oleh Supriyanto & Hana (2020) menyatakan bahwa salah satu cara untuk menjadikan sebagai desa digital yaitu dengan melakukan pendampingan dalam pembuatan toko online terhadap para pelaku UMKM. Bisa juga melalui Facebook yang bisa dilakukan secara gratis maupun berbayar. Di facebook ads sendiri untuk pembuatan iklan bisa sesuai dengan demografi dan psikografi dari pasar sehingga bisa tepat sasaran dengan produk apa yang dipasarkan tanpa harus kesulitan dalam memasarkan produk yang sesuai dengan konsumennya. Selain itu penggunaan internet desa yang bisa dimanfaatkan untuk desa digital yaitu dengan pembuatan software seperti yang dilakukan di desa Tanjungtirto kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Software tersebut yaitu sistem informasi yang berupa pengelolaan data untuk persediaan produk UMKM desa. Dengan adanya desa digital ini tentunya bisa lebih mempermudah lagi bagi masyarakat desa yang sudah melek akan teknologi dan lebih dapat mengembangkan potensi yang ada di desa tersebut (Samodra, 2019).

Salah satu desa yang memanfaatkan teknologi internet bagi pengembangan UMKM adalah Desa Temenggungan Udanawu Blitar. Desa tersebut memfasilitasi masyarakatnya dengan memberikan layanan internet desa. Hal tersebut bertujuan untuk membantu masyarakatnya dalam mengikuti perkembangan teknologi. Desa Temenggungan sendiri mempunyai program unggulan yaitu internet desa. Hingga saat ini internet desa tersebut mempunyai 276 pelanggan dan dikelola oleh pemerintah desa dengan bekerja sama dengan pihak swasta. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana perkembangan internet menjadi media komunikasi yang efektif dan efisien khususnya bagi pengembangan UMKM di desa Temenggungan. Tulisan ini bisa memberikan kontribusi bagi pemerintah desa lainnya dalam memanfaatkan internet untuk pengembangan UMKM.

## LANDASAN TEORI

### Konsep Efektifitas

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Dikatakan efektif apabila tujuan ataupun sasaran tercapai sesuai dengan yang telah ditentukan. Pengertian tersebut sesuai dengan pendapat (Mahmudi, 2005:92) yang menyatakan bahwa efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi (sumbangan) output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Sedangkan makna efektifitas dari Serian (Wijatno, 2009: 279) menekankan pada suatu indikator-indikator keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Namun efektifitas tidak memperhatikan biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Berapapun biaya yang telah dikeluarkan suatu perusahaan jika mencapai tujuannya, maka dikatakan efektif.

Unsur-unsur efektifitas merupakan ruang lingkup yang menjadi pembangun efektifitas itu sendiri. Menurut (Cahyono, 1983), unsur-unsur efektivitas terbagi atas tiga bagian, yaitu; 1) Unsur sumber daya manusia dalam hal ini sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam berbagai aktivitas guna untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. 2) Sumber daya bukan manusia merupakan unsur kedua dari sumber daya manusia yang memiliki peran dalam suatu kegiatan atau aktivitas misalnya antara lain modal tenaga kerja, mesin, peralatan dan sebagainya yang semuanya tentu menunjang keberhasilan organisasi. 3) Unsur hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan, hasil merupakan tujuan akhir dari suatu kegiatan. Untuk mencapai hasil yang maksimal, maka seluruh bagian kegiatan yang dilaksanakan harus menggunakan kedua sumber di atas. Prosedur untuk mencapai hasil yang diinginkan membutuhkan mekanisme kerja yang efektif. Efektivitas kerja dapat tercapai dengan memadukan antara kedua unsur tersebut dengan sistem manajemen yang baik, sehingga terjalin sinkronisasi antara komponen di dalamnya. Sistem manajemen kerja terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengerakan dan pengawasan.

### Jaringan Internet

Internet (kependekan dari *interconnection-networking*) secara harfiah ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar Internet Protocol Suite (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Internet (*Interconnected Network*) merupakan sekumpulan jaringan yang saling terhubung dimana jaringan tersebut menyediakan. Menurut Onno. Purbo (Prihatna, 2005), internet adalah media yang kemungkinan sebuah proses komunikasi berlangsung efisien dengan menyambungkan dengan beragam aplikasi. Sedangkan menurut (Allan, 2005), internet merupakan jaringan komputer yang terhubung dan memiliki kemampuan membaca dan menguraikan Internet Protocol (IP) dan Transmission Control Protocol (TCP). Model koneksi internet itu sendiri dapat dilakukan pada komputer pribadi maupun jaringan Local Area Network (LAN), Metropolitan Area Network (MAN), dan Wide Area Network (WAN). Seperti yang diketahui bahwa koneksi internet desa bisa didapatkan dengan dua cara, menggunakan kabel LAN atau yang dikenal sebagai ethernet atau fixed broadband dan cara kedua yaitu dengan WiFi atau nirkabel. Untuk jaringan seperti diruangan perkantoran atau sekolah baiknya menggunakan jaringan LAN. Tetapi jika jangkauan lebih luas dan praktis, disarankan penggunaan WiFi juga dapat menjadi pilihan.

---

### **Strategi Pemasaran Menggunakan Internet**

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Menurut Kotler (Kharisma, 2016) pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain. Menurut (Philip Kotler, 2000) mengidentifikasi pemasaran sebagai suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut (william J.Stanton dan Charles Futrell, 2013:11) pemasaran adalah salah satu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Sedangkan strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposal terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha "strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategipemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat.

Internet marketing menurut (Chaffey, 2002:14) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (website, e-mail, data base, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Strategi Pemasaran Menggunakan internet adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital marketing yang sedang dilaksanakan. Setiap pelaku bisnis atau perusahaan memiliki strategi digital marketing yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Langkah untuk strategi pemasaran menggunakan internet dapat dilakukan dengan cara membuat website, optimasi SEO, email marketing, social media marketing, afiliasi, membuat blog, dan memanfaatkan Google Bisnisku.

### **Promosi Menggunakan Internet**

Promosi adalah suatu komunikasi dari yang berasal dari penjual dan pembeli yang tepat bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2008:133). Stanton dalam (Weenas, 2013:608) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Promosi menurut (Kotler dalam Weenas, 2013:609) merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. Promosi menurut (Suryadi dalam Wardani, 2016:4) adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui

kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku (Canon, Perreault dan McCarthy dalam Wardani (2016:4). Menurut Terence A. Shimp (2002: 7) promosi memiliki fungsi seperti: *informing* (memberikan informasi), *Persuading* (*membujuk*), *reminding* (*mengingat*), *adding value* (menambah nilai). Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2002: 134) tujuan promosi adalah sebagai berikut: menyediakan informasi, menaikkan penjualan, menstabilkan penjualan, dan menonjolkan nilai produk.

Promosi atau pemasaran digital adalah suatu aktivitas mempromosikan ataupun mengenalkan produk atau jasa dimana proses promosinya dilakukan secara online melalui media internet. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Dianawati (2007:64) Pemasaran digital adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet. Sesuai perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas protokol internet seperti internet, iklan internet (periklanan di internet) menjadi pilihan yang menarik bagi para marketer khususnya dan dunia usaha umumnya.

### **Usaha Mikro Kecil Menengah**

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki aset paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta. Sedangkan menurut Departemen Perindustrian dan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan usaha mikro sebagai unit usaha dengan jumlah pekerja tetap hingga 4 orang, usaha kecil antara 5 sampai 19 pekerja, dan usaha menengah dari 20 sampai dengan 99 orang. Perusahaan-perusahaan dengan jumlah pekerja di atas 99 orang masuk dalam kategori usaha besar.

UMKM merupakan pilar menentukan pertumbuhan kesejahteraan suatu negara. Namun, UMKM di Indonesia masih banyak mengalami masalah. Menurut (Niode, 2019) permasalahan yang dialami UMKM disebabkan oleh beberapa faktor antara lain; kesulitan pemasaran, keterbatasan finansial, keterbatasan SDM, masalah bahan baku, dan kemitraan. Selain terdapat permasalahan yang dihadapi, UMKM juga memiliki kekuatan antara lain; mengembangkan kreatifitas usaha baru, melakukan inovasi, dan daya tahan usaha. Pengembangan UMKM melalui kekuatan tersebut di era digital ini menjadi sangat urgen, khususnya dalam pengembangan dan perluasan segmentasi pasar dan jangkauan wilayah. Karena itu Staf Khusus Menteri Koperasi dan UKM Bidang Pemberdayaan Ekonomi Kreatif (Fiki Satari, 2021) menyatakan UMKM harus naik kelas ke level UMKM digital.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan tipe deskriptif. Pendekatan kualitatif ini menggunakan data yang sebenarnya. Tujuan pendekatan kualitatif ini lebih pada mendeskripsikan secara rinci serta mengenali kondisi apa yang terjadi sesuai dengan lapangan (Nugrahani, 2014). Penelitian ini berupaya mencari fakta-

fakta tentang bagaimana perkembangan teknologi internet desa ini menjadi media komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien khususnya UMKM di desa Temenggungan Udanawu Blitar. Pemilihan subyek penelitian dilakukan dengan cara *purposive sample* dengan kriteria; UMKM tersebut masih aktif berproduksi, UMKM berlangganan internet desa, dan UMKM tersebut mendapatkan izin. Melalui kriteria itu terdapat 11 UMKM yang menjadi subyek penelitian, yaitu; Pedagang Jamu Tradisional, Pedagang Ban Bekas, pembuat Gerabah, Toko Klontong, Pedagang Tahu dan Tempe, Pedagang Sayur Keliling, pembudi daya ikan hias, pengusaha las, penjual material bangunan, dan penjuang nasi dan mi goreng.

Penggalan data dilakukan melalui wawancara. Wawancara adalah sebuah teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2016). Wawancara dilakukan kepada 11 pengusaha kecil. Penggalan data juga menggunakan observasi. Observasi adalah proses kegiatan pengamatan secara langsung terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Freddy, 2007). Penelitian ini menerapkan observasi dengan cara mengamati kegiatan usaha UMKM, pengelola internet, dan kegiatan kemitraan desa. Dokumentasi juga digunakan sebagai teknik penggalan data. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data berupa gambar, teks tertulis, ataupun foto. Untuk dokumen tertulis biasanya dapat berisi cerita, karya tulis, biografis dan sejarah kehidupan. Dalam penelitian ini data hasil dokumentasi berwujud profil UMKM, foto kegiatan penelitian, serta rekaman suara yang terkait dengan para pelaku UMKM dan pengelola internet desa.

Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2008). Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang direkomendasikan Miles dan Huberman, yaitu; *data reduction, data display, dan conclusion (verification)* (Miles dan Huberman, 2007).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Temenggungan memiliki 37 UMKM yang bergerak pada sektor kerajinan tangan, perikanan, perdagangan, pengolahan, dan jasa. Secara umum pelaku UMKM ini menyetujui adanya program internet desa. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa dengan berpromosi melalui internet membuat penjualan mereka meningkat. Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan konsumen dalam mengakses informasi dan memesan produk. Selain itu produk yang dipasarkan akan mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan para pelaku UMKM dalam mendapatkan pembeli. Para pelaku usaha sepakat bahwa dengan adanya internet desa ini memberikan penghematan biaya.

Berdasarkan hasil pengalihan data di lapangan yang telah dilakukan kepada para narasumber, didapat beberapa data sebagai berikut:

1. **Kelompok pertama**, kelompok pengelola UMKM yang sudah memanfaatkan internet desa untuk media promosi usahanya.

Dari data yang telah diperoleh terdapat 11 pelaku usaha yang menjadi informan. Dari 11 pelaku usaha tersebut terdapat 7 pelaku usaha atau sebesar 63,64% yang sudah memanfaatkan internet desa sebagai media promosi usahanya. 7 usaha tersebut diantaranya yaitu: pedagang jamu, pedagang ban bekas, toko kelontong, 2 pelaku usaha ikan hias, muda karya las, dan penjual nasi dan mie goreng. Hal tersebut sesuai dengan petikan wawancara

yang dilakukan dengan salah satu pedagang jamu dari pertanyaan apakah bapak/ibu sudah menggunakan internet desa ini sebagai media untuk mempromosikan atau menjual produk anda?

*"Sudah mas, sudah pernah mempromosikan lewat fecebook, whatsapp akan tetapi saat ini penjualan saya paling banyak masih melalui offline, alasan saya karena untuk online saya masih belum telaten"* (Toyibanah / 06 Februari 2022).

Senada dengan hal tersebut penjual salah satu informan dari penjual nasi goreng juga mengungkapkan hal yang serupa dari pertanyaan tersebut yaitu:

*"Sudah mas, karena usaha nasi goreng dan mie goreng saya buka dirumah, jadi saya menginfokan lewat status whatsapp mengenai jam buka dan tutup. Terkadang orang kalo memesan langsung menghubungi lewat whatsapp"* (Rokhim / 07 Februari 2022).

## **2. Kelompok kedua,** Pengelola UMKM yang belum memanfaatkan internet untuk kegiatan bisnis.

Pada kelompok kedua ini para pelaku usaha sudah berlangganan dengan internet desa, namun sangat disayangkan mereka masih belum memanfaatkannya. Dari 11 informan yang sudah diwawancarai dan sudah di obeservasi untuk usahanya terdapat 2 orang sudah berlangganan internet desa tetapi belum memanfaatkannya yaitu pelaku usaha gerabah dengan pemiliknya yang bernama Bapak Triman dan pelaku usaha material bangunan yang bernama Bapak Pipit. Mereka menyatakan bahwa konsumen mereka sebagian besar dari kalangan orang-orang yang sudah dewasa dan tidak menggunakan internet dengan masif seperti anak-anak muda zaman sekarang. Hal tersebut sesuai dengan petikan wawancara yang diungkapkan dari wawancara oleh Bapak Triman. Apakah bapak/ibu sudah menggunakan internet desa ini sebagai media untuk mempromosikan atau menjual produk anda?

*"kami sebenarnya sudah berlangganan wifi desa mas, tapi masih belum saya gunakan untuk hal tersebut mas, saya menjualnya langsung kepasar, karena pelanggan kami kebanyakan adalah orang-orang pasar. Untuk internet desa ini biasanya digunakan untuk belajar anak"*. (Triman / 07 Februari 2022).

Sedangkan dari pelaku usaha material bangunan sendiri juga menyatakan hal yang hampir serupa meskipun berbeda dalam hal produk yang mereka jual seperti dalam petikan wawancara berikut ini:

*"rumah saya sudah berlangganan wifi desa mas, tapi belum saya manfaatkan sebagai pemasaran produk saya ini, karena untuk penjualan mereka langsung datang dan memesan. Kemudian saya antarkan langsung pesanannya kerumah mereka. Mungkin kedepannya kalau konsumen memesan dengan online saya akan melayaninya, karena memang sekarang kan apa-apa serba online"*. (Pipit / 07 Februari 2022).

## **3. Kelompok ketiga,** Kelompok yang sengaja tidak memanfaatkan internet sebagai media promosi produk mereka.

Pada kelompok ketiga ini meskipun rumah mereka sudah berlangganan internet tapi para pelaku usaha dalam kelompok ini sengaja tidak memafaatkannya. Terdapat 2 informan dalam kelompokn ini dari 11 pelaku usaha yang sudah diwawancarai dan sudah di observasi tempat usahanya. Kedua pelaku usaha ini mempunyai usaha yaitu pedagang tahu tempe dan pedagang sayur keliling. Salah satu dari pelaku usaha tersebut menyatakan bahwasanya ia memang tidak mengerti HP sesuai dengan petikan wawancara dari pertanyaan apakah

bapak/ibu sudah menggunakan internet desa ini sebagai media untuk mempromosikan atau menjual produk anda?

*"Belum, saya gak ngerti hp, kalo saya berjualan enak langsung keliling. Yang biasanya menggunakan internet anak dan cucu mas. Terus kalau misal saya harus belajar pastinya nanti malah ribet mas, wong saya ini sudah tidak muda lo mas hehe".* (Suminten / 07 Februari 2022).

Sedangkan dari Bapak Nurhadi yang mempunyai usaha sebagai pedagang tahu tempe mempunyai alasan yang berbeda dari Ibu Suminten mengapa ia tidak memanfaatkan internet seperti petikan wawancara sebagai berikut:

*"Belum mas, saya menjualnya langsung keliling. Sebenarnya saya pun bisa menggunakan HP tapi memang kalau pedagang tahu tempe itu langsung saya jual ketoko-toko atau keliling kampung gitu mas".*

Menurut (selitto, 2004) Penggunaan internet marketing dapat meningkatkan penjualan meski dilokasi terpencil. perlu diketahui sebelumnya UMKM di desa Temenggungan Udanawu telah merintis usahanya dengan melakukan penjualan secara tradisional, mereka hanya menjualnya di rumah atau menjual produk mereka langsung ke pasar tradisional. Setelah adanya internet desa ini tentunya memberikan dampak yang positif bagi pelaku UMKM yang ada di desa Temenggungan udanawu. Peran internet bagi UMKM tentunya dapat meningkatkan produktivitas dan pemasaran untuk perekonomian yang lebih baik (Chief Broadband Officer CBN, Dedy Handoko, 2021).

Dari hasil yang sudah dipaparkan diatas, kelompok pengelola UMKM yang sudah memanfaatkan internet desa untuk media promosi usahanya menurut (Hermawan, 2012:208) pada penelitian Yolanda Pradipta 2018 promosi menggunakan internet harus tetap berprinsip pada promosi yang sederhana, seperti halnya dengan menentukan tujuan promosi. Penggunaan internet sebagai media promosi membuat daya tarik tersendiri oleh pemilik usaha mikro kecil dan menengah. Sesuai dengan perkembangan teknologi, pemilik usaha mikro kecil dan menengah juga harus mengikuti perkembangan tersebut. Hal ini dikarenakan tujuan melakukan promosi menggunakan internet merupakan bagian penting yang harus benar-benar dijadikan sebagai alasan mendasar apabila menggunakan internet sebagai media promosi.

Hal yang paling dirasakan oleh para pelaku UMKM adalah pengeluaran mereka untuk biaya promosi lebih hemat selain itu produk yang dipasarkan semakin mudah dikenal dan jangkauan pasarnya lebih luas menjadikan pendapatan mereka semakin meningkat. Hampir mustahil meraih penjualan sebanyak mungkin dengan cara menawarkan barang dari pintu ke pintu. Sebab biaya operasional dari kegiatan tersebut sangatlah besar dan juga sudah jarang pemasara berkeliling dan berteriak di kota sebab tidak banyak lagi orang yang mau menunggu dan mendengarkan teriakan penjual. Kegiatan promosi produk yang dilakukan oleh pemilik usaha mikro kecil dan menengah ini menggunakan media sosial dan aplikasi chatting online untuk mengikuti trend yang sedang ramai di masyarakat serta untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada. Media sosial dan aplikasi online yang sekarang ini paling banyak diakses oleh masyarakat ialah Whatsapp, instagram dan facebook.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rakanita (2019) menyatakan bahwa, pemanfaatan e-commerce akan dapat meningkatkan pendapatan UMKM, produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Selain itu, pemanfaatan e-commerce dapat menghemat biaya

promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing bagi UMKM di Desa Karang Sari, Kecamatan Karang Tengah, Kabupaten Demak. Jenis media *e-commerce* yang digunakan oleh pengelola UMKM di Desa Temenggungan berbeda-beda. Facebook merupakan media *e-commerce* yang paling banyak digunakan oleh UMKM, hal ini dikarenakan media facebook merupakan media yang paling mudah di pelajari dan lebih menarik dibanding media yang lain. berbanding lurus dengan pernyataan sebelumnya Purbohastuti (2017) juga menyatakan bahwa, masyarakat sudah terbiasa dengan media sosial bahkan mereka merasa bahwa media sosial merupakan bagian dari hidupnya. Media sosial yang paling sering dipakai antara lain, facebook, Whatsapp, Instagram, line, dan youtube. Pemanfaatan media *e-commerce* akan memberikan tantangan pada UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka, karena pada bisnis secara online terdapat persaingan yang sangat ketat. Maka dari itu jika para pelaku UMKM tidak melakukan promosi secara berkala, usaha mereka akan tergerus dalam persaingan.

Untuk Pengelola UMKM yang belum memanfaatkan internet desa sebagai media pemasaran biasanya menggunakan internet ini untuk kebutuhan lain seperti hiburan dan media pembelajaran. Teknologi internet menurut dal Pian dan da Silveira (1996) dapat membantu (1) menghasilkan/menumbuh-kembangkan nilai-nilai baru, (2) menjangkau peserta belajar dalam jumlah yang besar, dan (3) memberdayakan individu dan kelompok sosial. Dalam kaitan ini, fungsi internet adalah sebagai media pembelajaran. Melalui pemanfaatan internet, seseorang dapat membelajarkan dirinya sehingga memperoleh nilai-nilai baru yang dikembangkan di dalam dirinya, atau memantapkan berbagai pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya.

Pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk dijadikan media promosi UMKM diperlukan ketrampilan dalam mengelola katalog produk dan *website ecommerce* yang telah dibuatnya, di perlukan pelatihan kepada UMKM dan masyarakat yang akan memulai usaha serta membina agar dapat membuat menggunakan dan merawat aplikasi E-commerce tersebut. Kenyataannya pemanfaatan internet sebagai media pemasaran yang efektif masih sulit dijalankan masih banyak pelaku UMKM di desa temenggungan yang memanfaatkan internet hanya sebagai sarana hiburan dan sarana pendukung pembelajaran, tentu hal tersebut dilatar belakangi kurangnya pengetahuan akan pentingnya internet sebagai media promosi online. Memanfaatkan internet untuk kegiatan bisnis online bukanlah perkara yang mudah meskipun banyak orang yang mengatakan bisnis online lebih mudah dijalankan dibandingkan bisnis offline, namun seiring dengan ketatnya persaingan pasar dan pesatnya perkembangan teknologi, saat ini para pelaku usaha di tuntut untuk meningkatkan ketrampilan mereka guna mengembangkan usahanya. Tanpa adanya dukungan skill dari pelaku usaha, bisa dipastikan bisnis internet tersebut tidak bisa bertahan lama di tengah gempuran pasar online yang semakin ramai. Setelah dilakukan wawancara mendalam dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM sepakat dengan penyediaan internet desa ini sangat membantu masyarakat di desa Temenggungan, akan tetapi sebagian dari mereka masih kurang mengerti akan teknologi, sehingga jika mereka memanfaatkan internet untuk menjadi media promosi masih kesulitan. Tentunya hal tersebut menjadi tugas para pemerintah desa selaku pengelola internet desa untuk melakukan tindakan atau sosialisasi kepada masyarakat khususnya para UMKM agar melek teknologi. Yang menjadi kendala dalam pemanfaatan internet untuk media promosi adalah persaingan yang ketat dalam dunia

bisnis online dan kekuatan di pasar tradisional utamanya didominasi oleh adanya pelanggan tetap.

Sedangkan dari kelompok yang sengaja tidak memanfaatkan internet sebagai media promosi produk mereka pasti mempunyai alasan yang mendasar mengapa mereka tidak mempromosikan produk mereka secara online. Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rakanita (2019) yang mengatakan bahwa, faktor yang menjadi kendala dalam memanfaatkan e-commerce adalah persaingan yang ketat di dunia bisnis online, penjualan di pasar tradisional dimana penjual utamanya didominasi oleh penjualan pasar tradisional karena adanya pelanggan tetap dan kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang e-commerce.

Kekuatan pemasaran langsung menjadi factor terbesar dalam menghambat pelaku UMKM di desa Temenggungan untuk memanfaatkan internet sebagai media promosi produk mereka, hal ini disebabkan pelaku UMKM beranggapan bahwa mereka telah mempunyai pelanggan tetap yang akan membeli produk mereka. Sehingga jika mereka memasarkan produk mereka secara online kurang efektif dilakukan dan terkesan lebih lama dalam mendapatkan keuntungan. Meski internet desa ini belum di manfaatkan secara maksimal, tetapi para pengelola UMKM khususnya di desa Temenggungan ini tetap menggunakan internet untuk media komunikasi pada umumnya. Di lain sisi ada sebagian masyarakat yang benar-benar tidak mengerti dalam menggunakan teknologi informasi pada zaman sekarang yang biasa disebut dengan gagap teknologi (gaptek), terlebih lagi pada masyarakat desa dan dari kalangan usia yang bisa dikatakan sudah tidak muda lagi. Meskipun mereka mempunyai usaha yang seharusnya bisa dipasarkan secara online tetapi mereka tidak mau ambil pusing dan harus belajar dari awal lagi untuk memulainya. Toh juga usaha mereka sudah punya pelanggan dan sudah berjalan dari tahun ke tahun karena dahulu promosi produk mereka sudah dilakukan dari mulut ke mulut tanpa diperlukan lagi teknologi seperti zaman sekarang ini.

## **KESIMPULAN**

Dari penelitian ini diketahui bahwa permasalahan yang mempengaruhi efektivitas program ini yaitu kurangnya pengetahuan atau kemampuan para pengelola UMKM mengenai teknologi internet. kesadaran dari para pelaku UMKM yang masih kurang untuk beralih dari pemasaran secara konvensional ke pemasaran secara online. Sehingga penyediaan internet untuk peningkatan promosi UMKM desa ini belum sepenuhnya efektif. hal ini dikarenakan mereka masih mengandalkan para pembeli yang datang langsung untuk memesan dan membeli produk mereka. Berdasarkan wawancara terhadap pengelola UMKM yang berlangganan dengan internet desa di ketahui tidak semua pengelola UMKM bisa memanfaatkan internet untuk dijadikan media promosi. Dari 11 pengelola UMKM penulis mendeskripsikan dan mengelompokkan menjadi tiga kategori pengguna internet desa berdasarkan penggunaannya. Pertama, pengelola UMKM yang sudah memanfaatkan internet desa untuk media promosi usahanya, Pengelola UMKM yang belum memanfaatkan internet untuk kegiatan bisnis dan ke tiga pengelola UMKM yang sengaja tidak memanfaatkan internet untuk media promosi.

**SARAN**

Sebaiknya, pemerintah desa bersama pengelola internet desa melakukan sosialisasi atau pelatihan tentang pentingnya teknologi dalam mendukung kemajuan sebuah bisnis khususnya para pengelola UMKM di desa temenggungan. Untuk pengelola UMKM seharusnya membuat akun media sosial dan akun pribadi, dibuat secara terpisah dan memposting foto produk mereka secara berkala.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Alcianno Ghobadi, S. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia Alcianno Ghobadi Gani, ST. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc). <file:///C:/Users/Dell/Downloads/573-1077-1-SM.pdf>
- [2] Andri. (2009). Pengaruh Penggunaan Search Engine, E-Mail Dan Mailing List Terhadap Kualitas Informasi Yang Dihasilkan Dalam Lingkungan Universitas Bina Darma Palembang. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 1(3), 113–127. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- [3] Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52.
- [4] Alcianno Ghobadi, S. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia Alcianno Ghobadi Gani, ST. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc). <file:///C:/Users/Dell/Downloads/573-1077-1-SM.pdf>
- [5] Dianta Hasri Natalius Barus ST., M. (2015). LAPORAN PENELITIAN MONO DISIPLIN “ Peran Internet dalam Saluran Distribusi Pemasaran Produk UMKM ” PENELITIAN HIBAH DOSEN MUDA Oleh Dianta Hasri Natalius Barus ST., MM LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT.
- [6] Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10. <https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>
- [7] Nugrahani, F. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. *信阳师范学院*, 1(1), 305.
- [8] Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2015). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Bandung ( Studi Kasus Subsektor Fesyen ) Adoption of E-Commerce on Micro and Small Enterprise in Bandung ( Fashion Subsector Case Study ). *ISSN: 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016*, 3(2), 1120–1127.
- [9] Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36–52.
- [10] Alcianno Ghobadi, S. (2020). Sejarah dan Perkembangan Internet Di Indonesia Alcianno Ghobadi Gani, ST. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(Cmc). <file:///C:/Users/Dell/Downloads/573-1077-1-SM.pdf>
- [11] Dianta Hasri Natalius Barus ST., M. (2015). LAPORAN PENELITIAN MONO DISIPLIN “ Peran Internet dalam Saluran Distribusi Pemasaran Produk UMKM ” PENELITIAN HIBAH DOSEN MUDA Oleh Dianta Hasri Natalius Barus ST., MM LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT.
- [12] Niode, I. Y. (2019). Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10.

---

<https://repository.ung.ac.id/kategori/show/uncategorized/9446/jurnal-sektor-umkm-di-indonesia-profil-masalah-dan-strategi-pemberdayaan.html>

- [13] Nugrahani, F. (2014). dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. 信阳师范学院, 1(1), 305.
- [14] Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2015). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Bandung ( Studi Kasus Subsektor Fesyen ) Adoption of E-Commerce on Micro and Small Enterprise in Bandung ( Fashion Subsector Case Study ). ISSN : 2355-9357 e-*Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016, 3(2), 1120-1127.*
- [15] Yuliana, O. Y. (2000). Penggunaan Teknologi Internet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 36-52.
- [16] Barus, Dianta H N. 2016. Peran Internet dalam Saluran Komunikasi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12 (1).
- [17] Kartikasari, Deasy. 2021. Pentingnya Peranan Internet dalam Distribusi Pemasaran Produk UMKM. *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 10 (1).
- [18] Samodra, Joko Dkk. 2019. Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM. *Jurnal Karinov*, 2 (3).
- [19] Supriyanto, Agus & Hana. 2020. Strategi Pengembangan Desa Digital untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8 (2).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

---

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AGEN PULSA JAYA RELOAD KEDIRI**

Oleh

Vindy Addina Wijaya<sup>1</sup>, Siswahyudianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sayyid

Ali Rahmatullah Tulungagung

E-mail: <sup>1</sup>[vindyaddina.w@gmail.com](mailto:vindyaddina.w@gmail.com), <sup>2</sup>[siswahyudianto25@gmail.com](mailto:siswahyudianto25@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 06-04-2022

Revised: 14-04-2022

Accepted: 25-05-2022

**Keywords:**

Keragaman Produk, Harga,  
Kualitas Pelayanan,  
Kepuasan Konsumen, Agen  
Pulsa

**Abstract:** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya kios-kios penjual pulsa yang ada, sehingga persaingan dalam usaha pulsa sangatlah ketat, namun banyaknya penjual pulsa tersebut pastinya memiliki keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang beraneka ragam. Dengan ini para pelaku usaha pulsa dituntut untuk memiliki strategi dalam menarik konsumen. Berdasarkan masalah yang dibahas penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, populasinya adalah konsumen dari Jaya Reload yang diambil dengan menggunakan teknik nonprobability sampling. Sampel penelitian ini sebanyak 130 responden. Instrumen penelitian dibuat berdasarkan indikator-indikator variabel. Pengolahan data pada penelitian ini memanfaatkan Aplikasi SPSS 23. Penelitian tersebut mendapatkan hasil sebagai berikut: 1) Berdasarkan hasil uji t parsial dapat diketahui nilai t-hitung > t-tabel yaitu  $3,202 > 1,97897$  dan sig  $0,002 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. 2) nilai t-hitung > t-tabel yaitu  $3,678 > 1,97897$  dan sig  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. 3) nilai t-hitung > t-tabel yaitu  $9,324 > 1,97897$  dan sig  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak. 4) nilai dari Adjusted R Square (koefisien determinan) sebesar 0,578 yang berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 57,8% sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

---

**PENDAHULUAN**

Informasi adalah sesuatu yang dibutuhkan bagi masyarakat karena seluruh aktivitas yang dilakukan selalu dilihat dari pertimbangan intensitas dan efektivitas. Informasi dapat dijadikan referensi bagi manusia agar memudahkan dalam membuat suatu keputusan hal apa yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam Perkembangan teknologi komunikasi saat ini dan yang akan datang menjadikan interaksi antarmanusia

menjadi lebih cepat, efektif, dan efisien. Salah satu teknologi yang mendukung komunikasi adalah telepon genggam atau telepon selular yang dapat memudahkan dalam menghubungi dan dihubungi saat diperlukan komunikasi antar manusia. Telepon seluler di era sekarang dapat dimiliki oleh semua kalangan bukan hanya orang kaya saja. Peningkatan jumlah pengguna telepon seluler tentunya juga akan diiringi dengan meningkatnya jumlah pemakaian pulsa. Peluang inilah yang mungkin dilihat oleh kalangan masyarakat untuk membuka usaha berjualan isi ulang pulsa, karena dalam bisnis ini tidak membutuhkan modal yang besar dan kerugian yang didapat relatif rendah bahkan bisa dibilang tidak ada kerugian sama sekali.

Saat ini banyak kios-kios seluler yang menjual isi ulang pulsa yang sangat dipengaruhi oleh keberadaan pembeli. Jaya Reload merupakan salah satu usaha server pulsa yang berada di Kabupaten Kediri, Jawa Timur, usaha ini berdiri sejak tahun 2009. Usaha ini disebut server pulsa atau agen pulsa karena system pengisian pulsa untuk semua operator dan dapat memudahkan para penjual pulsa untuk tidak lagi menggunakan banyak telepon seluler dan banyak chip. Konter cukup memiliki satu telepon genggam dan satu chip saja untuk melakukan pengisian pulsa ke semua provider. Agen pulsa ini dapat dikatakan sebagai perantara antara penjual pulsa atau konter dengan provider. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik agen pulsa Jaya Reload Kediri diketahui bahwa terdapat banyak keragaman produk yang ditawarkan dan memiliki harga yang cukup terjangkau sehingga dapat menarik konsumen, hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller mendefinisikan “keragaman produk sebagai kumpulan daerah seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”. Salah satu unsur yang harus diperhatikan adalah keragaman produk, karena dengan adanya keragaman produk yang baik akan menarik para konsumen untuk berkunjung dan melakukan transaksi pembelian. Selain keragaman produk tersebut, terdapat harga yang menjadi salah satu hal terpenting, karena harga merupakan variabel yang dapat menentukan profit atau laba bagi penjual. Menurut Tjiptono harga adalah “satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”. Untuk meningkatkan penjualan, penjual tidak hanya memerlukan harga dan produk yang bersahabat akan tetapi juga memerlukan kenyamanan atas pelayanan yang diberikan. Tjiptono yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah “suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen”.

Seiring berjalannya waktu, usaha agen pulsa menjadi bertambah banyak bahkan di setiap daerah kota dan kabupaten. Sehingga membuat para server (agen pulsa) berlomba-lomba dalam memenangkan pasar. Begitu juga yang dirasakan oleh agen pulsa Jaya Reload Kediri, semakin banyak yang menjual pulsa di daerah tersebut sehingga semakin berlomba-lomba untuk memenangkan pasar dengan menawarkan berbagai penawaran yang menarik seperti di Jaya Reload Kediri. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang tingkat kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sehingga peneliti mengambil judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Agen Pulsa Jaya Reload Kediri”**

Dengan latar belakang tersebut dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

## LANDASAN TEORI

### Keragaman Produk

Menurut Christina Widhiya Utami keragaman sendiri merupakan “sejumlah SKU (*Stock Keeping Unit*) dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas dapat dikatakan mempunyai kedalaman (*depth*) yang juga dapat digunakan untuk saling menggantikan”. Menurut Lupiyoadi, mengungkapkan bahwa “produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang dapat memberikan sejumlah nilai pada konsumen”.

Keberagaman produk merupakan salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan, maka dari itu keragaman produk harus diperhatikan oleh perusahaan dengan tujuan meningkatkan kinerja produk. Jika produk yang tersedia tidak beragam maka produk tersebut tentunya akan kalah dalam bersaing dengan produk lain, dalam hal ini berarti perusahaan gagal memberikan kepuasan terhadap konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk merupakan keseluruhan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Indikator Keragaman Produk menurut Kotler alih bahasakan oleh Utami dibagi menjadi 4, sebagai berikut:

1. Variasi merek produk.
2. Variasi kelengkapan produk.
3. Variasi ukuran produk.
4. Variasi kualitas produk.

### Harga

Kloter dan Keller, mengungkapkan bahwa “harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa “harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa”. Saladin mengungkapkan bahwa “harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa, bahkan bisa dikatakan sebagai penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen”. Harga adalah aspek yang terlihat jelas bagi para konsumen, karena harga dapat menjadi satu-satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan sebagai indikator untuk kualitas barang atau jasa.

Menurut William J. Stanton ada tiga ukuran yang dapat menentukan harga, sebagai berikut:

1. Harga yang sesuai dengan kualitas suatu produk.
2. Harga yang sesuai dengan manfaat suatu produk.
3. Perbandingan harga dengan produk lain.

### Kualitas Pelayanan

Kualitas sering dimaknai sebagai segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau segala sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Abdullah dan Francis mengungkapkan bahwa “kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa

yang sangat berpengaruh terhadap kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat". Menurut Poerwadarminta dalam Hardiansyah :

"Pelayanan secara etimologis berasal dari kata layan yang memiliki arti membantu, menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang, setelah itu pelayanan dapat diartikan sebagai cara melayani berhubungan dengan jual beli barang atau jasa". Kotler dalam Alma mengungkapkan bahwa "kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan". Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen dengan memperbaiki keseluruhan aspek yang ada.

Indikator-indikator dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono diantaranya sebagai berikut :

1. Dimensi kendala
2. Dimensi jaminan
3. Dimensi bukti fisik
4. Dimensi empati
5. Dimensi daya tanggap

#### **Kepuasan Konsumen**

Dalam sebuah perusahaan kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang sangat penting. Menurut Wilkie dalam Fandy Tjiptono mendefinisikan "kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa". Kloter memberikan arti "kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan performansi (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya". Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika konsumen telah merasa puas maka akan terjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Menurut Lupiyoadi untuk menentukan kepuasan konsumen terdapat lima faktor, sebagai berikut:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosi
4. Harga
5. Biaya

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena objek yang akan diteliti diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobability sampling jenis sampling kuota dimana teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah atau kuota yang diinginkan oleh peneliti. Teknik ini tidak memberi peluang yang sama bagi

anggota populasi yang bisa menjadi sampel. Kriteria atau ciri-ciri yang digunakan dalam pengambilan sampel ini sebagai berikut : (1) Pria atau wanita yang pernah membeli produk yang ada di Jaya Reload Kediri, (2) Berusia minimal 17 tahun, hal ini karena usia tersebut sudah bisa berfikir secara logis untuk pengambilan keputusan. Penentuan sampel menurut Karunia Eka Lestari & Mokhammad Ridwan Yudhanegara menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{X^2 N P (1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1-P)}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

P = proporsi populasi (0,50)

d = derajat ketelitian 5% (0,05)

$X^2$  = nilai tabel *chi square* sesuai tingkat kepercayaan (untuk tingkat kepercayaan 0,95 maka nilai  $X^2$  = 1,841)

Jadi,

$$n = \frac{X^2 N P (1-P)}{d^2 (N-1) + X^2 P (1-P)}$$
$$n = \frac{1,841 \times 400 \times 0,050 (1-0,50)}{0,05 (400-1) + 1,841 \times 0,50 (1-0,50)}$$
$$n = \frac{1,841 \times 400 \times 0,050 \times 0,5}{0,9975 + 0,46025}$$
$$n = \frac{184,1}{1,45775}$$
$$n = 126,565$$

dari perhitungan tersebut dapat diketahui hasil sebesar 126,565 sehingga dapat dibulatkan menjadi 130. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden.

Dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yang dipakai adalah keragaman produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3). Sedangkan untuk variabel terikat (dependen) yang dipakai adalah kepuasan konsumen (Y). Skala pengukuran yang dipakai yaitu skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Instrument dibuat dalam bentuk checklist dengan skor sebagai berikut :

- |        |                       |         |
|--------|-----------------------|---------|
| 1. SS  | (Sangat Setuju)       | nilai 5 |
| 2. ST  | (Setuju)              | nilai 4 |
| 3. RG  | (Ragu-ragu)           | nilai 3 |
| 4. TS  | (Tidak Setuju)        | nilai 2 |
| 5. STS | (Sangat Tidak Setuju) | nilai 1 |

Dapat diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diolah memakai aplikasi *IBM SPSS Statistics 23*. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir atau item instrumen yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 130 responden dengan analisis rumus  $df = n - 2$ , maka  $130 - 2 = 128$  dengan *alpha* 5%, maka memperoleh hasil r-tabel sebesar 0,1723. Dalam uji validitas yang dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistics 23* diperoleh

hasil bahwa seluruh nilai instrumen yang digunakan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r-tabel atau 0,1723 sehingga instrumen dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrument, uji ini dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach's* dengan ukuran 0 sampai 1. Dari hasil perhitungan yang dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistics 23*, dapat diperoleh hasil nilai *Alpha Cronbach's* untuk variabel keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan lebih dari 0,80 sehingga dapat dikatakan sangat reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandar dized Residual
N		130
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.6217453
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.077
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel 1. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov tersebut dapat diketahui bahwa hasil signifikansi atau Asymp. Sig (2-tailed) dari uji normalitas sebesar 0,054 nilai tersebut lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardi zed Coefficien ts	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	1.67 6	1.944		.862	.390		
KERAGAMAN PRODUK	.202	.063	.203	3.202	.002	.816	1.22 6

HARGA	.240	.065	.240	3.678	.000	.769	1.301
KUALITAS PELAYANAN	.458	.049	.563	9.324	.000	.895	1.117

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan tabel 2. Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui nilai Variance Inflation Factor atau VIF dari variabel keragaman produk (X1) sebesar 1,226, variabel harga (X2) sebesar 1,301 dan variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 1,117. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dari asumsi klasik multikolinieritas lebih kecil dari 10, sehingga dapat dikatakan variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.231	1.288		2.508	.013
KERAGAMAN PRODUK	-.020	.042	-.047	-.486	.628
HARGA	-.063	.043	-.146	-1.458	.147
KUALITAS PELAYANAN	.004	.033	.010	.113	.910

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Dari tabel 3. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antar variabel independen dengan absolute residual yaitu keragaman produk (X1) sebesar 0,628 > 0,05, harga (X2) sebesar 0,147 > 0,05 dan kualitas pelayanan (X3) 0,910 > 0,05 dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4. Hasil Analisis Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.676	1.944		.862	.390
KERAGAMAN PRODUK	.202	.063	.203	3.202	.002
HARGA	.240	.065	.240	3.678	.000

KUALITAS PELAYANAN	.458	.049	.563	9.324	.000
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan tabel 4. Hasil analisis linier berganda dapat diperoleh persamaan atau model regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,676 + 0,202X_1 + 0,240X_2 + 0,458X_3 + E$$

### Uji Hipotesis

#### Uji T

**Tabel 5. Hasil Uji t (Uji secara Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.676	1.944		.862	.390
KERAGAMAN PRODUK	.202	.063	.203	3.202	.002
HARGA	.240	.065	.240	3.678	.000
KUALITAS PELAYANAN	.458	.049	.563	9.324	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

### **Pengaruh Keragaman Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Agen Pulsa Jaya Reload Kediri**

Berdasarkan analisis statistik uji t pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $3,202 > 1,97897$  dan nilai signifikansi keragaman produk lebih kecil dari probabilitas yaitu  $0,002 < 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Keragaman produk berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepuasan konsumen. Jika keragaman produk semakin bertambah akan diikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri, dan sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuri Mahdi Arsyanti dan Sri Rahayu Tri Astuti (2016), dalam "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang)". Dalam penelitian ini, diperoleh hasil keragaman produk berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan toko online shopastelle. Semakin variatif dan lengkap varian produk yang dimiliki oleh toko online shopestelle akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika semakin berkurang variatif dan keragaman varian produk akan semakin turun pula kepuasan konsumen. hal ini dikarenakan apabila keragaman varian lengkap pelanggan tidak perlu lagi mencari produk lain ditoko yang lain.

---

**Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Agen Pulsa Jaya Reload Kediri**

Berdasarkan analisis statistik uji t pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Hal ini dibuktikan dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $3,678 > 1,97897$  dan nilai signifikansi keragaman produk lebih kecil dari probabilitas yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri.

Harga berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepuasan konsumen. semakin rendah tingkat harga maka semakin tinggi kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri, sebaliknya jika semakin tinggi tingkat harga maka semakin rendah kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri.

Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan responden yang dominan menyatakan setuju terhadap indikator harga yaitu terjangkau, price level dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Freeky Steyffi Maramis, dkk (2018), dalam "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado". Dalam penelitian ini, diperoleh hasil harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Agen Pulsa Jaya Reload Kediri**

Berdasarkan analisis statistik uji t pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Hal ini dibuktikan dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $9,324 > 1,97897$  dan nilai signifikansi keragaman produk lebih kecil dari probabilitas yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, maka kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kepuasan konsumen. semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri, sebaliknya jika semakin rendah tingkat kualitas pelayanan maka semakin rendah pula kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya tanggapan responden yang dominan menyatakan sangat setuju dan setuju terhadap indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kendala, ketanggapan, jaminan dan empati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novita Sari dan Selfi Setiyowati (2017), dalam "Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. Dalam penelitian ini, diperoleh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen.

## Uji F

**Tabel 6. Hasil Uji F secara Simultan  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	484.753	3	161.584	60.009	.000 <sup>b</sup>
Residual	339.277	126	2.693		
Total	824.031	129			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, HARGA

Berdasarkan dari uji F yang dilakukan, diperoleh hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 60,009 lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,68 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya apabila ketiga variabel tersebut meningkat secara bersama-sama yaitu keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan maka akan menaikkan kepuasan konsumen, sebaliknya apabila ketiga variabel tersebut menurun secara bersama-sama maka kepuasan konsumen akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vivi Avianty dan Handoyo Djoko Waloejo (2019), dalam "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Stove Syndate Semarang". Dalam penelitian ini, diperoleh hasil variabel kualitas pelayanan, harga dan keragaman produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.578	1.64094

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, HARGA

Berdasarkan tabel 7. Hasil uji koefisien determinan dapat diketahui bahwa nilai dari Adjusted R Square (koefisien determinan) sebesar 0,578 yang berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 57,8% sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

### KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel keragaman produk (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Nilai signifikansi (sig.) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel harga (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Nilai signifikansi (sig.) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Nilai signifikansi (sig.) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.
4. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen agen pulsa Jaya Reload Kediri. Nilai F hitung 60,009 dan F tabel 2,68, yang berarti F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima.

#### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Mimi S. & Feliciano Daniaty. "Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermart Puri Indah di Jakarta Barat". *Jurnal Ekonomi*. Vol. XXII, No. 01 (2017) : hal. 124 – 131.
- [2] Anwar, Iful & Budhi Satrio. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 4, No. 12 (2015) : hal. 1 – 15.
- [3] Diza, Farah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIGROUP Cabang Manado)". *Jurnal EMBA*. Vol. 4, No. 1. (2016). hal. 109-119.
- [4] Gulla, Rendy, dkk. "Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado Grace Inn". *Jurnal Emba*. Vol. 3, No. 1 (2015). hal. 1313 – 1322.
- [5] Hasanah, Uswatun. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli pada Toko Ken's Bakery di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur". Sulawesi Selatan : Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- [6] Haudi, dkk. "Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di Wilayah Tangerang Selatan". *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*. Vol. XI, No. 2a (2020). hal. 9 – 16.
- [7] Ibrahim, Malik & Sitti Marijam Thawil. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Vol. 04, No. 01 (2019) : hal. 175-182.
- [8] Kurniawati, Tyas. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 01 No. 01 (2019). hal. 147-151.
- [9] Lestari, Karunia Eka & Mokhammad Ridwan Yudhanegara. 2017. "Penelitian Pendidikan Matematika". Bandung : PT Refika Aditama.
- [10] Maramis, Freekley Steyfli. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado". *Jurnal EMBA*. Vo. 6, No. 3 (2018). hal. 1658 – 1667.

- [11] Nainggolan, Loredah Paulina dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Café di Semarang)". *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*. hal. 1-11.
- [12] Nilasari, Eswika & Istiatin. "Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo". *Jurnal Paradigma*. Vol. 13, No. 1 (2015). hal. 1-12.
- [13] Rofiah, Chusnul & Dwi wahyuni. "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang". *Jurnal EKSIS*. Vol. 112, No. 1 (2017). hal. 69-82.
- [14] Sari, Novita & Selfi Setiyowati. "Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro". *Jurnal Manajemen Magister*. Vol. 03, No. 02 (2017) : hal. 186-199.
- [15] Saputra, Hendra Adhy. 2011. "Kajian Permintaan Pulsa di Surakarta Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011". Surakarta : Skripsi tidak diterbitkan.
- [16] W., Dwi Perwitasari, dkk. "Pengaruh Keragaman Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Sinar Harapan di Kabupaten Situbondo". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*. Vol. 18, No. 1 (2020), hal. 52-67.
- [17] Weenas, Jackson R.S. "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 4 (2013). hal. 607-618S.
- [18] Widayat, Firman. 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Bukti Fisik dan Proses) Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi pada Hotel AHAVA Magelang)". Jawa Tengah : Skripsi tidak diterbitkan.
- [19] Yulianto, Andri Rizko. "Tinjau Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 20, No. 2 (2018). hal. 241 – 258.

---

**PENGARUH LEVERAGE, UKURAN KAP DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP AUDIT DELAY PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI LQ-45 PERIODE 2017-2019**

Oleh

Pedi Riswandi<sup>1</sup>, Varrel Rachmad Gifari<sup>2</sup>, Iwin Arnova<sup>3</sup>

<sup>123</sup>fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Prof. DR. HAZAIRIN, SH

E mail : <sup>1</sup>[pedi.riswandi@gmail.com](mailto:pedi.riswandi@gmail.com)

---

**Article History:**

Received: 03-04-2022

Revised: 19-04-2022

Accepted: 20-05-2022

**Keywords:**

Leverage, KAP Size, Company Age, Audit Delay

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of Leverage, KAP Size, and Company Age on audit delay in companies listed in LQ-45 for the 2017-2019 period. The sample taken using purposive sampling is 28 companies from LQ-45 companies in 2017-2019. so that the research data tested amounted to 84. The data analysis techniques used were descriptive statistics, classical assumption test, multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it shows that leverage has a significant effect on audit delay, while KAP size and company age have no significant effect on audit delay. Simultaneously, leverage, KAP size and company age have a significant effect on audit delay in companies listed on LQ-45 for the 2017-2019 period.*

---

**PENDAHULUAN**

Semakin banyak bertambahnya jumlah perusahaan di Indonesia yang *go publik*, menunjukkan bahwa dunia bisnis di negara Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini bisa dibuktikan pada tahun 2017 ada sebanyak 570 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), Pada tahun 2018 ada sebanyak 622 Perusahaan, dan pada tahun 2019 sebanyak 671 perusahaan yang telah tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hal ini mengalami kenaikan sedikitnya 9% sampai 18% dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019. Sehingga perusahaan dituntut untuk berusaha lebih akurat dan cepat dalam hal menyajikan laporan keuangan, sehingga laporan keuangan perusahaan tersebut dapat diharapkan memberikan informasi yang lebih relevan kepada pengguna laporan keuangan.

Laporan keuangan yang telah di audit oleh auditor independen harus disampaikan ke BAPEPAM, menurut Institusi Akuntan Indonesia dalam standar profesi akuntan publik (2011:110.1) tujuan audit ialah untuk menyatakan tentang kewajaran, dalam semua hal material, posisi keuangan, haasil usaha, perubahan ekuitas dan arus kas sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. dikarenakan banyaknya transaksi yang harus diaudit, kesulitan dari transaksi, serta pengendalian internal yang kurang baik, sehingga menyebabkan terjadinya *audit delay* meningkat. Saemargani, (2015:1) mendefinisikan bahwa *Audit delay* merupakan perbedaan waktu antara laporan keuangan dengan tanggal opini audit dalam laporan keuangan mengindikasikan tentang lamanya waktu penyelesaian audit yang dilakukan oleh auditor. Yang berarti jika *audit delay* semakin

lama, maka semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami terlambat dalam penyampaian laporan keuangan ke BAPEPAM dan para pengguna laporan keuangan.

Banyak faktor yang bisa mempengaruhi *audit delay* dan ketepatan waktu publikasi pada laporan keuangan. Menurut Apriyani (2010:169) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *audit delay* meliputi solvabilitas, ukuran KAP dan Komite Audit. Selain itu dalam penelitian Amani (2016:135) faktor yang mempengaruhi audit delay ialah ukuran perusahaan, profitabilitas, opini audit dan umur perusahaan. Sedangkan menurut Saemargani (2015:1) faktor yang mempengaruhi ukuran perusahaan, umur perusahaan, profitabilitas. Dalam konteks penelitian ini, peneliti hanya akan mengambil beberapa faktor saja yaitu meliputi, *Leverage*, Ukuran KAP dan Umur perusahaan.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi *audit delay* yaitu *Leverage*. *leverage ratio* digunakan untuk mengukur kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, apabila terjadi maka perusahaan dilikuidasi (Kasmir, 2012:150). Dengan analisis rasio leverage, perusahaan akan mengetahui hal yang berkaitan dengan penggunaan modal dan modal pinjaman serta kemampuan rasio kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, sehingga manager keuangan dapat mengambil keputusan dalam menyeimbangkan penggunaan modal (Bustaman, 2010:115). Perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan cenderung melakukan penundaan pelaporan keuangan, sehingga membutuhkan waktu lebih lama untuk mempublikasikan laporan audit. Dalam penelitian Zebriyanti (2016:1) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *audit delay*. Baik perusahaan yang mempunyai utang besar ataupun kecil tidak akan mempengaruhi proses penyelesaian audit laporan keuangan, karena audit yang telah ditunjukkan telah memiliki waktu sesuai dengan kebutuhan untuk menyelesaikan proses pengauditan utang. Berbeda dengan penelitian Angruningrum dan Wirakusuma (2013:2) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *audit delay*. Hal ini dikarenakan tingkat besar dan kecilnya utang suatu perusahaan akan menyebabkan pemeriksaan utang perusahaan semakin lama sehingga dapat memperlambat proses pelaporan audit yang dilakukan oleh auditor.

Faktor selanjutnya yang diperkirakan mempengaruhi *audit delay* yaitu Ukuran Kantor Akuntan Publik (KAP). UURI No.2 Tahun 2015 KAP merupakan seseorang yang telah memperoleh perizinan untuk memberikan jasa yang diatur dalam UU No.5 Tahun 2011 tentang Akuntan Publik. KAP digolongkan menjadi dua golongan, yaitu KAP *the Big Four* dan KAP *non Big Four*. Hasil dari Penelitian Indra dan Arisudhana (2012:1) Ukuran KAP berpengaruh terhadap signifikan terhadap *Audit Delay*, KAP yang termasuk dalam golongan *the big four* diyakini lebih efisien dalam melakukan perencanaan audit, lebih berpengalaman dalam melakukan audit, serta memiliki sumber daya manusia yang lebih baik akan tetapi berbanding terbalik dengan hasil penelitian Saemargani (2015:1). Ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap *Audit Delay*, hal ini dikarenakan KAP *the big four* maupun *non big four* memiliki standar yang sama dan sesuai dengan Standar Profesional Akuntan Publik (PSAP) dalam melaksanakan pekerjaannya.

Faktor yang terakhir yang dapat mempengaruhi audit delay ialah umur Perusahaan dimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Bahri, dkk (2018:178) Bahwa umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *Audit Delay*. Hal ini dikarena Perusahaan yang memiliki umur lebih tua dinilai lebih memiliki pengalaman yang cukup banyak dalam perihal

mengumpulkan, memproses, dan menghasilkan informasi. Berbeda dengan hasil penelitian Jamil (2018:1) mengatakan bahwa umur perusahaan tidak ada pengaruh signifikan terhadap *Audit Delay*. Dikarenakan perusahaan yang telah lama beroperasi tidak menjamin penyelesaian audit akan semakin cepat karena kompleksitas laporan keuangan.

Berdasarkan penelitian terdahulu masih ada tidak konsisten dalam hasil penelitian yang diperoleh dari masing-masing peneliti terkait dengan *audit delay*. Karena itu peneliti termotivasi dan tertarik untuk melakukan pengujian kembali dengan beberapa faktor yang diduga adanya pengaruh terhadap audit delay.

## LANDASAN TEORI

### Laporan Keuangan

uryati (2018: 7) Laporan Keuangan disusun dengan maksud untuk menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Beberapa pendapat juga menyatakan laporan keuangan menurut Boediono dalam Riswandi (2014: 210) Laporan keuangan merupakan alat komunikasi yang digunakan manajemen untuk memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang berkepentingan terhadap laporan keuangan dibagi menjadi dua yaitu pihak internal seperti Pemilik, manajemen perusahaan serta karyawan perusahaan dan pihak eksternal yaitu Kreditor, pemerintahan, Investor serta masyarakat.

### Auditing

Fitri (2016: 8) audit adalah suatu ilmu yang digunakan untuk melakukan penilaian terhadap pengendalian intern dimana bertujuan untuk memberikan perlindungan dan pengamanan supaya dapat mendeteksi terjadinya penyelewengan dan ketidakwajaran yang dilakukan oleh perusahaan. Proses audit sangat diperlukan suatu perusahaan karena dengan proses tersebut seorang akuntan publik dapat memberikan pernyataan pendapat terhadap kewajaran atau kelayakan laporan keuangan berdasarkan *international standards auditing* yang berlaku umum.

### Leverage

*Leverage ratio* atau sering disebut rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aktivasinya. Dalam pengartian luas dikatakan bahwa *leverage ratio* digunakan untuk mengukur kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dilikuidasi (dibubarkan) (Kasmir, 2012: 150). Konsep leverage ini cukup penting bagi para investor dalam membuat keputusan atau pertimbangan penilaian saham karena para investor umumnya cenderung menghindari risiko.

### Ukuran KAP (Kantor Akuntan Publik)

Kantor Akuntan Publik yang mempunyai reputasi baik, diperkirakan dapat melakukan pengauditan laporan keuangan dengan lebih cepat untuk menyelesaikan auditnya sesuai dengan jadwal yang telah disetujui sehingga informasi yang didapatkan lebih cepat diterima pengguna laporan dalam pengambilan keputusan. Kantor Akuntan Publik (KAP) di Indonesia dibedakan menjadi dua yaitu KAP *the big four* dan juga KAP *non the big four* (Apriyana, 2017: 19). Kategori Kantor Akuntan Publik *the big four* di Indonesia yakni :

1. KAP *Price Waterhouse Coopers* (PWC), bekerjasama dengan KAP Drs. Hadi Susanto dan rekan, Haryanto dan rekan
2. KAP *Klynveld Peat Marwick Goerdeler* (KPMG), Bekerjasama dengan KAP Sidharta dan Widjaja.
3. KAP *Ernest & Young* (EY), Bekerjasama dengan KAP Prasetio, Sarwoko, dan Sanjadja.
4. KAP *Deloitte Touche Tomatsu* (Deloitte), Bekerjasama dengan KAP Hans Tuanakotta & Mustofa, Osman Ramli Satrio & Rekan

### **Umur Perusahaan**

Perusahaan yang telah lama berkiprah dalam dunia bisnis tentunya akan lebih berpengalaman dalam menjalankan usaha yang telah didirikan, karena perusahaan yang berpengalaman lebih dahulu mencoba cara-cara untuk mempertahankan perusahaannya. Menurut Amani (2016: 138) Perusahaan yang berdiri sejak lama memiliki kemampuan yang lebih baik dalam penyusunan laporan keuangan dibandingkan dengan perusahaan yang baru atau perusahaan yang belum lama berdiri. menurut lemme dalam Andranita (2008 : 9) usia muda terbilang antara 18 sampai 22 tahun dan berakhir paada 35 sampai 40 tahun.

### **Audit Delay**

*Audit Delay* adalah rentan waktu penyelesaian audit laporan keuangan tahunan, diukur bedasarkan dari lamanya hari yang dibutuhkan untuk memperoleh laporan auditor independen atas audit laporan keuangan tahunan keuangan (Lestari, 2010: 18). Audit delay dapat dengan mengukur hari antara tanggal ditandatanganinya laporan auditor independen dengan tanggal penutupan buku laporan keuangan tahunan. Misalnya, audit delay disebuah perusahaan sebesar 60 hari, apabila tanggal tutup buku pada laporan keuangan tahunan perusahaan adalah tanggal 31 Desember 2017 dan memiliki laporan auditor independen yang ditandatanganinya tanggal 1 Maret 2018.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang bersifat praduga dikarenakan masih harus diuji kebenarannya. Berdasarkan kajian teoritis dan kerangka pemikiran yang terpapar diatas dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>** : Diduga ada Pengaruh Yang Signifikan *Leverage* Terhadap Audit delay pada perusahaan yang terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019.
- H<sub>2</sub>** : Diduga ada Pengaruh Yang Signifikan Ukuran KAP Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019.
- H<sub>3</sub>** : Diduga ada Pengaruh Yang Signifikan Umur Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019.
- H<sub>4</sub>** : Diduga Secara bersama-sama ada Pengaruh Signifikan *Leverage*, Ukuran KAP dan Umur Perusaha terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono 2003 : 90). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah perusahaan yang terdaftar di LQ-45 pada tahun 2017-2019

berjumlah 45 perusahaan

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu, jelas, dan lengkap sehingga dianggap bisa mewakili populasi. Apabila populasinya besar dan tidak memungkinkan peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi, Maka dari itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiono, 2014 : 85). Sampel dari penelitian ini adalah 28 perusahaan yang terdaftar di LQ-45 selama 3 tahun berturut-turut dan laporan keuangan menggunakan mata uang Rupiah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.

#### *Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel*

### **Leverage (X<sub>1</sub>)**

*Leverage ratio* digunakan untuk mengukur kewajibannya, rasio ini menunjukkan perbandingan antara pembiayaan dan pendanaan melalui hutang dengan pendanaan melalui ekuitas (Martono dan Harjito, 2008:295). variabel ini di proksi melalui *Debt to Equity Ratio* (DER).

$$DER = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%.$$

### **Ukuran Kantor Akuntan Publik (X<sub>2</sub>)**

Kantor Akuntan Publik adalah badan usaha yang telah mendapatkan izin dari Menteri Keuangan sebagai wadah bagi para akuntan publik untuk memberikan jasanya. KAP digolongkan menjadi dua golongan, Yaitu KAP *the Big Four* dan KAP *non the Big Four*. KAP *the big four*, KAP the big four mampu mengaudit lebih efisien dan memiliki fleksibilitas lebih besar dalam penjadwalan audit, sehingga audit dapat diselesaikan dalam tepat waktu. Dalam penelitian ini proksi yang digunakan adalah variabel *dummy* dengan kode 1 untuk KAP *the big four* dan 0 untuk KAP *non the big four*.

### **Umur Perusahaan (X<sub>3</sub>).**

Umur perusahaan adalah suatu rentang berjalannya suatu perusahaan yang dinyatakan dalam tahun. Umur perusahaan dapat ditentukan sejak tanggal berdirinya perusahaan (Rohima, 2017: 46). Umur perusahaan juga dapat ditentukan sejak perusahaan tersebut melakukan *Initial Public Offering* (IPO) atau bisa disebut juga dengan penawaran saham perdana. Variabel ini diukur dari jumlah tahun dimana perusahaan melakukan *Initial Public offering* (IPO) sampai dengan tahun penelitian.

$$\text{Umur Perusahaan} = \text{Tahun Observasi} - \text{Tahun IPO}$$

### **Audit Delay (Y)**

Audit delay adalah rentang waktu penyelesaian pelaksanaan audit laporan keuangan tahunan yaitu sejak tanggal penutupan buku perusahaan sampai dengan tanggal yang tertera pada laporan audit independen atau sampai dengan ditandatanganinya laporan audit oleh auditor independen (Saemargani, 2015: 2). Variabel ini diukur dari jumlah hari yang diperoleh dari selisih hari antara tanggal penutupan buku laporan keuangan perusahaan sampai dengan tanggal laporan audit yang telah dikeluarkan dan ditandatangani oleh kantor akuntan publik.

### **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa regresi linier berganda diolah menggunakan SPSS 25.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Statsitik Deskriptif**

**Tabel I**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Audit Delay (Y)	84	15	146	61.98	23.839
Leverage (X1)	84	0.18	11.30	2.0963	2.40633
Ukuran KAP (X2)	84	0	1	0.86	0.352
Umur Perusahaan (X3)	84	5	37	19.36	8.342

*Sumber : data diolah (2021)*

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan Variabel *leverage* nilai rata-rata *leverage* sebesar 2,096 dengan kisaran antara 0,18 hingga 11,30 dan nilai standar deviasi sebesar 2.40. terlihat bahwa pada umumnya perusahaan mempunyai total hutang sebesar 209% yang disediakan oleh kreditor dibandingkan total modal perusahaan, bahkan ada perusahaan yang mempunyai total kewajibannya sebesar 1130%, akan tetapi semakin besar nilainya semakin baik bagi perusahaan. Nilai *leverage* terendah dimiliki oleh perusahaan Indocemen Tunggal Prakasa Tbk. (INTP) pada tahun 2017 dengan nilai sebesar 0,18, sementara nilai *leverage* tertinggi dimiliki perusahaan Bank Tabungan Negara Tbk. (BBTN) pada tahun 2019 dengan nilai sebesar 11.30. Variabel Ukuran KAP menunjukkan bahwa nilai rata-rata ukuran KAP sebesar 0.86 dengan nilai 1 untuk perusahaan yang menggunakan jasa KAP big four dan nilai 0 untuk perusahaan tidak menggunakan KAP big four dengan nilai standar deviasi sebesar 0,352. Dari 28 perusahaan yang di teliti ada 2 perusahaan yang tidak menggunakan KAP big four selama 2 periode 2017-2019 yaitu perusahaan Bumi Serpong Damai Tbk. (BSDE) dan Medi Nusantara Citra Tbk. (MNCN) dan 3 perusahaan tidak menggunakan KAP big four selama periode 2018-2019 ialah perusahaan Pembangunan Perumahan Tbk. (PTPP), Wijaya Karya Tbk. (WIKI), dan Waskita Karya Tbk. (WSKT). Variabel umur perusahaan pada tabel menunjukan nilai rata-rata sebesar 19,36 dengan kisaran antara 5 tahun sampai dengan 37 tahun dengan nilai standar deviasi sebesar 8,342. Perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) mempunyai umur yang lebih lama 37 tahun pada tahun 2019 dan perusahaan Waskita Karya Tbk. (WSKT) berumur 5 tahun pada tahun 2017

**Uji Asumsi Klasik**

**Tabel II**  
**Uji Asumsi Klasik**

No	Jenis Pengujian	Kesimpulan
1	Normalitas Data	Bebas dari uji normalitas data
2	Multikolinearitas	Bebas dari uji multikolinearitas
3	Heterokedastisitas	Bebas dari uji heterokedastisitas
4	Autokorelasi	Bebas dari uji autokorelasi

Sumber : data diolah (2021)

Tabel 2 menunjukkan bahwa model penelitian dinyatakan telah memenuhi asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi.

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel III**  
**Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	72.626	7.520	
Leverage	-5.379	1.073	-0.543
Ukuran KAP	9.489	7.819	0.140
Umur Perusahaan	-0.388	0.351	-0.136

Sumber : data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 72,626 ini menunjukkan bahwa apabila jika nilai variabel independen  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  adalah 0, maka nilai *audit delay* sebesar 72,626 hari. Nilai koefisien variabel *leverage* ( $X_1$ ) bernilai negatif sebesar - 5,379, ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan nilai variabel *leverage* ( $X_1$ ) perusahaan sebesar 1% maka, *audit delay* pada perusahaan yang terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019 akan menurun sebesar 5,379 hari, dengan asumsi variabel independen  $X_2$  dan  $X_3$  bernilai tetap. Nilai koefisien variabel ukuran KAP ( $X_2$ ) sebesar 9,379, artinya bahwa setiap peningkatan nilai variabel ukuran KAP sebesar 1%, maka *Audit delay* perusahaan yang terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019 akan meningkat sebesar 9,379 hari, dengan asumsi variabel independen  $X_1$  dan  $X_3$  bernilai tetap. Nilai koefisien variabel umur perusahaan ( $X_3$ ) sebesar - 0,388, artinya bahwa setiap peningkatan nilai variabel umur perusahaan sebesar 1%, maka *Audit delay* perusahaan yang terdaftar di LQ-45 periode 2017-2019 akan menurun sebesar 0,388 hari, dengan asumsi variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  bernilai tetap.

### Uji Hipotesis

**Tabel IV**  
**Uji Hipotesis**

Variabel	t	sig	Kesimpulan
Leverage	-5,015	0.000	H1 Diterima
Ukuran KAP	1,214	0.228	H2 Ditolak
Umur Perusahaan	-1,105	0.272	H3 Ditolak

Sumber : data diolah (2021)

### Pembahasan

#### Pengaruh Leverage Terhadap Audit Delay

Berdasarkan Tabel 4 di atas membuktikan bahwa variabel *Leverage* ( $X_1$ ) berpengaruh

terhadap *audit delay*, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai t-statistik sebesar - 5.015 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. dengan Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Angruningrum dan Wirakusuma (2013), namun bertolak dengan hasil penelitian Puspitasari dan Latrini (2014). *Leverage* yang tinggi mengakibatkan panjangnya waktu yang dibutuhkan dalam penyelesaian audit. Hal ini dikarenakan leverage yang tinggi akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan keterlambatan dalam menyampaikan laporan keuangan, diperkirakan leverage yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan sedang dalam kesulitan keuangan, yaitu perusahaan yang tidak dapat memenuhi kewajibannya ketika jatuh tempo. Biasanya perusahaan akan mengurangi risiko dengan memundurkan publikasi laporan keuangannya dan mengulur waktu dalam pekerjaan auditnya. Dengan demikian auditor akan mengaudit laporan keuangan perusahaan dengan lebih seksama dan membutuhkan waktu yang relatif lama sehingga dapat meningkatkan *audit delay*. Perusahaan yang memiliki proporsi total hutang yang tinggi dibandingkan aset perusahaan diperkirakan cenderung meningkatkan kerugian, maka dapat membuat auditor berhati-hati terhadap laporan keuangan yang akan diaudit karena meyangkut kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

#### ***Pengaruh Ukuran KAP Terhadap Audit Delay***

Tabel 4 di atas membuktikan bahwa variabel Ukuran KAP ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap *audit delay*, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,228 > 0,05$  dan nilai t-statistik sebesar 1,214, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil penelitian ini memperoleh hasil berbeda dengan penelitian Puspitasari dan Latrini (2014). Namun sejalan dengan penelitian Saemargani (2015). Dalam teori menyatakan bahwa perusahaan yang diaudit oleh KAP *the big four* cenderung memiliki *Audit Delay* yang lebih singkat, hasil penelitian ini bertentangan dengan teori tersebut. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap *Audit delay*. Ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap *audit delay* diperkirakan KAP *the big four* maupun KAP *non big four* mengacu pada standar yang sama dan sesuai dengan standar profesional akuntan publik (PSAP) dan persaingan antar KAP berfiliasi *big four* maupun *non big four* semakin ketat, semua KAP akan berusaha menjaga reputasinya dengan menunjukkan tingkat profesionalisme yang tinggi dalam menjalankan pekerjaannya sehingga dapat menghasilkan kualitas audit yang baik. KAP yang berafiliasi dengan *big four* ataupun yang tidak berafiliasi dengan *big four* berusaha memberikan pelayanannya yang terbaik. Ukuran KAP tidak hanya didasarkan pada nama yang besar saja namun juga pada kualitas audit yang dihasilkan oleh KAP tersebut. Maka dari itu ukuran KAP tidak mempengaruhi lamanya waktu penyelesaian laporan keuangan dan juga KAP *Big Four* dan KAP *Non Big Four* akan berusaha untuk tidak *audit delay* karena sudah ada ketentuan dari BAPEPAM untuk menyampaikan secara tepat waktu.

#### ***Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Audit Delay***

Dari hasil pengujian statistik, membuktikan bahwa variabel Umur Perusahaan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap *Audit Delay*, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,272 > 0,05$  dan nilai t-statistik sebesar - 1,105, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jamil (2018), namun bertolak dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saemargani (2015). Hal ini diperkirakan karena perusahaan yang sudah lama berdiri biasanya sudah berkembang menjadi besar dengan membuka cabang-cabang usaha sehingga operasional perusahaan menjadi lebih kompleks

dan dapat membesarkan audit delay. Namun perusahaan yang baru berdiri dapat juga menghasilkan laporan keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang sudah lama berdiri sepanjang di topangi oleh sumber daya yang memadai.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan

1. Variabel *Leverage* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Audit Delay* (Y) pada perusahaan yang terdaftar di LQ-45 Periode 2017-2019.
2. Variabel Ukuran KAP ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Audit Delay* (Y) pada perusahaan yang terdaftar di LQ-45 Periode 2017-2019.
3. Variabel Umur Perusahaan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Audit Delay* (Y) pada perusahaan yang terdaftar di LQ-45 Periode 2017-2019.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, agar dapat menyampaikan laporan keuangan yang telah diaudit secara tepat waktu.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti menggunakan variabel-variabel independen diluar variabel ini, seperti kinerja keuangan, opini auditor, tata kelola perusahaan agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan dapat menggambarkan perihal apa saja yang dapat mempengaruhi variabel audit delay.
3. Perluasan ruang lingkup perusahaan yang akan dijadikan sampel, umpamanya dengan menambah kategori perusahaan sampel.
4. Menggunakan alat uji dan metode yang berbeda sehingga memperoleh hasil yang baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agoes, Sukrisno. 2012. Edisi 4 buku 1 Auditing Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik. Jakarta: Salemba Empat.
- [2] Amani, Fauziah Althaf. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Opini Audit, dan Umur Perusahaan Terhadap Audit Delay (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2012-2014. Jurnal Nominal Volume V No. 1
- [3] Andi Kartika. 2009. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Audit Delay di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol. 16 No. 1 hal.1-17. Univeritas Stikubank Semarang.
- [4] Andranita Marchantia. 2008. Perbedaan fokus karir antara pekerja dewasa muda yang mengalami pindah kerja dan tidak pindah kerja di Jakarta. Universitas Indonesia.FPSIUI
- [5] Angruningrum, Silvia dan Made Wirakusuma. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kompleksitas Operasi, Reputasi KAP dan Komite Audit Terhadap Audit Delay. E-Jurnal Akuntansi Vol.5 No. 2 Hal. 251-270. Universitas Udayana
- [6] Apriyani, Nurul Nur. 2015. Pengaruh Solvabilita, Opini Auditor, Ukuran KAP, dan Komite Audit Terhadap Audit Delay. Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 11 Edisi Khusus Juni hal. 169-177.
- [7] BAPEPAM. 2011. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga

- 
- Keuangan No. KEP-346/BL/2011 tentang Penyampaian Laporan Keuangan Berkala Emiten atau Perusahaan Go Public. ([www.bapepam.go.id](http://www.bapepam.go.id) diakses pada tanggal 15 Desember 2020).
- [8] Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.1 (Revisi 2009) tentang penyajian Laporan Keuangan. (<http://iaiglobal.or.id/v03/standar-akuntansi-keuangan/pernyataan-sak> diakses pada tanggal 16 Desember 2020).
- [9] Kasmir. 2018. Analisis Laporan Keuangan. Depok: Rajawali Pers.
- [10] Kurniawan, Anthusan Indra dan Herry Laksito. 2015. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Audit Delay. Diponegoro Journal of Accounting, Vol.4. No.3 Hal.319-331. Universitas Diponegoro
- [11] Martono, Nanang, 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Data Sekunder. Jakarta: Rajawali Pers.
- [12] Martono. N. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Data Sekunder. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [13] Mulyadi. 2011. Auditing Edisi 6 Buku 1. Yogyakarta: Salemba Empat.
- [14] Mulyadi. 2017. Auditing Edisi 6 Buku 2. Yogyakarta: Salemba Empat.
- [15] Prasetya, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- [16] Purba, Fransisko dan Siti Ragil Handayani. 2017. Analisis Perbedaan Reaksi Pasar Modal Indonesia Sebelum Dan Sesudah Peristiwa Non Ekonomi. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.51 No.1 Hal. 115-123. Universitas Brawijaya.
- [17] Pustpita, Ketut Dian dan Made Yeni Latrini. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan Anak Perusahaan, Leverage, dan Ukuran KAP Terhadap Audit Delay. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 8.2 : 283-299.
- [18] Riswandi, Pedi. 2014. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Proporsi Komisaris Independen Terhadap Kualitas Laba. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vol 2 No. 2 Hal. 210-223.
- [19] Samsul, Muhammad. 2016. Pasar Modal dan Manajemen Portofolio Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- [20] Santoso, Singgih. 2017. Statistika Multivariat dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo
- [21] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabet.
- [22] Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabet.
- [23] Sugiyono. 2015. Metode Penulisan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan RD. Bandung: Alfabet
- [24] Sujarweni, V. Wiratna. 2015. SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- [25] Trijono, Rachmat. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Paps Sinar Sinanti.
- [26] Tuanakotta, Theodurus M. 2014. Audit Berbasis ISA (Internationan Standart On Auditing). Jakarta : Salemba Empat.
- [27] [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) diakses pada tanggal 1 dan 10 Desember 2020.
- [28] [www.invesnesia.com](http://www.invesnesia.com) diakses pada tanggal 20 dan 21 Januari 2021.

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FRESH KAPUAS KOTA BENGKULU**

Oleh

Muhamad Galy Njoman Ari Pribowo<sup>1</sup>, Atika Tri Milinia<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Unibversitas Muhammadiyah  
Bengkulu

Email: [1muhamadgaly@umb.ac.id](mailto:muhamadgaly@umb.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 05-04-2022

Revised: 16-04-2022

Accepted: 23-05-2022

**Keywords:**

Quality, Service, Price,  
Location

**Abstract:** *This study aims 1) To determine the effect of service quality on purchasing decisions at Fresh Kapuas Bengkulu City 2) To determine the effect of price on purchasing decisions at Fresh Kapuas Bengkulu City 3) To determine the effect of location on purchasing decisions at Fresh Kapuas Bengkulu City 4) To determine the influence of service quality, price, and location on purchasing decisions at Fresh Kapuas, Bengkulu City. This type of research is a quantitative approach. The method used in this research is descriptive method. The population in this study were all visitors to Fresh Kapuas, Bengkulu City who wanted to buy 50 people a day, a sample of 57 people. Based on the results of research on the influence of service quality, price, and location on purchasing decisions at Fresh Kapuas, Bengkulu City. 1) Service quality (X1) affects consumer purchasing decisions (Y) Fresh Kapuas Bengkulu City with a tsig value of 0.000, thus Ho is rejected and Ha is accepted, which means that the X1 variable affects consumer purchasing decisions (Y). 2) Price (X2) affects purchasing decisions (Y) Fresh Kapuas Bengkulu City with a tsig value of 0.001 thus Ho is rejected and Ha is accepted, which means that X2 variable affects consumer purchasing decisions (Y). 3) Location (X3) affects purchasing decisions (Y) Fresh Kapuas Bengkulu City with a tsig value of 0.002, thus Ho is rejected and Ha is accepted, which means that X2 variable affects consumer purchasing decisions (Y). 4) Quality of service, price and location together affect consumer purchasing decisions with a value of Fsig < where Fsig is 0.000.*

---

**PENDAHULUAN**

Persaingan antara perusahaan di Indonesia semakin tajam. Persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga,

kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan mendapatkan laba. (Febrina, 2010)Tingkat berwirausaha masyarakat Bengkulu semakin tinggi, hal ini dapat dilihat dari banyaknya usaha-usaha yang berkembang di Bengkulu dari berbagai jenis usaha seperti usaha resto, café. Tingkat berwirausaha merupakan suatu kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ketertarikan terhadap wirausaha, adanya perasaan senang terhadap wirausaha, dan adanya keinginan serta dorongan untuk berwirausaha. Dalam berwirausaha ada hal yang harus diperhatikan agar usaha tetap berjalan sebagaimana mestinya yaitu keputusan pembelian konsumen (Sidiq, 2011:12).

Keputusan pembelian merupakan sumber motivasi yang mendorong konsumen untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika konsumen menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat, maka bisa menjadi berminat, kemudian hal tersebut bisa mendatangkan kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Keputusan pembelian adalah motivasi konsumen untuk melakukan atau menilai suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan (Febrina, 2010) Peningkatan hubungan dengan pelanggan nampaknya menjadi salah satu faktor penting untuk keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena kualitas akan menguntungkan dalam jangka panjang dan keuntungan internal yang diperoleh dari adanya perbaikan efisiensi produk (Senjaya, 2013)

Harga merupakan salah satunya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Kotler dan Armstrong, (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Selain itu Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha melalui peningkatan volume penjualan. Berdasarkan observasi awal di Fresh Kapuas Kota Bengkulu konsumen masih ada yang kurang puas dengan pelayanan di Fresh Kapuas karena terkadang harus mengantri cukup lama ketika melakukan pembayaran jika konsumen sedang ramai, harga yang ada di Fresh Kapuas memang relatif murah dibandingkan dengan usaha sejenisnya seperti Indomaret dan Alfamart dikarenakan hanya saja masih ada beberapa barang yang harganya cukup tinggi dari pasaran dan lokasi sudah cukup strategi membuat konsumen mudah menjangkaunya (hasil wawancara dengan KY, A dan Z).

Berdasarkan fenomena di atas, memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian ulang dengan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kualitas pelayanan**

Moenir, (2012) pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada 2 (dua) jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara (Dirgantoro, 2017) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Tjiptono, 2015: 259).

### **Harga**

Alma, (2013) harga adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan memuaskan konsumen (satisfaction). Value adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antar barang dengan barang. Sekarang ekonomi kita tidak lagi melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga.

### **Lokasi**

Fandy Tjiptono, (2014) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Heizer, (2012) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Pada analisis lokasi di sektor industri strategi yang dilakukan terfokus pada minimalisasi biaya, Hal ini disebabkan karena perusahaan manufaktur mendapatkan bahwa biaya cenderung sangat berbeda di lokasi yang berbeda, sementara pada sektor jasa, fokus ditujukan untuk memaksimalkan pendapatan.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Konsumen dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2008) Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014).

### **Hipotesis**

H1: Diduga kualitas pelayanan berdampak terhadap keputusan pembelian pada Kapuas Fresh Kota Bengkulu

H2: Diduga harga berdampak terhadap keputusan pembelian pada Kapuas Fresh Kota Bengkulu

H3: Diduga lokasi berdampak terhadap keputusan pembelian pada Kapuas Fresh Kota Bengkulu

H4: Diduga kualitas pelayanan, harga dan lokasi berdampak terhadap keputusan pembelian pada Kapuas Fresh Kota Bengkulu

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi Dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Kapuas Fresh Kota Bengkulu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Fresh Kapuas Kota Bengkulu yang ingin membeli perhari sebanyak 50 orang. Sementara penelitian ini dilakukan selama 7 hari. Jadi jumlah populasi sebanyak  $50 \times 7 = 350$   
Menurut (Sugiyono, 2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki

oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah 77 orang. Sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Slovin.

Uji Instumen

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dalam penelitian ini menggunakan content validity yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur (Ferdinand, 2006;47).

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ferdinand (2006: 103) sebuah instrumen dan data yang dihasilkan disebut reliable atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas dengan menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach.

### Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala likert.

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

**Tabel 1**

**Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain	a. Kehandalan b. Daya Tanggap c. Jaminan d. Empati e. Bukti Fisik (Tjiptono, 2015)
2	Harga	Harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat (Stanton, 2006)
3	Lokasi	Lokasi adalah tempat perusahaan	a. Akses b. Visibilitas c. Lalu lintas

		beroperasi atau kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa	d. Tempat parkir e. Ekspansi f. Lingkungan g. Persaingan (Tjiptono, 2007)
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan	a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan (Kotler dan Keller, 2009)

*Sumber: hasil olahan peneliti*

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda diolah menggunakan SPSS 21.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas

Untuk menguji validitas dari setiap butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner sebelum kuesioner disebarkan kepada responden yang sebenarnya, dilakukan uji coba kuesioner kepada 30 orang responden untuk mengetahui baik atau tidaknya kuesioner. Uji validitas penelitian ini menggunakan korelasi product moment. Nilai  $r_{tabel}$  untuk  $n = 30$  dengan signifikansi 5% diperoleh angka standar 0,300 (Sugiyono, 2016:121). Hasil pengujian validitas disajikan berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

Variabel	No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	item1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,522 0,003 30	0,300
	item2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,510 0,004 30	0,300
	item3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,616 0,000 30	0,300
	item4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,680 0,000 30	0,300
	item5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,562 0,001 30	0,300

---

	item6	Pearson Correlation	0,572	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,001	
		N	30	
	item7	Pearson Correlation	0,724	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item8	Pearson Correlation	0,466	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,009	
		N	30	
	item9	Pearson Correlation	0,633	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item10	Pearson Correlation	0,510	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,004	
		N	30	
	item11	Pearson Correlation	0,654	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item12	Pearson Correlation	0,382	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,037	
		N	30	
	item13	Pearson Correlation	0,455	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,012	
		N	30	
	item14	Pearson Correlation	0,396	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,019	
		N	30	
	item15	Pearson Correlation	0,316	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,022	
		N	30	
	item16	Pearson Correlation	0,548	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,002	
		N	30	
	item17	Pearson Correlation	0,467	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,009	
		N	30	
	item18	Pearson Correlation	0,467	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,009	
		N	30	
	item19	Pearson Correlation	0,476	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,008	
		N	30	
	item20	Pearson Correlation	0,339	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,036	
		N	30	
	item23	Pearson Correlation	0,551	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,002	
		N	30	
Harga	item24	Pearson Correlation	0,537	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,002	
		N	30	
	item25	Pearson Correlation	0,532	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,002	

---

		N	30	
	item26	Pearson Correlation	0,713	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item27	Pearson Correlation	0,704	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item28	Pearson Correlation	0,625	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item29	Pearson Correlation	0,713	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item30	Pearson Correlation	0,629	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
	item31	Pearson Correlation	0,382	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,037	
		N	30	
	item32	Pearson Correlation	0,455	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,012	
		N	30	
	item33	Pearson Correlation	0,396	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,019	
		N	30	
	item34	Pearson Correlation	0,316	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,022	
		N	30	
	item35	Pearson Correlation	0,548	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,002	
		N	30	
Lokasi	item36	Pearson Correlation	0,467	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,009	
		N	30	
	item37	Pearson Correlation	0,467	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,009	
		N	30	
	item38	Pearson Correlation	0,476	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,008	
		N	30	
	item40	Pearson Correlation	0,382	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,037	
		N	30	
	item41	Pearson Correlation	0,455	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,012	
		N	30	
	item42	Pearson Correlation	0,578	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,003	
		N	30	
	item43	Pearson Correlation	0,699	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,000	
		N	30	
Keputusan Pembelian	item44	Pearson Correlation	0,438	0,300
		Sig. (2-tailed)	0,016	

	N	30		
item45	Pearson Correlation	0,489	0,300	
	Sig. (2-tailed)	0,006		
	N	30		
item46	Pearson Correlation	0,493	0,300	
	Sig. (2-tailed)	0,006		
	N	30		
item47	Pearson Correlation	0,616	0,300	
	Sig. (2-tailed)	0,000		
	N	30		
item48	Pearson Correlation	0,449	0,300	
	Sig. (2-tailed)	0,013		
	N	30		

Sumber: data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi dan keputusan pembelian dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $> 0,300$ . disimpulkan bahwa hasil tersebut memenuhi persyaratan validitas dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat reliabel atau tidak. Rumus yang digunakan untuk menguji reliabel dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabel disajikan berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,840	0,700	Reliabel
Harga	0,747	0,700	Reliabel
Lokasi	0,704	0,700	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,735	0,700	Reliabel

Sumber: data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 3 disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki ereliabilitas *Cronbach Alpha* lebih besar dari nilai kritis yakni 0,700 dan dinyatakan reliable.

### Uji Hipotesis

**Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.777	1.455	.420	.694		
Kualitas Pelayanan	.523	.103	.646	5.764	.000	H1 Diterima
Harga	.365	.144	.265	2.240	.001	H2 Diterima
Lokasi	.390	.134	.291	2.734	.002	H3 Diterima

Keputusan Pembelian

Sumber: data olahan, 2022

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan nilai konstanta = 7,777 bernilai positif maka artinya jika nilai variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai keputusan pembelian akan semakin bertambah atau mengalami peningkatan yaitu 7,77. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan bernilai

positif yaitu 0,523 artinya apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,523 dengan asumsi variabel harga dan lokasi nilainya konstan. Nilai koefisien variabel harga 0,365. Bernilai positif yaitu 0,365 artinya apabila harga mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,365 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan lokasi nilainya konstan. Nilai koefisien variabel lokasi 0,390. Bernilai positif yaitu 0,390 artinya apabila upah mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,390 satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan harga nilainya konstan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai tsig sebesar 0,000 dengan demikian  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan (Kottler, 2012). Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, di antaranya adalah dengan melakukan evaluasi dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara berkala.

#### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai tsig sebesar 0,001 dengan demikian  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh dengan keputusan pembelian. harga dipersepsikan pelanggan melalui tingkat kewajaran, kesesuaian, keterjangkauan, dan daya saing harga (Thomas S. Kaihatu, 2015:33). Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan keputusan pembelian yang maksimal (Tjiptono, 2009:57). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fariza (2008:67) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian GSM Indosat di kota Semarang, hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

#### **Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian, nilai tsig sebesar 0,002 dengan demikian  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen dapat disebabkan karena adanya faktor

lokasi. Semakin berkembangnya pola hidup masyarakat maka semakin banyak faktor yang dalam keputusan pembelian konsumen. Adanya keterkaitan antara lokasi dan keputusan pembelian konsumen diungkapkan oleh Ujang Suwarman (2011:280): "Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja". Berdasarkan definisi di atas dapat dilihat bahwa terdapat hubungan lokasi dengan keputusan pembelian konsumen, dimana dengan pemilihan lokasi yang baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Fresh Kapuas Kota Bengkulu
2. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Fresh Kapuas Kota Bengkulu.
3. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fresh Kapuas Kota Bengkulu

### SARAN

Adapun saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Fresh Kapuas Kota Bengkulu untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dengan harga dan lokasi yang terjangkau dengan konsumen
2. Bagi Fresh Kapuas Kota Bengkulu untuk menciptakan kepercayaan pada pelayanan yang baik dan cepat serta memberikan bonus/voucher kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli kembali.
3. Bagi penelitian berikutnya agar dapat menambahkan variabel mediasi atau moderasi seperti variasi produk untuk hasil yang lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdurrahman, A., & Anggriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 2(4), 224-231.
- [2] Amirullah. (2012). *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga
- [3] Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- [4] Azzahra, N., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Neraca Shoes Cabang Permindo Padang. *Matua Jurnal*, 3(1), 45-58.
- [5] Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Iqtishadequity*, 3(2), 266-277.
- [6] Etta, Mamang Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen–Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*. Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi
- [7] Firdiansyah, D., & Prawoto, E. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Dan Variasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal Of*

- Economic, Business And Engineering (Jebe), 2(2), 314-320.
- [8] Imam, T. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah. *Manajerial*, 2(1), 55-61.
  - [9] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
  - [10] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga
  - [11] Kotler, 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid II, Jakarta : Erlangga
  - [12] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid III, Jakarta : Erlangga
  - [13] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga
  - [14] Kotler, Keler, 2009. *Konsep Pemasaran*, , Jakarta : Erlangga
  - [15] Kotler, Keler, 2012. *Konsep Pemasaran*, , Jakarta : Erlangga
  - [16] Moenir. (2012). *The Power of Brand (Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek)*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
  - [17] Muflin. (2006). 2006. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks.
  - [18] Peter dan Olson. (2006). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana Sevilla, Consuelo et, Al. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*
  - [19] Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard; Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Resiko*.
  - [20] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
  - [21] Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta : PT. Indeks
  - [22] Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup
  - [23] Swastha. (2004). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
  - [24] Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III, CV. Andi Offset, Yogyakarta
  - [25] Wijayanto, I., dan Iriani, S.S. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen* | Vol. 1, N

2292

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.1, No.9, Mei 2022

---

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

---

## ANALISIS KREATIVITAS SISWA PADA PEMBELAJARAN KIMIA BERBASIS PROYEK BERBANTUAN VIDEO *CHEMSONG*

Oleh

Indang Retno Fourniyati<sup>1</sup>, Ariyatun<sup>2</sup>

<sup>1</sup>SMK N 8 Semarang

<sup>2</sup>SMA N 1 Weleri Kendal

E-mail: <sup>1</sup>[indangretno@yahoo.com](mailto:indangretno@yahoo.com), <sup>2</sup>[ariyatun@students.unnes.ac.id](mailto:ariyatun@students.unnes.ac.id)

---

### Article History:

Received: 01-04-2022

Revised: 11-04-2022

Accepted: 25-05-2022

### Keywords:

Kreativitas; Proyek; Video  
*Chemsong*

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreativitas siswa melalui pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *Chemsong*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dengan jumlah siswa yang berpartisipasi berjumlah 72 orang dari kelas X MM SMK N 8 Semarang. Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar observasi kreativitas siswa pada pembelajaran kimia system periodic unsur dan struktur atom. Terdapat empat aspek kreativitas yang diteliti, yaitu aspek sikap, proses berpikir, tindakan dan produk dengan perolehan rerata skor masing-masing sebesar 60,15 (cukup baik); 69,79 (cukup baik); 72,4 (baik) dan 78,37 (baik). Hasil pencapaian rata-rata kreativitas siswa secara keseluruhan adalah 70,17 dalam kategori baik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *Chemsong* mampu mengembangkan kreativitas siswa.

---

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi pada era globalisasi saat ini dapat menghasilkan persaingan di beberapa aspek kehidupan, terutama di bidang pendidikan. Persaingan membuat beberapa negara mengubah sistem dan strategi pendidikan mereka yang melibatkan teknologi dalam proses pembelajaran. Penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran dapat dilihat dalam pemanfaatan teknologi dalam membuat proyek siswa [1]. Siswa lebih bersemangat ketika membuat proyek yang melibatkan teknologi seperti membuat power point, klip video, gambar, teks, dan animasi dalam slide. Belajar dengan teknologi memungkinkan siswa dapat bekerja dengan cepat dan efisien [2]. Sistem pendidikan harus mempersiapkan siswa dengan keterampilan yang dibutuhkan dalam menghadapi kemajuan teknologi, salah satunya yaitu siswa harus dibekali dengan ketrampilan kreativitas yang tinggi.

Kreativitas adalah salah satu keterampilan abad ke-21 yang dibutuhkan oleh siswa dalam menghadapi kemajuan teknologi dan mempersiapkan karir masa depan mereka. Berdasarkan wawancara guru, masih banyak guru yang hanya mengukur aspek kognitif. Dari kasus ini, ada indikasi bahwa siswa memiliki keterampilan yang kurang, terutama dalam

kegiatan. Guru belum melatih siswa untuk memperkuat kreativitas mereka. Meskipun demikian, kurikulum yang dikembangkan lebih ditekankan pada aspek kreativitas.

Kreativitas adalah salah satu keterampilan penting yang harus dibina oleh siswa. Kreativitas mengacu pada penciptaan karya yang sesuai, produk, atau solusi dari permasalahan kehidupan [3]. Kreativitas siswa dapat diukur dengan cara mengeksplorasi hasil kerja mereka yang sedang mempresentasikan proses berpikir kreatifnya. Guilford dalam Munandar (2012) juga menyatakan bahwa aspek kreativitas dapat diukur dari kelancaran berpikir (*fluency of thinking*), keluwesan berpikir (*flexibility*), elaborasi (*elaboration*), dan originalitas (*originality*). Mengacu pada aspek-aspek kreativitas dari Guilford dan Munandar, peneliti dalam penelitiannya juga mengelompokkan kreativitas menjadi tiga aspek yaitu sikap, pengetahuan dan keterampilan. Jika kreativitas berkaitan dengan pembelajaran dan teknologi, maka akan menghasilkan karya berkualitas tinggi. Dalam penelitian terbaru menunjukkan bahwa teknologi memungkinkan siswa untuk membangun beberapa media yang dapat membantu mereka menghasilkan karya berkualitas tinggi dalam konteks kreativitas [4][5]. Pembelajaran berbasis proyek berbantuan video *chemsong* memiliki peluang untuk memberikan dampak positif dalam kreativitas karena siswa akan mengembangkan ide mereka sendiri untuk menciptakan produk dalam bentuk video pembelajaran kimia dalam bentuk lirik ataupun nyanyian.

Pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *Chemsong* merupakan metode pembelajaran kimia yang menjadikan proyek pembuatan video *Chemsong* sebagai sarana dalam pembelajaran. Video *Chemsong* adalah video yang dapat berisi parodi, lagu, *vlogging* ataupun *channel* yang sedang menampilkan nyanyian dari sebuah lagu *chemsong*. *Chemsong* merupakan akronim dari *chemistry in song* (*kimia dalam lagu*). Lirik lagu asli diubah menjadi lirik yang berisi materi kimia, dan untuk materinya disesuaikan dengan materi yang akan diajarkan kepada siswa. Dalam memaksimalkan penguasaan kompetensi dapat dilakukan dengan menerapkan metode pembelajaran berbasis proyek dengan media pembuatan video *chemsong*. Siswa diberikan kesempatan untuk menciptakan dan menyelesaikan produk-produk kreatif inovatif yang memiliki nilai kebermanfaatannya. Langkah-langkah yang harus ada dalam pembelajaran berbasis proyek berbantuan video *Chemsong* antara lain perencanaan dan pembuatan desain suatu proyek serta presentasi hasil proyek (produk). Proyek-proyek yang menjadi tugas tersebut, membantu siswa belajar tentang materi pembelajaran dan praktik keterampilan yang diperlukan pada abad 21 seperti kreativitas, kolaborasi, komunikasi & berpikir kritis.

## LANDASAN TEORI

Kreativitas di abad 21 memiliki peran penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan di semua bidang pembelajaran termasuk ilmu pengetahuan [3], [6], [7]. Kreativitas juga merupakan salah satu komponen penting dalam pembelajaran kontekstual agar dapat sukses menghadapi dunia yang kompleks. Pembelajaran siswa yang kontekstual, dapat melatih berpikir kritis, menguasai teknologi, kooperatif, dan berkolaborasi sangat diperlukan dalam memecahkan masalah. Kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya [8].

Kreativitas merupakan salah satu keterampilan abad ke-21 yang dibutuhkan oleh siswa dalam menghadapi kemajuan teknologi dan persiapan karir masa depan mereka [5],

[9]-[11]. Kreativitas dapat didefinisikan sebagai serangkaian kemampuan aktivitas mental yang kuat untuk menghasilkan atau mengenali ide, alternatif, atau kemungkinan yang mungkin berguna dalam menyelesaikan masalah, berkomunikasi dengan orang lain, dan menghibur diri kita sendiri dan orang lain[7]. Dengan Kemampuan berpikir kreatif siswa mampu membangun pengetahuan mereka melalui kemampuan dalam mengamati, menanyakan, menganalisis dan menghasilkan analisis yang cukup baik [4]. Kreativitas merupakan potensi penting dan berarti yang lahir dan berkembang bersamaan lahirnya individu ke dunia. Terdapat banyak definisi kreativitas menurut ahli

Kreativitas merupakan modifikasi sesuatu yang sudah ada menjadi konsep baru. Dengan kata lain, terdapat dua konsep lama yang dikombinasikan menjadi suatu konsep baru [11]. Kreativitas didefinisikan sebagai proses merefleksikan kemahiran dalam berpikir yang meliputi: kemahiran, fleksibilitas, originalitas, dan elaborasi. Pendapat serupa mengenai kreativitas juga di gambarkan oleh Effendi (2013) yang menekankan kreativitas sebagai produk berpikir untuk menghasilkan sesuatu. Kreativitas juga di pengaruhi oleh iklim budaya dan dorongan. Kreativitas seorang guru bisa diartikan cara penyajian pembelajaran dengan konsep imajinatif dan bervariasi. Konsep ini bisa diterapkan melalui penciptaan media pembelajaran sendiri, pemodifikasian media, dan atau pekombinasian media yang meliputi penggunaan keterampilan dan imajinasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau sebuah karya seni yang baru[12].

Dari uraian pakar kreativitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Inti dari kreativitas adalah pengembangan kemampuan berpikir dengan melihat suatu masalah dari berbagai sudut pandang, dan gabungan beberapa informasi dari pengalaman yang telah diperoleh untuk dikembangkan ke bentuk baru, baik berupa karya seni, kesusatraan, produk ilmiah, maupun prosedural. Dengan kata lain kreativitas meliputi aspek sikap dan proses berpikir dan atau bertindak untuk menghasilkan suatu produk dan atau sebuah tindakan [5].

Guru perlu menciptakan suasana belajar mengajar yang banyak memberi kesempatan kepada siswa untuk memecahkan masalah, melakukan berbagai percobaan, mengembangkan gagasan atau konsepnya sendiri. Situasi demikian menuntut pula sikap yang lebih demokratis, terbuka, bersahabat, dan percaya kepada siswa.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X di SMK Negeri 8 Semarang. Sampel penelitian ini adalah kelas X MM 1 dan X MM 2 diperoleh dengan cara *purposive sampling* dengan jumlah 72 siswa. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa lembar observasi kreativitas siswa selama proses pembelajaran kimia berlangsung. Instrumen penelitian telah divalidasi oleh dosen ahli dan pakar kimia, selain itu proses validasi instrument dilakukan dengan uji statistic *interarter reliability* untuk mengetahui reliabilitas instrument. Berdasarkan hasil skala statistik dengan bantuan SPSS 20, hasil analisis reliabilitas lembar observasi kreativitas siswa sebesar 0,633 dengan kategori cukup reliable [13]. Data hasil penelitian dianalisis dengan menghitung persentase

kreativitas siswa berbantuan program Microsoft Office Excel, persentase kreativitas siswa kemudian diinterpretasikan secara deskriptif kuantitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kreativitas siswa dalam pembelajaran berbasis proyek berbantuan video *chemsong* diamati dengan menggunakan lembar observasi kreativitas siswa selama pembelajaran berlangsung. Aspek kreativitas yang diamati yaitu meliputi sikap, proses berpikir, tindakan dan hasil/produk. Pengamatan terhadap aspek sikap, proses berpikir serta tindakan dilakukan selama 4 kali pertemuan sedangkan aspek produk/hasil dilakukan sekali penilaian. Adapun hasil observasi yang diperoleh pada kelas eksperimen dan control disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Observasi Kreativitas Siswa**

Aspek Kreativitas	Rerata Skor			
	Pert-2	Pert-3	Pert-4	Pert-5
Sikap	52,1	51,0	66,7	70,8
Proses Berpikir	52,8	66,0	70,1	86,1
Tindakan	50,7	63,2	73,6	86,6
Kategori	Kurang Baik	Cukup Baik	Cukup Baik	Baik

Pada penelitian ini pengukuran kreativitas menggunakan lembar pengamatan kreativitas yang dilakukan selama proses pembelajaran berlangsung. Kreativitas yang diamati yaitu dari aspek sikap, proses berpikir, tindakan dan produk/hasil. Pada awal pembelajaran, kreativitas siswa dianggap masih rendah karena siswa belum pernah mencoba untuk membuat sebuah proyek. Sikap kreatif, proses berpikir serta tindakan yang memunculkan kreativitas pada pembelajaran kimia juga masih rendah dari observasi awal yang dilakukan. Secara lebih lengkap pembahasan aspek kreativitas dalam setiap aspek dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Aspek Sikap

Pengukuran kreativitas aspek sikap bisa diamati dari sikapnya selama proses pengerjaan proyek berlangsung, yang bisa dilihat/ diamati sejak awal pertemuan. Indikator aspek sikap kreativitas dapat diketahui dari rasa ingin tahu terhadap materi struktur atom dan sistem periodik unsur, motivasi yang tinggi dalam mencoba lirik lagu agar terdengar selaras dengan nadanya, serta percaya diri dalam membuat lirik lagu dengan tema struktur atom dan sistem periodik unsur. Adapun hasil observasi aspek sikap dalam kreativitas siswa pada pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *chemsong* dijelaskan dalam Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Observasi Kreativitas Siswa Pada Aspek Sikap**

Indikator Kreativitas	Skor Total	Kategori
Aspek Sikap		
Rasa ingin tahu	74,6	Baik
Motivasi	56,3	Cukup Baik
Percaya diri	60,3	Cukup Baik
Rerata Skor	60,15	Cukup Baik

Tabel 2. menunjukkan bahwa penilaian dari indikator rasa ingin tahu berada pada kategori baik yaitu dengan perolehan skor total 74,6. Pada indikator motivasi mendapat skor total 56,3 dengan kategori cukup baik, indikator percaya diri dengan skor total 60,3 dengan kategori cukup baik. Berdasarkan hasil interpretasi data di atas, disimpulkan kreativitas siswa pada aspek sikap berada pada kategori cukup baik.

## 2. Aspek Proses Berpikir

Kreativitas dalam penelitian ini meliputi aspek pengetahuan yaitu proses berpikirnya, yang bisa dilihat dari cara siswa menentukan tema, menyusun jadwal, dan bagaimana mengerjakan proyek. Indikator proses berpikir dalam aspek ini terdapat dua macam indikator yaitu berpikir lancar dengan sub indikator mampu menciptakan lirik lagu yang relevan dengan materi struktur atom dan sistem periodik unsur serta berpikir fleksibel dengan kemampuan merancang proyek pembuatan video *chemsong*. Adapun hasil observasi aspek sikap dalam kreativitas siswa pada pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *chemsong* dijelaskan dalam Tabel 3.

**Tabel 3. Hasil Observasi Kreartivitas Siswa Pada Aspek Proses Berpikir**

Indikator Kreativitas	Skor Total	Kategori
<b>Aspek Proses Berpikir</b>		
Berpikir Lancar	72,0	Baik
Berpikir Fleksibel	68,1	Cukup Baik
Rerata Skor	69,79	Cukup Baik

Tabel 3. menunjukkan bahwa penilaian dari indikator berpikir lancar berada pada kategori baik yaitu dengan perolehan skor total 72,0 sedangkan pada indikator berpikir fleksibel mendapat skor total 68,1 dengan kategori cukup baik. Berdasarkan hasil interpretasi data di atas, disimpulkan kreativitas siswa pada aspek sikap berada pada kategori cukup baik.

## 3. Aspek Tindakan

Pengukuran kreativitas aspek keterampilan, bisa diukur dari dua hal, yaitu proses pengerjaan, dan hasil akhir atau produk video *chemsong*nya, penilaian dilihat dari kemampuan siswa dalam menghasilkan video *chemsong* serta keampuan dalam mengedit video *chemsong* hasil proyek Adapun hasil observasi aspek sikap dalam kreativitas siswa pada pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *chemsong* dijelaskan dalam Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil Observasi Kreartivitas Siswa Pada Aspek Tindakan**

Indikator Kreativitas	Skor Total	Kategori
<b>Aspek Tindakan</b>		
Proses	73,0	Baik
Hasil	72,2	Baik
Rerata Skor	72,4	Baik

Tabel 4. menunjukkan bahwa penilaian dari indikator proses dalam menciptakan video *chemsong* berada pada kategori baik yaitu dengan perolehan skor total 73,0 sedangkan pada indikator yang kedua yaitu dapat mengedit video *chemsong* tersebut mendapat skor total 72,2 dengan kategori baik. Berdasarkan hasil interpretasi data di atas, disimpulkan kreativitas siswa pada aspek sikap berada pada kategori baik.

#### 4. Aspek Produk

Kreativitas produk akan bisa diamati setelah video *chemsong* tercipta lengkap dengan editingnya. Pada akhir pembelajaran siswa dapat menghasilkan produk berupa video *chemsong* dengan berbagai inovasi dan kreativitas tiap siswa. Kreativitas pada aspek produk/hasil juga dilakukan penilaian dari tiga aspek yaitu kebaruan, kegunaan dan nilai seni. Pada aspek kebaruan indikator penilaiannya terletak pada inovatif, dan hasil karyanya bukan *recover* atau jiplakan video yang telah ada. Indikator aspek nilai seni terletak pada liriknya memiliki nilai atau selera humor. Sedangkan indikator pada aspek kegunaan yaitu manfaat produk khususnya dalam pembelajaran struktur atom dan sistem periodik unsur.

Hasil penilaian produk kreativitas siswa dalam pembuatan video *chemsong* disajikan dalam Tabel 5.

**Tabel 5. Penilaian Produk/Hasil Proyek Video *Chemsong***

Indikator Kreativitas Aspek Tindakan	Skor Total	Kategori
Kebaruan	78,63	Baik
Kegunaan	80,56	Baik
Seni	75,93	Baik
Rerata Skor	78,37	Baik

Tabel 5. menunjukkan bahwa penilaian dari aspek kebaruan dengan skor total 79,63, seni mencapai 80,56 dan kegunaan mencapai 75,93. Aspek yang memperoleh skor tertinggi adalah aspek kebaruan sedangkan aspek yang mendapat skor terendah adalah aspek kegunaan. Berdasarkan hasil interpretasi data di atas, disimpulkan kreativitas siswa pada aspek produk berada pada kategori baik.

Pembelajaran kimia berbasis proyek merupakan metode pembelajaran kimia yang menjadikan proyek sebagai sarana pembelajaran dan proses pengerjaan proyek memiliki potensi besar untuk membuat pengalaman belajar menjadi menarik dan bermakna bagi siswa sehingga berdampak pada kematangan mental, sikap, dan keterampilan siswa untuk kelak memasuki dunia kerja. Kegiatan pembelajaran berbasis proyek berbantuan video *chemsong* mampu memberikan kontribusi yang cukup berarti terhadap peningkatan kreativitas siswa. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [9] bahwa pembelajaran berbasis proyek akan meningkatkan hasil belajar dan kreativitas siswa. Pembelajaran berbasis proyek yang kreatif dapat meningkatkan prestasi siswa dalam kreativitas, dan menumbuhkan kemampuan kreatif siswa untuk berpikir secara mandiri dan inovasi. Model ini dapat secara efektif meningkatkan efek belajar kreativitas siswa dan mencapai kekuatan siswa karena kreativitas mampu mengembangkan kemampuan dalam menghubungkan ide, melihat kesamaan dan perbedaan serta bersifat fleksibilitas dalam pengambilan keputusan pengetahuan[14].

Peningkatan kreativitas siswa pada penelitian ini dikarenakan dalam proses pembelajaran berbasis proyek terdapat kegiatan mendesain, membuat, mempresentasikan hasil proyek serta menguji hasil proyek tersebut. Proyek siswa dalam kegiatan ini adalah pembuatan video nyanyian dengan tema struktur atom dan sistem periodik unsur yang disebut video *chemsong*. Penggunaan model PjBL memberikan pengaruh terhadap kreativitas siswa. Sedangkan pembelajaran dengan menggunakan video dalam pembelajaran

di kelas dapat meningkatkan motivasi siswa dan memungkinkan siswa untuk terlibat aktif dalam pembelajaran[6].

Pembelajaran berbasis proyek dalam penelitian ini menuntut siswa untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu untuk diselidiki dengan berbagai cara untuk menyelesaikan tugas. Dari pengalaman tersebut, siswa dapat menghasilkan memiliki keterampilan berpikir dan membuat mereka menyadari bahwa ada beberapa cara alternatif untuk menyelesaikan masalah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek berbantuan video *chemsong* terbukti efektif diterapkan dalam pembelajaran kimia pokok struktur atom dan sistem periodic unsur ditinjau dari kreativitas siswa. Kesimpulan ini sejakan dengan penelitian [11] yang menyebutkan bahwa pembelajaran berbasis proyek berbantuan video mempunyai pengaruh yang berarti terhadap hasil belajar siswa pada ranah kognitif, afektif, dan psikomotor.

### KESIMPULAN

Terdapat tiga aspek pada kreativitas siswa yang diteliti yaitu aspek sikap, proses berpikir, tindakan dan produk dengan perolehan rerata skor masing-masing sebesar 60,15 (cukup baik); 69,79 (cukup baik); 72,4 (baik) dan 78,37 (baik). Hasil pencapaian rata-rata kreativitas siswa secara keseluruhan adalah 70,17 dalam kategori baik. Simpulan penelitian ini adalah pembelajaran kimia berbasis proyek berbantuan video *Chemsong* mampu mengembangkan kreativitas siswa dengan baik.

### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih kepada Kepala SMK N 8 Semarang dan staf yang telah membantu dalam mmeperlancar jalannya mini riset ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. Wulandari, I. N. Suardana, and N. L. P. L. Devi, "Pengaruh Model Pembelajaran Berbasis Proyek Terhadap Kreativitas Siswa Smp Pada Pembelajaran Ipa," *J. Pendidik. dan Pembelajaran Sains Indones.*, vol. 2, no. 1, p. 47, 2019, doi: 10.23887/jppsi.v2i1.17222.
- [2] H. A. Spire, L. G. Hervey, G. Morris, and C. Stelpflug, "Energizing project-based inquiry: Middle-grade students read, write, and create videos," *J. Adolesc. Adult Lit.*, vol. 55, no. 6, pp. 483–493, 2012, doi: 10.1002/JAAL.00058.
- [3] N. D. M. S. Adnyawati, "Pembelajaran Berbasis Proyek Untuk Meningkatkan Kreativitas Dan Hasil Belajar Tentang Hidangan Bali," vol. 44, no. 1–3, pp. 52–59, 2011.
- [4] K. Dariman, "Students' Creative Thinking With 4'R Applications in Procedure Text Project Based Learning," *Int. J. Educ. Vocat. Stud.*, vol. 1, no. 1, p. 15, 2019, doi: 10.29103/ijevs.v1i1.1375.
- [5] A. Hidayah, A. Yulianto, and P. Marwoto, "Effect of project based learning approach contextual to creativity of student of madrasah," *Int. Conf. Math. Sci. Educ.*, vol. 2015, no. 1, pp. 16–20, 2015.
- [6] R. Munawaroh, B. Subali, and A. Sopyan, "Penerapan Model Project Based Learning Dan Kooperatif Untuk Membangun Empat Pilar Pembelajaran Siswasmp," *Unnes Phys. Educ. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 33–37, 2012.
- [7] A. Al-Oweidi, "Creative Characteristics and Its Relation to Achievement and School Type

- among Jordanian Students,” *Creat. Educ.*, vol. 04, no. 01, pp. 29–34, 2013, doi: 10.4236/ce.2013.41004.
- [8] S. D. Ardianti, I. A. Pratiwi, and M. Kanzunudin, “IMPLEMENTASI PROJECT BASED LEARNING (PjBL) BERPENDEKATAN SCIENCE EDUTAINMENT TERHADAP KREATIVITAS PESERTA DIDIK,” *Refleks. Edukatika J. Ilm. Kependidikan*, vol. 7, no. 2, pp. 145–150, 2017, doi: 10.24176/re.v7i2.1225.
- [9] S.-J. Lou, C.-C. Chung, W.-Y. Dzan, and R.-C. Shih, “Construction of A Creative Instructional Design Model Using Blended, Project-Based Learning for College Students,” *Creat. Educ.*, vol. 03, no. 07, pp. 1281–1290, 2012, doi: 10.4236/ce.2012.37187.
- [10] U. Meningkatkan and H. Belajar, “Pembelajaran Berbasis Proyek Dengan Produk Artikel Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa,” *Chem. Educ.*, vol. 4, no. 2, pp. 15–21, 2015.
- [11] N. F. Jumaat and Z. Tasir, “Integrating Project Based Learning Environment into the Design and Development of Mobile Apps for Learning 2D-Animation,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 103, pp. 526–533, 2013, doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.369.
- [12] W. Sumarni, “The Strengths and Weakness of the Implementaion of Project Based Learning,” *Int. J. Sci. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 478–484, 2015, [Online]. Available: <https://www.ijsr.net/archive/v4i3/SUB152023.pdf>
- [13] A. Rusilowati, *Pengembangan Instrumen Penilaian*, Cet-1. Semarang:UNNES PRESS, 2014.
- [14] N. J. Na’imah, Supartono, and S. Wardani, “Penerapan Pembelajaran Berbasis Proyek Berbantuan E-Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa,” *J. Inov. Pendidik. Kim.*, vol. 9, no. 2, pp. 1566–1574, 2016, [Online]. Available: <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/JIPK/article/view/4824/3992>

---

**PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK BERBASIS SISTEM ERP DALAM  
PENINGKATAN KINERJA PT. SEMEN GRESIK**

Oleh

Fendy Cuandra<sup>1</sup>, Rizni Aulia Qadri<sup>2</sup>, Dennis Yang<sup>3</sup>, Angela Adriyanti Yang<sup>4</sup>, Leonard  
Suryadi Yusuftan<sup>5</sup>, Whitney Ong<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Internasional Batam

E-mail: <sup>1</sup>[Fendy.cuandra@uib.ac.id](mailto:Fendy.cuandra@uib.ac.id), <sup>2</sup>[Rizni@uib.edu](mailto:Rizni@uib.edu), <sup>3</sup>[2041085.Dennis@uib.edu](mailto:2041085.Dennis@uib.edu),

<sup>4</sup>[2041385.Angela@uib.edu](mailto:2041385.Angela@uib.edu), <sup>5</sup>[2041256.Leonard@uib.edu](mailto:2041256.Leonard@uib.edu),

<sup>6</sup>[2041244.Whitney@uib.edu](mailto:2041244.Whitney@uib.edu)

---

**Article History:**

Received: 06-04-2022

Revised: 21-04-2022

Accepted: 25-05-2022

**Keywords:**

Supply Chain Management,  
Enterprise Resource  
Planning, System  
Application and Product in  
Data Processing, Customer  
Relationship Management,  
PT Semen Gresik

**Abstract:** Setiap perusahaan tentunya membutuhkan yang namanya pengelolaan dan penyaluran produk secara baik. Maka dari itu, pengelolaan penyaluran atau yang dikenal sebagai rantai pasok berbasis sistem ERP diterapkan oleh PT Semen Gresik. Sistem ERP sendiri digunakan perusahaan dalam menyederhanakan proses operasional. Artikel ditulis dengan tujuan akan pemahaman mengenai bagaimana pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam meningkatkan kinerja PT. Semen Gresik Tbk. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kualitatif dimana memiliki sifat deskriptif dan mengarah ke analisis. Analisis pun membahas mengenai penerapan sistem SCM, ERP dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan yang dimana hasil menentukan bahwa kinerja perusahaan PT Semen Gresik mengalami peningkatan semenjak penerapan ERP dilakukan pada tahun 2003.

---

**PENDAHULUAN**

Suatu perusahaan dalam menyalurkan produk dan jasa yang disediakan kepada para konsumen membutuhkan pengelolaan yang baik. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisir suatu potensi terjadinya resiko yang dapat menghambat kelancaran kegiatan operasional perusahaan. Dengan pengelolaan rantai pasok yang baik, perusahaan juga dapat memenuhi serta memuaskan permintaan para konsumen secara maksimal. Pengelolaan penyaluran ini dapat disebut sebagai manajemen rantai pasok. Manajemen rantai pasok adalah suatu proses yang terpadu dari semua kegiatan perpindahan produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kepada para konsumen (Chopra & Peter, 2014). Rantai pasok mengintegrasikan setiap jaringan dalam proses distribusi produk atau jasa suatu perusahaan sampai kepada para konsumen. Pada umumnya, kegiatan penyaluran produk atau jasa suatu perusahaan tidak hanya terbatas pada pihak produsen atau pemasok saja, tetapi juga melibatkan pihak logistik, persediaan, penjual, serta para konsumen. Menurut Indrajit dan Djokopranoto

(Indrajit & Djokopranoto, 2005) menyatakan bahwa, “salah satu faktor kunci untuk mengoptimalkan rantai pasok adalah dengan menciptakan alur informasi yang bergerak secara mudah dan akurat di antara jaringan atau mata rantai tersebut, dan pergerakan barang yang efektif dan efisien yang menghasilkan kepuasan maksimal pada para konsumen” (Anis et al., n.d.). Integrasi tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan berhasil atau tidaknya manajemen rantai pasok dalam suatu pasar yang lingkungannya bersifat dinamis. Dalam prosesnya, diperlukan suatu metode yang mampu mengkonfirmasi kelancaran tersebut. Metode ini dapat dipahami sebagai *Enterprise Resource Planning* (ERP).

*Enterprise Resource Planning* atau ERP merupakan suatu metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang dimiliki, seperti material, sumber daya manusia, dana, waktu, mesin, dan kapasitas. Sistem ini menopang proses bisnis dengan memberikan data secara *real time* yang terhubung dengan setiap bagian fungsional perusahaan (Goldsberry, 2009). Dengan adanya ERP, dapat membantu perusahaan dalam menyederhanakan proses operasional melalui program *database* yang terkonsentrasi atau terpusat.

Salah satu perusahaan asal Indonesia yang menggunakan *Enterprise Resource Planning* untuk mengelola rantai pasoknya adalah PT. Semen Gresik Tbk. PT. Semen Gresik Tbk merupakan perusahaan semen terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang produksi semen yang didirikan pada tanggal 7 Agustus 1957. Varian produk semen yang dihasilkan termasuk *Special Blended Cement* (SBC), *Oil Well Cement* (OWC), *Portland Composite Cement* (PCC), *Ordinary Portland Cement* (OPC), *Portland Pozzoland Cement* (PPC), *Super White Cement* (SWC), *Super Masonry Cement* (SMC). Sebagai salah satu perusahaan semen dengan distributor yang tersebar di berbagai daerah Indonesia, Pt. Semen Gresik Tbk tentu memiliki jalur untuk mendistribusikan produknya. Produk semen perusahaan ini diawali dari pabrik produksi di Tuban, kemudian melalui tahapan pengemasan dan pengiriman ke gudang penopang yang berbasis di Jawa Barat. Berikutnya, persediaan produk pada gudang penopang lalu disalurkan kepada distributor – distributor yang ada pada berbagai daerah di Indonesia. Dikarenakan PT. Semen Gresik Tbk memiliki jalur distribusi yang luas, maka diterapkanlah sistem ERP dalam rantai pasok perusahaan tersebut agar proses komunikasi informasi dan data antar lokasi dapat berjalan lancar dan meminimalisir kesalahpahaman, sehingga proses koordinasi informasi dan data antara fungsi bisnis perusahaan dapat dijalankan secara efektif dan efisien.

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam meningkatkan kinerja PT. Semen Gresik Tbk.

#### **Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Supply Chain Management* (SCM) dan *Enterprise Resources Planning* (ERP) dari PT. Semen Gresik?
2. Bagaimana pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam peningkatan kinerja PT. Semen Gresik?

## LANDASAN TEORI

### 1. Rantai Pasok

Rantai pasok dapat diartikan sebagai sebuah program atau prosedur yang memiliki berbagai macam aktivitas atau kegiatan yang terdiri dari perencanaan, komposisi, dan pengawasan terhadap sumber daya suatu perusahaan yang terdiri dari sumber daya manusia, kegiatan, data, dan lain – lain (Guritno & Harsasi, 2014). Sumber daya tersebut merupakan komponen yang ikut serta dalam alur perpindahan produk dari produsen ke para konsumen.

### 2. *Supply Chain Management (SCM)*

SCM atau yang dikenal juga sebagai manajemen rantai pasok dapat diartikan sebagai sebuah pendekatan yang biasanya digunakan oleh pihak manajemen untuk mengelola bagian-bagian yang penting dan memperoleh sebuah integrasi dalam sebuah rantai pasok yang tidak hanya terdiri dari produsen atau pemasok saja, tetapi juga melibatkan pihak logistik, persediaan, penjual, serta para konsumen. Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba bersih sebanyak mungkin dari setiap komponen dalam rantai pasok (Chopra & Peter, 2014).

### 3. *Enterprise Resources Planning (ERP)*

*Enterprise resources planning* atau ERP merupakan suatu metode yang dilengkapi dengan beberapa program *software* yang saling terhubung yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang dimiliki, seperti material, sumber daya manusia, dana, waktu, mesin, dan kapasitas (Entrepreneur, n.d.). Sistem ERP yang dimiliki oleh perusahaan secara umum menggunakan *dashboard* dengan tujuan agar para pengguna ERP dapat melihat data-data mengenai operasional perusahaan dengan mudah dan akurat.

#### A. *System Application and Product in Data Processing (SAP)*

SAP merupakan sebuah *software* berbasis ERP yang dapat mendorong proses manajemen aktivitas harian di suatu perusahaan (Yona & Marlina, 2016). Tujuan *software* ini adalah memudahkan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan manajemen seperti pengawasan, lebih efektif dan efisiensi waktu dalam mengelola data-data. Terdapat beberapa modul pada SAP antara lain sebagai berikut :

- *Sales and Distribution.*
- *Material Management.*
- *Quality Management.*
- *Production Planning.*
- *Human Resources.*
- *Plan Maintenance.*
- *Financial Accounting.*

#### B. *Customer Relationship Management (CRM)*

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan strategi bisnis yang terdiri dari teknologi, proses dan manusia (Danawa, n.d.). Tujuan sistem CRM ini adalah mengidentifikasi kebutuhan *customer* yang dapat memudahkan perusahaan dalam merancang strategi yang tepat untuk membina hubungan dengan *customer*. Sistem CRM termasuk salah satu sistem yang mudah dalam menganalisis kinerja perusahaan.

#### 4. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan dapat didefinisikan sebagai seberapa besar kapabilitas suatu perusahaan dalam melakukan aktivitas atau kegiatan penggunaan sumber daya perusahaan secara praktis dan tepat yang dimana hasil yang didapatkan dari kegiatan tersebut dapat dijadikan sebagai sebuah patokan untuk mengukur tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan kinerjanya.

Kinerja perusahaan sendiri merupakan hasil atas aktivitas perusahaan yang dimana menjadi sebuah tolak ukur akan keberhasilan perusahaan. Kinerja perusahaan sendiri dapat diukur dari profitabilitas atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dimana salah satu rasionya dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan akan aktiva yang digunakan dalam pengoperasian perusahaan untuk menghasilkan laba atas aset yang dimiliki (Wijaya, 2019). Hasil perhitungan pun memberikan informasi atas seberapa efisiennya perusahaan dalam menghasilkan laba. Informasi tersebut digunakan bagi manajemen sebagai bahan evaluasi dan juga agar calon investor mengetahui kinerja perusahaan.

Kinerja perusahaan juga merupakan kemampuan perusahaan akan mencapai tujuannya dengan pemakaian sumber daya secara efektif dan memberikan gambaran akan seberapa jauh suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

#### 5. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif dapat diartikan sebagai suatu kapabilitas yang didapatkan dari pengimplementasian strategi perusahaan ke dalam pasar untuk memperoleh keuntungan berupa dominasi pasar, keringanan biaya yang harus ditanggung, dan menghindari ancaman-ancaman yang muncul dari para pesaing. Keunggulan kompetitif dapat diperoleh perusahaan dengan melakukan efisiensi biaya, diferensiasi produk serta strategi lainnya yang dapat membuat perusahaan lebih superior dibandingkan perusahaan lain dari industri yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan membutuhkan suatu keahlian atau sumber daya tertentu agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif di bidangnya (Carnahan et al., 2010).

#### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang memiliki sifat deskriptif dan mengarah ke analisis yang di mana digunakan untuk mendapatkan kajian yang lebih komprehensif. Pada dasarnya metode kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman akan pengalaman tertentu secara sederhana yang dijabarkan dalam wujud teks melalui berbagai pendekatan (Tobing et al., 2016). Tujuan penelitian kualitatif yaitu dapat menggali sebuah informasi secara rinci yang digunakan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis suatu fenomena. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pendekatan studi pustaka dan data *online*. Studi pustaka memiliki pengertian dimana informasi yang diterima oleh penulis berasal dari artikel, skripsi, proposal dan lain-lain. Data *online* yaitu informasi yang diterima oleh penulis berasal dari hasil *googling internet*.

Data- data yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber atas keberadaan dan cara kerja ERP. Data sebagai berikut diperoleh dari beberapa sumber seperti buku referensi dan website. Data yang diperoleh

termasuk dalam kategori data sekunder. Kemudian untuk teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan teknik observasi dimana dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap kinerja yang terjadi pada sistem distribusi pada PT Semen Gresik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. *Supply Chain* yang diterapkan PT Semen Gresik

PT Semen Gresik didirikan pada tahun 1957 dan merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di industri semen. Salah satu alasan PT Semen Gresik dapat bertahan hingga saat ini adalah dikarenakan penerapan SCM yang baik. SCM atau *supply chain management* sendiri merupakan rantai yang menghubungkan antar satu pelaku usaha dengan yang lainnya. Untuk PT. Semen Gresik sendiri, jalurnya dimulai dari:

1) Penerimaan bahan baku dari *supplier*

Proses pertama yang diterapkan tidak lain dari menerima bahan baku dari *supplier*. Bahan baku sendiri dipilih oleh perusahaan dengan pemilihan yang tepat dan berkualitas baik agar produk yang bakal diproduksi sesuai dengan harapan perusahaan. PT Semen Gresik sendiri menerima 4 bahan baku, 3 diantaranya dipenuhi oleh PT Semen Gresik sendiri dikarenakan ada lokasi yang menyediakan yaitu penerimaan batu kapur, tanah liat dan silica. Untuk gypsum, PT Semen Gresik masih menjadikan PT Petrokimia Gresik dan hasil impor dari beberapa negara seperti Thailand, Filipina dan Australia sebagai *supplier*.

2) PT Semen Gresik memproduksi produk

Setelah penerimaan bahan baku dari *supplier*, maka proses selanjutnya adalah proses produksi produk. Produksi yang dilakukan oleh PT Semen Gresik sendiri tidak lain dari memproduksi berbagai macam semen. Proses produksi pun tidak dilakukan semena-mena, masih dilakukannya QC atau *quality control* untuk menjaga kualitas dari produk sebelum kemudian didistribusikan kepada *retailer*. Untuk produk yang paling terkenal dari PT Semen Gresik sendiri adalah Semen Portland Tipe 1 (OPC). PT Semen Gresik saat ini memiliki 4 pabrik yang berlokasi di Tuban, Jawa Timur.

3) Pendistribusian oleh distributor ke tangan *retailer*

Proses berikutnya merupakan proses pendistribusian produk yang diproduksi dari PT Semen Gresik kepada para *retailer* yang bertugas untuk menjual produk. Pendistribusian ini dilakukan oleh para distributor. PT Semen Gresik sendiri memiliki sebanyak 360 distributor. Setelah proses penyaluran produk yang dilakukan distributor sampai ke tangan para *retailer*, *retailer* bertugas akan pemesanan dalam jumlah yang besar dan kemudian menjual dalam jumlah kecil atau eceran kepada para konsumen.

4) Berakhir di tangan *consumer*

Dan proses terakhir berakhir di tangan para konsumen dimana produk tersebut tidak lagi diperjualbelikan, produk hanya digunakan untuk kepentingan pribadi.



Gambar 1. *Supply chain* pada PT. Semen Gresik (Hadinyoto & Soputra, 2016)

## 2. Penerapan Sistem ERP Pada PT Semen Gresik

Perkembangan zaman yang semakin pesat, terutama pada bidang teknologi dan informasi memberikan dampak yang cukup penting untuk PT Semen Gresik karena perusahaan ini membutuhkan bantuan dari sistem ERP untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Semen Gresik sebelumnya pernah menggunakan aplikasi yang buatan sendiri (*in-house development*) yang berbasis program *Foxbase* dan *Database Sybase* pada tahun 1989. Namun sistem tersebut dianggap tidak efektif karena hanya dapat membantu perusahaan dalam mengoperasikan bisnisnya pada tingkat departemen. Sampai pada Juni tahun 2001 PT Semen Gresik mulai menerapkan sistem ERP pada perusahaannya. Berikut adalah alasan yang mendasari pengimplementasian ERP pada PT Semen Gresik (Toruan, D., M., 2013) ,yaitu :

- Membutuhkan sistem "*Back Bone*" yang kuat dan dapat memberikan data-data secara rinci dan tepat waktu.
- Agar memperoleh sinergi yang optimal.

## 3. Software ERP pada PT Semen Gresik

Sistem ERP yang diterapkan PT. Semen Gresik menggunakan *software System Application and Product in Data Processing* (SAP). Semen Gresik menggunakan SAP untuk mengawasi penjualan, produksi, ketersediaan bahan baku dan manajemen sumber daya manusia perusahaan. Modul-modul yang tersedia di SAP meningkatkan performa kerja pada Semen Gresik antara lain sebagai berikut :

- Sales and Distribution*, PT. Semen Gresik menggunakan modul ini untuk menyediakan data-data mengenai penjualan dan distribusi perusahaan yang meliputi manajemen prospek dan pelanggan, manajemen penjualan, distribusi dan lain-lain.
- Material Management*, PT. Semen Gresik menggunakan modul ini untuk menciptakan proses pembelian yang optimal dan pengelolaan bahan baku.
- Quality Management*, modul ketiga ini membantu PT. Semen Gresik dalam memastikan kualitas produk yang dihasilkan.

- *Production Planning*, PT. Semen Gresik memantau kegiatan rencana produksi perusahaan.
- *Human Resources*, PT. Semen Gresik menggunakan modul ini untuk mengintegrasikan semua kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya manusia seperti register, administrasi pegawai, membayar gaji karyawan setiap bulan dan manajemen waktu.
- *Plan Maintenance*, PT. Semen Gresik menggunakan modul ini untuk melacak data terkait pemeliharaan aset.
- *Financial Accounting*, PT. Semen Gresik dapat melakukan manajemen keuangan perusahaan. Semua aktivitas yang berkaitan dengan keuangan akan menggunakan modul ini seperti arus kas masuk dan keluar.

#### 4. CRM PT Semen Gresik

PT. Semen Gresik menggunakan sistem CRM *mobile* yang berbasis iOS dan Android dalam menjalankan usahanya. Sistem CRM *mobile* ini dirancang oleh tim BIG IO yang melakukan kerjasama dengan Semen Gresik. Sistem ini tetap dapat digunakan meskipun dalam keadaan offline dan akan melakukan pensinkronan data atau informasi ketika koneksi internet tersedia. CRM yang dikembangkan Semen Gresik berfungsi untuk memajemen relasi dengan toko dan *customer* yang sudah ada, *customer* yang memiliki potensial menjadi *customer* tetap atau *loyal*. Sistem CRM ini berisikan data-data sebagai berikut :

- a. Data karyawan, seperti : nama, pendidikan, nomor telpon, email dan posisi karyawan.
- b. Data *customer*, seperti : nama, nomor telpon, email pelanggan.
- c. Laporan, seperti : penarikan data-data pelanggan yang telah divisit.
- d. Sumber daya, seperti : jumlah bahan baku, jumlah karyawan, jadwal *meeting* dan *business trip*.

#### 5. Analisis Kinerja Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan ERP

**Tabel. 1 Rasio Keuangan PT Semen Gresik pada Tahun 2000-2003**

	Sebelum Penerapan ERP		Sesudah Penerapan ERP	
Tahun	2000	2001	2002	2003
<i>Return on Assets</i>	4.57%	3.62%	2.86%	5.68%
<i>Return on Equity</i>	11.50%	10.04%	6.17%	11.17%

Tabel diatas adalah hasil perhitungan terhadap *Return on Assets* dan *Return on Equity* pada PT. Semen Gresik. Periode yang digunakan untuk analisis adalah tahun 2000-2003. Dari table diatas, dapat kita ketahui bahwa ROA sebelum penerapan ERP yaitu pada tahun 2000 adalah 4.57%, mengalami penurunan menjadi 3.62% pada tahun 2001. Setelah menerapkan ERP yaitu pada tahun 2002 ROA Semen Gresik masih mengalami penurunan menjadi 2.86% dan mengalami peningkatan yang cukup besar menjadi 5.68% di tahun 2003.

Berikutnya *Return on Equity*, nilai dari ROE sebelum dan sesudah penerapan ERP juga memiliki perbedaan. Sebelum penerapan ERP, ROE pada Semen Gresik adalah 11.50% pada tahun 2000 lalu menurun lagi menjadi 10.04%. ROE setelah menerapkan sistem ERP yaitu pada tahun 2002 mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 6.17% dan naik kembali di tahun 2003 menjadi 11.17%.

Dari hasil perhitungan dan analisis diatas, dapat kita ketahui bahwa sistem ERP tetap dapat mempengaruhi kinerja perusahaan khususnya dalam peningkatan pendapatan perusahaan. Meskipun ROE pada tahun 2002 mengalami penurunan yang cukup signifikan tetapi di tahun berikutnya yaitu tahun 2003 kembali mengalami peningkatan yang jauh lebih tinggi lagi.

### KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa PT Semen Gresik yang bergerak dibidang industri semen juga melakukan penerapan akan SCM , ERP dan juga CRM dengan baik sehingga perusahaan dapat bertahan hingga hari ini.

Untuk penerapan SCM atau *supply chain management*, PT Semen Gresik sendiri dimulai dari penerimaan bahan baku dari *supplier* dimana 3 diantaranya dipenuhi oleh PT Semen Gresik sendiri dan untuk gypsum dipenuhi oleh PT. Petrokimia Gresik dan beberapa dari negara lain seperti Filipina, Thailand dan Australia. Kemudian dilanjutkan dengan perusahaan memproduksi produk yang kemudian didistribusikan oleh distributor kepada para *retailer* yang membeli dengan jumlah besar dan kemudian dijual secara eceran untuk para konsumen.

Kemudian PT Semen Gresik sendiri menerapkan sistem ERP di perusahaannya karena membutuhkan sistem *back bone* yang kuat dengan pemberian data yang rinci dan tepat dan kemudian untuk memperoleh sinergi yang optimal. Sistem ERP yang digunakan PT Semen Gresik merupakan *software System Application and Product in Data Processing* (SAP) yang bertujuan untuk mengawasi dari segi ketersediaan bahan baku, produksi, penjualan hingga manajemen sumber daya manusia perusahaan. Modul yang tersedia di SAP dimulai dari *sales and distribution, material management, quality management, production planning, human resources, plan maintenance* dan yang terakhir *financial accounting*.

Dan yang terakhir adalah penerapan CRM atau *Customer Relationship Management* dengan menggunakan sistem CRM mobile berbasis IOS dan Android. Sistem berfungsi untuk untuk mememanajemenkan relasi antar toko dengan *customer*. Sistem CRM sendiri berisi data-data dimulai dari data karyawan, data *customer*, laporan dan sumber daya.

Berdasarkan perhitungan terhadap *Return on Assets* dan *Return on Equity* pada PT. Semen Gresik dengan data pada tahun 2000 hingga 2003 atas sebelum dan sesudah penerapan ERP , maka dapat disimpulkan bahwa sebelum adanya penerapan ERP, nilai ROA ditahun 2000 berada dinilai 4.57% yang kemudian menurun menjadi 3.62% ditahun 2001 dan setelah dilakukannya penerapan ERP, untuk ROA nya mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu dari 2.86% di tahun 2002 menjadi 5.86% di 2003.

Kemudian berikutnya adalah nilai ROE dimulai dari sebelum penerapan ERP, nilai ROE masih berada di angka 11.50% ditahun 2000 yang menurun sampai nilai 6,17% ditahun 2002 yang kemudian kembali meningkat setelah penerapan ERP hingga 11.17% di tahun 2003.

Rekomendasi yang dapat penulis berikan kepada PT. Semen Gresik sendiri adalah perusahaan akan terus berkembang dalam penerapan dan meningkatkan penggunaan sistem manajemen yang baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anis, C. S., Loho, A. E., & Rumagit, G. A. J. (n.d.). *ANALISIS PENGELOLAAN RANTAI PASOK TEPUNG KELAPA PADA PT. XYZ DI SULAWESI UTARA*. 81–88.
- [2] Carnahan, S., Agarwal, R., & Campbell, B. (2010). The Effect of Firm Compensation Structures on the Mobility and Entrepreneurship of Extreme Performers. *Business*, 920(October), 1–43. <https://doi.org/10.1002/smj>
- [3] Chopra, S., & Peter, M. (2014). *Supply chain management: strategy, planning, and operation - third edition*. <https://3lib.net/dl/10677558/922c6f>
- [4] Danawa, L. M. (n.d.). *CRM Salesforce*. <https://lintasmediadanawa.com/berita/crm-customer-relationship-management-adalah/>
- [5] Entrepreneur, J. (n.d.). *Keunggulan Sistem ERP (Enterprise Resource Planning)*. <https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-pengertian-dan-contoh-sistem-enterprise-resource-planning-erp/>
- [6] Goldsberry, C. (2009). Enterprise resource planning. *Welding Design and Fabrication*, 82(3).
- [7] Guritno, A. D., & Harsasi, M. (2014). Pengantar Manajemen Rantai Pasok ( Supply Chain Management ). *Ekma*, 4371(Modul 1), 1–35.
- [8] Hadinyoto, S., & Soputra, C. (2016). *LAPORAN SCM PT SEMEN GRESIK*. [https://www.academia.edu/34468963/LAPORAN\\_SCM\\_PT\\_SEMEN\\_GRESIK.docx](https://www.academia.edu/34468963/LAPORAN_SCM_PT_SEMEN_GRESIK.docx)
- [9] Indrajit, R. E., & Djokopranoto, R. (2005). *Strategi manajemen pembelian dan supply chain : pendekatan manajemen pembelian terkini untuk menghadapi persaingan global* (Y. Hardiwati (ed.)). Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [10] Tobing, D. hizki, Herdiyanto, Y. K., & Astiti, D. P. (2016). Bahan Ajar Metode Penelitian Kualitatif. *Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Udaya*, 42. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/870ba33936829bb37ecd8f62f8514ba7.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/870ba33936829bb37ecd8f62f8514ba7.pdf)
- [11] Toruan, D., M., L. (2013). *Kesuksesan Dan Kegagalan Implementasi Enterprise Resource Planning ( Erp ) Dan Contoh Studi Kasus Pt Semen Gresik & Fox Meyer*. 1–37.
- [12] Wijaya, R. (2019). *ANALISIS PERKEMBANGAN RETURN ON ASSETS (ROA) DAN RETURN ON EQUITY (ROE) UNTUK MENGUKUR KINERJA KEUANGAN*.
- [13] Yona, O., & Marlini. (2016). Penggunaan System Application and Product in Data Processing ( Sap ) Dalam Pengelolaan Data Arsip. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 5(1), 64–82.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

---

## PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOK BERBASIS SISTEM ERP DALAM MENINGKATKAN KINERJA PT. DUTA MULTI KARYA

Oleh

Fendy Cuandra<sup>1</sup>, Rizni Aulia Qadri<sup>2</sup>, Jacky<sup>3</sup>, Louis Hernandez<sup>4</sup>, Ellyn Olivia<sup>5</sup>, Albert Lee<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>universitas Internasioanl Batam

E mail : <sup>1</sup>[fendy.cuandra@uib.ac.id](mailto:fendy.cuandra@uib.ac.id), <sup>2</sup>[rizni@uib.edu](mailto:rizni@uib.edu), <sup>3</sup>[2041364.jacky@uib.edu](mailto:2041364.jacky@uib.edu),  
<sup>4</sup>[2041361.louis@uib.edu](mailto:2041361.louis@uib.edu), <sup>5</sup>[2041053.ellyn@uib.edu](mailto:2041053.ellyn@uib.edu), <sup>6</sup>[2041217.albert@uib.edu](mailto:2041217.albert@uib.edu)

---

### Article History:

Received: 09-04-2022

Revised: 14-04-2022

Accepted: 21-05-2022

### Keywords:

Sistem Perencanaan Sumber Daya Perusahaan, Manajemen Rantai Pasok, Proses Bisnis, Diagram Alir, Dan Internal Kontrol.

**Abstract:** Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam meningkatkan kinerja PT. Duta Multi Karya. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dan deskriptif dengan mengaitkan analisis perusahaan dengan dasar teoritikal yang tertuang pada rangkuman tinjauan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan manajemen rantai pasok berbasis sistem perencanaan sumber daya perusahaan memudahkan kontrol dan evaluasi pihak manajemen terkait proses bisnis perusahaan. Hal ini meningkatkan internal kontrol perusahaan yang berdampak pada kinerja perusahaan.

---

## PENDAHULUAN

Relasi antar pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya merupakan salah satu komponen penting dalam membangun sebuah usaha. Relasi yang dijalin membentuk sebuah rantai pasokan (Huang *et al.*, 2022). Hubungan ini dijalankan sebagai salah satu proses bisnis perusahaan, mulai dari koordinasi dengan *supplier*, *customer*, dan *stakeholders* lainnya. Untuk mengatur proses tersebut agar lebih efektif dan efisien maka dilahirkanlah sebuah konsep yaitu *Supply Chain Management* (SCM) (Anwar, 2011). SCM diciptakan sebagai konsep atau mekanisme yang digunakan atau diterapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dalam rantai pasok dengan optimalisasi waktu, lokasi hingga *material quantity's flow*.

Perkembangan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, terutama di era *new normal*. Hal ini dikarenakan penerapan *social distancing* di masa pandemik mendorong peningkatan penggunaan teknologi untuk mengurangi kontak fisik maupun pertemuan tatap muka secara langsung. Menurut Naibaho (2017), terdapat teknologi yang berperan dalam sebuah perusahaan yaitu teknologi informasi, teknologi ini berfungsi sebagai operasional, *monitoring*, *controlling* hingga perencanaan dan pengambilan keputusan serta komunikasi dan organisasional. Analisa serupa juga dinyatakan oleh Rizalitaheer (2021), perusahaan banyak memanfaatkan teknologi agar memudahkan pengawasan bisnis yang dijalankan. Penggunaan berbagai *software* dalam mengelola bisnis selain untuk efisiensi waktu guna meningkatkan efektivitas kerja, juga digunakan untuk pengawasan dari jarak jauh. Saat ini penggunaan *software* memudahkan manajer dalam pemeriksaan maupun pengawasan hanya dengan melihat ke dalam database yang dapat diekstrak dan dikirim melalui surel

maupun media komunikasi lainnya.

Perusahaan yang berkembang hingga perusahaan yang memiliki proses bisnis yang kompleks cenderung menggunakan aplikasi atau *software* dalam proses bisnisnya, baik dalam mengawasi arus keuangan hingga proses produksi (Chin & Lukman, 2022). Terdapat banyak keunggulan *software* selain dapat diakses kapanpun dan dimanapun, *software* juga memiliki sistem inti *database* yang dapat menyimpan data yang banyak. Hal ini akan memudahkan manajer melakukan pengawasan baik yang sedang berlangsung maupun data *historical* (Kumar, 2005).

Perusahaan saat ini mengandalkan sistem dalam keberlangsungan bisnisnya, salah satunya dalam manajemen rantai pasok dan perencanaan sumber daya perusahaan serta siklus akuntansi perusahaan. Ratusan perusahaan di Indonesia telah menggunakan *software ERP* (Chin & Lukman, 2022). Menurut Wicaksono *et al.* (2015), *Enterprise Resource Planning* (sistem ERP) merupakan salah satu sistem informasi yang diimplementasikan perusahaan agar proses bisnis menjadi terbantu. Mencapai *goals* dari manajemen SCM perlu dimulai dari perencanaan sumber daya perusahaan. Perencanaan sumber daya perusahaan yang baik akan meningkatkan kinerja dari sumber daya perusahaan, hal ini akan berdampak pada tercapainya manajemen SCM yang diharapkan (Ince *et al.*, 2013). Tentunya hal ini memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan sehingga perusahaan-perusahaan ternama memilih menerapkan sistem ini. Analisis pada proses bisnis perusahaan bertujuan untuk meneliti pengaruh dari manajemen rantai pasok yang berbasis sistem perencanaan sumber daya perusahaan terhadap kinerja dari perusahaan itu sendiri.

## LANDASAN TEORI

### Manajemen Rantai Pasok (*Supply Chain Management*)

Manajemen rantai pasok merupakan kegiatan manajemen yang efektif dan efisien dimulai dari penyediaan atau pengadaan bahan baku dari proses produksi hingga menghasilkan barang jadi yang dapat diperjualbelikan serta pengiriman dari produk/jasa kepada pelanggan (Fathi *et al.*, 2019). Proses ini melibatkan perampingan aktif aktivitas sisi penawaran bisnis untuk memaksimalkan nilai pelanggan dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar.

Menurut Kumar (2005), pada *supply chain management*, manajer rantai pasokan mengoordinasikan logistik semua aspek rantai pasokan yang terdiri dari lima bagian:

1. *Planning* (Rencana atau strategi), merupakan proses awal yang paling strategis. Pada bagian ini perlu dipikirkan tolak ukur dalam menentukan tingkat efisiensi, harga, kualitas, dan nilai pelanggan.
2. *Sourcing* (Sumber), sumber yang dimaksud adalah pemasok.
3. *Making* (Manufaktur atau pembuatan), bagian ini berfokus pada produktivitas dan efisiensi.
4. *Delivering* (Pengiriman dan logistik), bagian ini mengatur jaringan pergudangan, penetapan ekspedisi pengiriman barang hingga diterima pelanggan, serta menangani masalah pembayaran.
5. *Disposal* (Sistem pengembalian), bagian ini untuk menangani masalah produk yang cacat atau tidak diinginkan.

### Tujuan Manajemen Rantai Pasokan (*Supply Chain Management*)

Tujuan dari SCM adalah untuk mengurangi ketidakpastian dan risiko terkait dengan rantai pasokan, dan ini dapat dilakukan dengan berkontribusi dalam mengurangi tingkat persediaan, waktu siklus, meningkatkan proses bisnis, dan meningkatkan layanan pelanggan, yang mana dapat meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan daya saing perusahaan (Shatat & Udin, 2012). **Manfaat Penerapan Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management)**

Menurut Anwar (2011), penerapan SCM dapat memberikan beberapa manfaat yang cukup banyak, diantaranya sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan

Target utama dalam proses produksi hingga penjualan produk adalah konsumen yang setia dan kembali melakukan pembelian produk yang dihasilkan perusahaan. Konsumen yang setia dan melakukan pembelian ulang pada produk hanya dapat tercapai apabila adanya kepuasan pelanggan. Manajemen SCM yang tepat akan memastikan produk dalam kondisi yang baik saat diterima oleh konsumen. Dengan demikian konsumen akan merasa puas dengan kualitas produk yang diterima, sehingga terwujudlah konsumen yang setia dan puas akan produk yang dipasarkan oleh perusahaan (Anwar, 2011).

2. Meningkatkan pendapatan dan laba / profitabilitas perusahaan

Konsumen yang puas terhadap produk yang dihasilkan perusahaan memiliki probabilitas yang tinggi untuk melakukan *repeat order* atau pembelian kembali. Hal ini tentunya mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan, yang mana pendapatan meningkat maka akan mempengaruhi peningkatan laba perusahaan pula (Anwar, 2011).

3. Meningkatkan efektivitas penggunaan biaya (*Press cost*)

Manajemen SCM yang baik akan merancang integrasi dan kerjasama antar divisi guna mencapai efisiensi biaya yang dikeluarkan. Tim akan memastikan biaya dari divisi satu ke divisi lainnya sesuai dengan perencanaan (Anwar, 2011).

4. Pemanfaatan aset semakin tinggi

Maksimalisasi penggunaan aset memiliki faktor pemicu yaitu sumber daya manusia perusahaan yang menjadi penggerak aset tersebut. Internal kontrol yang baik terhadap sumber daya manusia perusahaan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sehingga mampu memberdayakan penggunaan teknologi sebagaimana dibutuhkan dalam pelaksanaan SCM. Maka dari itu penerapan SCM dapat meningkatkan pemanfaatan aset secara maksimal (Anwar, 2011).

5. Meningkatkan ukuran perusahaan

Penerapan sistem informasi yang tepat dapat mendukung peningkatan kualitas dan produksi perusahaan sehingga terjadi peningkatan dalam pendapatan perusahaan yang memicu pada peningkatan ukuran perusahaan menjadi semakin besar. Dengan penerapan SCM yang baik dapat menawarkan kebutuhan produk yang murah, bervariasi, dan berkualitas (Anwar, 2011).

### **Perencanaan Sumber Daya Perusahaan atau *Enterprise Resource Planning (ERP)***

*Enterprise Resource Planning (ERP)* merupakan sistem yang berbasis data yang diciptakan untuk mendukung manajemen perusahaan baik menengah maupun besar. Sistem ERP ini mengumpulkan dan mengelola atau memproses data yang diinput ke dalam database (Puspita, 2020). Perencanaan sumber daya perusahaan (ERP) mengacu pada jenis perangkat lunak yang digunakan organisasi untuk mengelola aktivitas bisnis sehari-hari seperti akuntansi, pengadaan, manajemen proyek, manajemen risiko dan kepatuhan, dan operasi

rantai pasokan.

Sistem ini sangat membantu pihak perusahaan dalam perencanaan sumber daya perusahaan. sistem ini mengintegrasikan berbagai macam proses internal di dalam suatu organisasi dan menyediakan suatu database yang konsisten. Sistem ERP pada dasarnya digunakan untuk meningkatkan efektivitas internal kontrol perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik bertumpu pada bagaimana kualitas internal kontrol perusahaan. Semakin baik internal kontrol perusahaan semakin meningkat pula kinerja perusahaan (Shaul & Tauber, 2022).

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang beroperasi di kota Batam. Objek penelitian ini adalah PT Duta Multi Karya. PT. Duta Multi Karya adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang "*Finishing Metal and Plating Specialist*". PT Duta Multi Karya didirikan pada bulan Januari 2011, yang dipelopori oleh Mr. Chia. Perusahaan ini merupakan salah satu *subsidiaries* dari perusahaan yang beroperasi di Singapore. PT. Duta Multi Karya berlokasi di Executive Industrial Park (Kawasan Industrial) bersertifikasi dan telah bergerak memenuhi persyaratan SOP.

### **Jenis Penelitian**

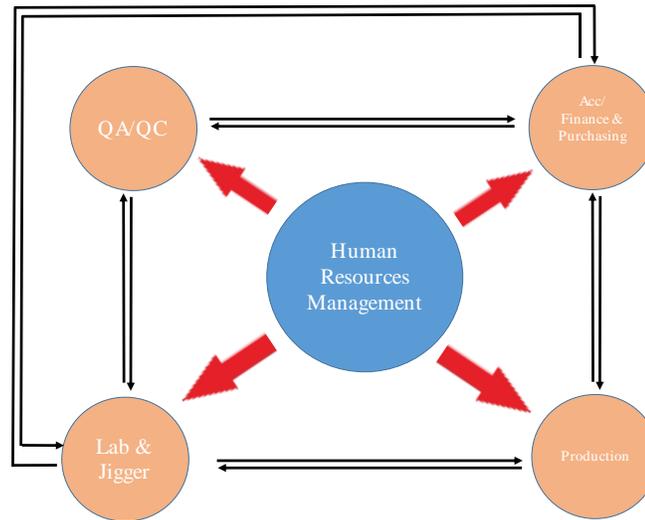
Jenis penelitian ialah studi pustaka yang bersifat kualitatif dan deskriptif, dikarenakan penelitian ini menganalisa pengaruh manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP dalam meningkatkan kinerja suatu organisasi/perusahaan, yang mana data yang dibutuhkan berbentuk informasi yang bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan mengaitkan teori ke dalam analisis dari perusahaan. Penelitian ini juga dapat dikatakan penelitian dengan menggunakan studi kasus yang mana PT. Duta Multi Karya yang menjadi objek pembahasan pada studi kasus ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dibutuhkan merupakan data deskriptif yang bersifat informasi mengenai bisnis dari objek penelitian. Teknik pengumpulan data sudah jelas dipastikan menggunakan teknik studi pustaka dengan mengumpulkan informasi-informasi yang beredar di situs internet, baik melalui blog maupun berdasarkan jurnal-jurnal yang diterbitkan atas kegiatan penelitian oleh peneliti terdahulu, didukung dengan studi pustaka dari buku-buku manajemen rantai pasok dan perencanaan sumber daya perusahaan, serta sumber informatif lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

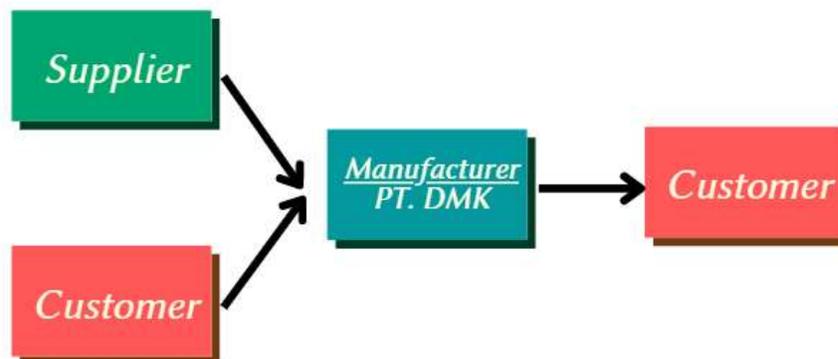
Berikut ini merupakan *flowchart* dari proses bisnis PT. Duta Multi Karya (PT. DMK). Proses bisnis perusahaan dibagi menjadi beberapa departemen, yaitu *human and resources management (HRM)*, *accounting and finance department* (termasuk purchasing), *quality assurance and quality check department*, *lab and jigger department*, serta departemen produksi.



**Gambar 1. Company's Chart of Department**

Sumber: Data diolah (2022)

Rantai pasokan dari PT. Duta Multi Karya (PT. DMK) terbagi atas *supplier*, *manufacturer*, dan *customers*. PT. DMK memperoleh bahan kimia yang dibutuhkan untuk proses produksi dari pemasok (*supplier*). PT DMK berperan sebagai *manufacturer* pada rantai pasokan. Sedangkan pelanggan (*customer*) mengirimkan bahan material yang akan dilakukan *finishing* oleh PT. DMK. Berdasarkan kegiatan operasional perusahaan PT DMK bergerak dibidang manufaktur *metal finishing* dan *plating*. Secara garis besar proses bisnis dari PT DMK adalah perusahaan akan membeli bahan kimia yang dibutuhkan untuk *metal finishing* maupun *plating*. Sedangkan bahan material baku berupa metal yang belum jadi atau setengah jadi diterima dari *customers* yang kemudian akan dikelola oleh PT DMK untuk dilakukan *finishing* dan *plating*. Rantai pasokan PT DMK dapat diilustrasikan ke dalam gambar berikut ini:

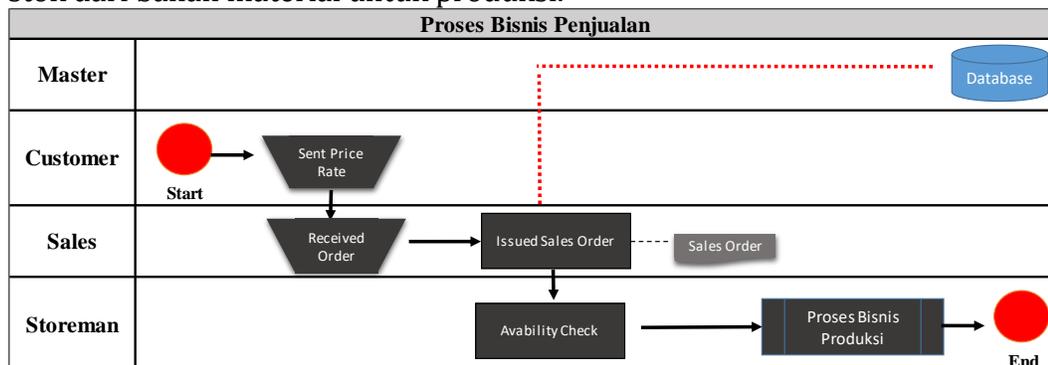


**Gambar 2. Rantai Pasokan PT. Duta Multi Karya**

Sumber: Data diolah (2022)

Manajemen rantai pasok dan perencanaan sumber daya perusahaan digambarkan ke dalam proses bisnis, diantaranya proses bisnis penjualan, proses bisnis produksi hingga pengiriman produk dan proses bisnis *billing* (penagihan). Proses bisnis ini merupakan bentuk dari internal kontrol perusahaan terkait proses bisnis yang dijalankan. Dimana berdasarkan proses bisnis ini dapat dilakukan evaluasi hingga pengecekan pesanan maupun

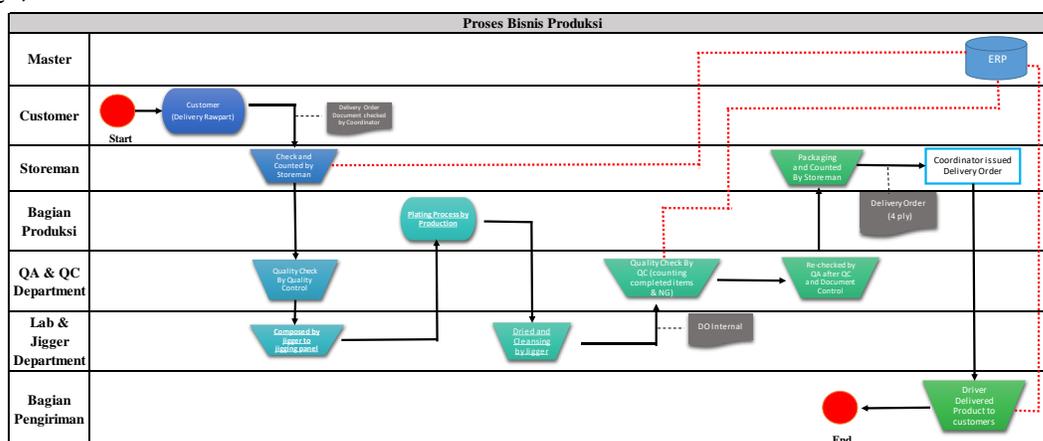
stok dari bahan material untuk produksi.



**Gambar 3. Proses Bisnis Penjualan**

Sumber: Data diolah (2022)

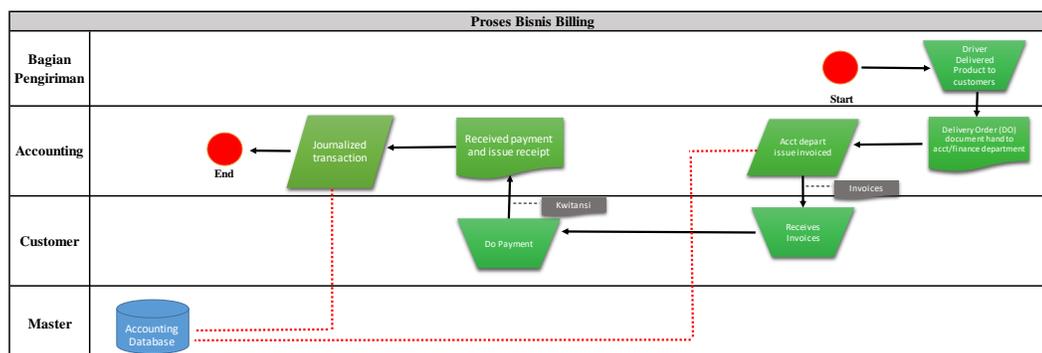
Setiap proses memiliki dokumen pendukung masing-masing yang mana menjadi pengikat diantara seluruh proses bisnis yang dijalankan, dari penerbitan *sales order* sebagai bukti penerimaan pesanan atau penjualan, *delivery order (DO)* yang terbagi menjadi 2 (dua), yaitu *delivery order* yang diterima dari pelanggan saat mengirimkan *rawpart* ke gudang. DO yang satu ini digunakan untuk pengecekan yang dilakukan oleh *storeman* untuk memeriksa apakah benar jumlah yang tertera di dokumen sama dengan jumlah yang diterima oleh pihak gudang. Selain itu, terdapat DO internal. DO yang satu ini diterbitkan oleh koordinator setelah proses produksi selesai atau produk sudah jadi dan siap dikirimkan kepada pelanggan. DO ini digunakan sebagai surat jalan, yang dimana dicetak dengan dokumen 4 (empat) rangkap. Salah satu DO akan diberikan ke supir sebagai surat jalan dan akan diberikan ke pelanggan, tiga rangkap sisanya akan dipegang oleh pihak internal untuk diberikan ke bagian akunting, QA & QC, serta storeman.



**Gambar 4. Proses Bisnis Produksi**

Sumber: Data diolah (2022)

Setelah DO tersebut diterima oleh departemen akunting, maka akan diproses untuk dokumen dasar penerbitan invoice kepada pelanggan. Invoice tersebut akan dikirimkan kepada pelanggan, dan tentunya terdapat salinan invoice yang akan diarsip oleh pihak akunting sebagai bukti pendukung atas transaksi yang diinput ke dalam sistem.



**Gambar 5. Proses Bisnis Billing**

Sumber: Data diolah (2022)

Seluruh proses bisnis yang dijalankan akan diinput atau diperbarui ke sistem. Sistem ini yang akan menjadi dasar kontrol oleh pihak manajemen dalam mengawasi proses bisnis maupun kinerja dari karyawan permasing-masing departemen. Hal ini merupakan bentuk dari internal kontrol perusahaan. Pada bagian produksi, melalui sistem dapat dilakukan pengecekan dan pengawasan mengenai stok produk, sejauh mana pengerjaan produk, berapa pesanan yang diproses maupun pesanan yang akan dikerjakan. Sedangkan untuk departemen akunting dapat melakukan pemeriksaan atau pemantauan mengenai arus dari keuangan perusahaan. Seluruh data pada sistem dapat digunakan untuk evaluasi baik secara kinerja sumber daya perusahaan maupun sumber daya manusia didalamnya serta manajemen rantai pasok.

Setiap proses bisnis memenuhi lima bagian rantai pasokan sesuai yang dipaparkan pada tinjauan pustaka. Penjelasan terperinci yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut:

1. Pada proses bisnis penjualan merupakan bagian pertama yaitu bagian perencanaan atau strategi, dimana pada bagian ini perusahaan menerima pesanan kemudian mempersiapkan perencanaan produksi agar berjalan dengan efektif dan efisien baik dalam segi waktu, biaya, dan kualitas.
2. Pada proses bisnis produksi mencakup bagian rantai pasokan yang kedua hingga yang keempat yaitu pemasok, manufaktur atau pembuatan dan pengiriman atau logistik. Bagian rantai pasokan kedua yaitu pemasok, pada proses bisnis produksi tentunya memerlukan bahan material untuk produksi salah satunya berasal dari pemasok. Bagian ketiga dari rantai pasokan adalah manufaktur atau pembuatan dimana proses produksi berfokus pada aktivitas produksi dari penerimaan bahan material dari pelanggan, pemeriksaan kualitas sebelum diproduksi hingga pengecekan akhir kualitas prosuk yang telah final diproduksi. Pada bagian ini tim antar divisi memastikan proses produksi dilakukan sesuai prosedur dan rancangan awal untuk menjaga efektivitas dan efisiensi dari proses produksi. Proses bisnis produksi juga mencakup bagian keempat yaitu pengiriman produk atau logistik dimana pihak perusahaan akan menjadwalkan pengiriman produk kepada pelanggan.
3. Pada proses bisnis *billing*, mencakup bagian keempat rantai pasokan dimana pada proses ini dilakukan penanganan terkait pembayaran. Sedangkan bagian kelima rantai pasokan yaitu sistem pengembalian tidak berlaku pada proses bisnis PT Duta Multi Karya. Produk yang dikirimkan telah diperiksa keadaannya dengan sedemikian rupa dan dikemas dengan aman. Barang NG dari proses produksi dikirimkan kembali

kepada pelanggan, biasanya apabila terdapat barang NG secara langsung tidak diakui kuantitasnya dalam penagihan, sehingga tidak ada sistem retur untuk diproduksi ulang.

Perusahaan yang kurang baik kinerjanya, biasanya dikarenakan salah satu faktor yaitu kurangnya internal kontrol. Dengan adanya sistematisasi proses bisnis serta sistem pendukung keberlangsungan proses bisnis dapat meningkatkan internal kontrol perusahaan. Peningkatan internal kontrol perusahaan berdampak pada kinerja perusahaan pula. Internal kontrol yang baik tidak hanya sekedar kontrol tetapi juga evaluasi di dalamnya.

### KESIMPULAN

Perusahaan PT. Duta Multi Karya merupakan perusahaan manufaktur yang beroperasi di kota Batam. Perusahaan ini merupakan salah satu *subsidiaries* dari perusahaan yang beroperasi di Singapore. PT. Duta Multi Karya adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang "*Finishing Metal and Plating Specialist*". Manajemen rantai pasok berbasis sistem ERP banyak diterapkan oleh perusahaan terbuka di Indonesia. Penelitian ini menganalisis pengaruh dari penerapan manajemen rantai pasok berbasis ERP terhadap kinerja PT. Duta Multi Karya.

Hasil analisis penelitian ini menemukan manajemen rantai pasok berbasis ERP berpengaruh pada internal kontrol perusahaan. Hal ini dikarenakan proses bisnis perusahaan selalu diperbarui ke dalam sistem yang mana memudahkan manajemen untuk melakukan kontrol dalam proses bisnis, rantai pasok, stok barang hingga keuangan perusahaan. Proses bisnis ini merupakan komponen dari internal kontrol. Dengan adanya sistem ERP ini, manajemen dapat melakukan pengawasan serta evaluasi pada proses bisnis perusahaan. Evaluasi ini yang akan meningkatkan kinerja dari perusahaan.

### SARAN

Perbandingan antara teoritis dan praktik lapangan adalah tidak seluruh sistematisasi yang tertuang dalam landasan teoritis dapat diterapkan pada praktik lapangan, dikarenakan penjelasan teoritis biasanya luas sehingga apabila diimplementasikan langsung dibutuhkan improvisasi untuk menyesuaikan keadaan yang ada. Contoh perbandingan yang dapat dilihat dari proses bisnis PT DMK adalah terdapat lima bagian rantai pasokan secara teori, namun sistem pengembalian tidak berlaku dalam proses bisnis PT DMK.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anwar, S. N. (2011). Manajemen rantai pasokan (Supply chain management). *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 13(1), 20–28. <https://doi.org/10.37612/gema-maritim.v13i1.19>
- [2] Chin, V., & Lukman, H. (2022). Evaluasi pelaporan keuangan sistem erp Odo Community yang dikembangkan PT Neo Multi Servindo. *Jurnal Ekonomi*, 224–241.
- [3] Fathi, Z. M., Ridwan, A. Y., & Saputra, M. (2019). Perancangan sistem erp manajemen rantai pasok halal untuk industri makanan modul sales management dengan metode asap (Studi kasus: Vannisa Brownies). *E-Proceeding of Engineering*, 6(2), 8264–8274. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/10852>
- [4] Huang, C., Novia, J., Willyanto, L., Sisca, V., Cuandra, F., & Lalita, N. B. (2022). *Pengaruh*

- manajemen rantai pasok berbasis sistem erp dalam meningkatkan kinerja PT Wismilak Inti Makmur Tbk.* 2(3), 59–74.
- [5] Ince, H., Imamoglu, S. Z., Keskin, H., Akgun, A., & Efe, M. N. (2013). The impact of erp systems and supply chain management practices on firm performance: Case of Turkish companies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 1124–1133. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.586>
- [6] Kumar, O. (2005). Supply chain management and advanced planning. In *Supply Chain Management und Logistik*. [https://doi.org/10.1007/3-7908-1625-6\\_1](https://doi.org/10.1007/3-7908-1625-6_1)
- [7] Naibaho, R. S. (2017). Peranan dan perencanaan teknologi informasi dalam perusahaan. *Jurnal Warta*, 52(April), 4. <https://media.neliti.com/media/publications/290731-peranan-dan-perencanaan-teknologi-inform-ad00d595.pdf>
- [8] Puspita, H. (2020). Proses optimisasi bangunan dengan supply chain management dalam pembuatan industri perumahan. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 7–11. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/127>
- [9] Rizalitaher, A. S. (2021). Analisis perkembangan sistem informasi manajemen untuk dunia pendidikan dan perusahaan. *OSF Preprint*. <https://osf.io/preprints/yxa98/>
- [10] Shatat, A. S., & Udin, Z. M. (2012). The relationship between ERP system and supply chain management performance in Malaysian manufacturing companies. *Journal of Enterprise Information Management*, 25(6), 576–604. <https://doi.org/10.1108/17410391211272847>
- [11] Shaul, L., & Tauber, D. (2022). *Critical success factors in enterprise resource planning systems: Review of the last decade*.
- [12] Wicaksono, A., Mulyo, H. H., & Riantono, I. E. (2015). Analisis dampak penerapan sistem erp terhadap kinerja pengguna. *Binus Business Review*, 6(1), 25. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i1.985>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN