

# Jurnal Solusi

---

Volume 12, Nomor 1, Mei 2017

ISSN 1907-2376

## DAFTAR ISI

- Mutaz Haris dan D. Agus Harjito* Pengaruh Keputusan Keuangan Perusahaan dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan ~ 1
- Yayuk Setyowati* Pengaruh Budaya Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Melalui Pendekatan Motivasi ~ 27
- Nerys Lourensius L. T dan Heru Noor Rokhmawati* Analisis Kendala Potensial Implementasi *Total Quality Service* (Studi di Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta) ~ 47
- Tony Wijaya* Eksplorasi Preferensi Konsumen pada Stasiun TVRI ~ 65
- Dwi Wahyu Pril Ranto* Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap *Customer Loyalty* pada Jasa Layanan Service Sepeda Motor di Yogyakarta ~ 81
- Nany Noor Kurniyati* Penerapan *One Village One Product (OVOP)* untuk Meningkatkan Kreativitas UMKM Ekonomi Kreativitas Sentra Industri Batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten ~ 93
- Surawan Setyo Budi S.* Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik, Kualitas Fasilitas Kampus dan Kualitas Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa di STIE SBI Yogyakarta ~ 119



# **PENGARUH KEPUTUSAN KEUANGAN PERUSAHAAN DAN MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**Mutaz Haris**

Prodi Manajemen, Universitas Islam Indonesia  
mutaz@yahoo.com

**D. Agus Harjito**

Prodi Manajemen, Universitas Islam Indonesia  
harjitok@yahoo.com; agus\_h@uii.ac.id

## **Abstract**

*The purpose of this research is to analyze the effects of investment decisions on the value of the company, analyze the influence funding decisions on the value of the company, analyze the effect of dividend policy on firm value, analyze the effect of managerial ownership on firm value, and analyze the influence of institutional ownership on firm value. Samples were manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange during the period 2012-2014. The analysis tool in this study using multiple linear regression. The analysis showed that the Investment Decision (PER) positive and significant impact on the Company Value (TQ). This means, if the Investment Decision (PER) has increased, the Value of the Company (TQ) will also increase. Funding decisions (DER) positive and significant impact on the Company Value (TQ). This means, if the Financing Decision (DER) has increased, the Value of the Company (TQ) will also increase. Dividend policy (DPR) positive and significant impact on the Company Value (TQ). This means, if the Dividend Policy (DPR) has increased, the Value of the Company (TQ) will also increase. Managerial Ownership (MAN) no significant effect on the Company Value (TQ). This means, if the Managerial Ownership (MAN) has increased, the Value of the Company (TQ) will be fixed or constant. Institutional ownership (INST) no significant effect on the Company Value (TQ). This means, if the Institutional Ownership (INST) has increased, the Value of the Company (TQ) will be fixed or constant.*

**Keywords:** *investment decisions, decisions financing, dividend policy, managerial ownership, institutional ownership, value company.*

### Abstrak

*Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keputusan keuangan perusahaan yang meliputi keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan, serta menganalisis pengaruh mekanisme corporate governance yang terdiri dari kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2014. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan investasi (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika keputusan investasi (PER) mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Keputusan pendanaan (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika keputusan pendanaan (DER) mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Kebijakan dividen (DPR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika kebijakan dividen (DPR) mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Kepemilikan manajerial (MAN) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika kepemilikan manajerial (MAN) mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan (TQ) akan tetap atau konstan. Kepemilikan institusional (INST) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika kepemilikan institusional (INST) mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan (TQ) akan tetap atau konstan.*

**Kata Kunci:** *keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, nilai perusahaan.*

## PENDAHULUAN

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur (Sartono, 2010). Setiap pemilik perusahaan akan selalu menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan

mereka tepat sebagai alternatif investasi. Apabila pemilik perusahaan tidak mampu menampilkan sinyal yang baik tentang nilai perusahaan (Karnadi, 1993), maka nilai perusahaan akan berada di atas atau di bawah nilai yang sebenarnya. Dengan baiknya nilai perusahaan, maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar dividen. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah dengan nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan (Harjito dan Martono, 2012).

Tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (Hasnawati, 2005). Persaingan dalam industri manufaktur maupun perusahaan lain membuat setiap perusahaan manufaktur maupun perusahaan lain, semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Salah satu tujuan adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Nilai perusahaan yang telah *go public* dari harga saham yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut (Harjito dan Martono, 2012).

Perusahaan terkadang tidak berhasil untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dikarenakan ketika pihak manajemen bukanlah pemegang saham. Ketika pemegang saham mempercayakan pengelolaan kepada pihak lain, para pemilik mengharapkan pihak manajemen akan berjuang sekuat tenaga untuk meningkatkan nilai perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nilai kemakmuran pemegang saham. Para pemegang saham membayar manufaktur profesional pihak manajemen untuk mengedepankan kepentingan pemegang saham yaitu kesejahteraan pemegang saham. *Agency theory* menyatakan berbeda, pihak manajemen bisa saja bertindak mengutamakan kepentingan dirinya (Jensen dan Meckling, 1976). Oleh karena itu terjadilah konflik antara pemegang saham dan pihak manajemen.

Ketidak berhasilan tersebut juga dapat dikarenakan tidak cermatnya pihak manajemen mengaplikasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal maupun faktor eksternal dari perusahaan. Menurut IBM dan Rahmawati (2002), faktor eksternal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa tingkat bunga, fluktuasi nilai valas dan keadaan pasar modal. Namun nilai perusahaan juga dapat turun oleh faktor eksternal tersebut, misalnya keadaan krisis ekonomi yang terjadi tahun 1999 yang lalu mengakibatkan tidak lakunya saham di bursa efek. Tidak lakunya saham sebuah perusahaan dapat mengakibatkan turunnya nilai perusahaan bagi perusahaan yang telah *go public*. Nilai perusahaan dapat dinilai dengan permintaan terhadap perusahaan tersebut (Suharli, 2006). Sedangkan faktor internal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa pembayaran pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan, keunikan, resiko keuangan, nilai aktiva yang diagunkan profitabilitas, pembayaran deviden. Variabel-variabel dalam faktor internal tersebut dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Faktor internal yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen. Investasi modal merupakan salah satu aspek utama dalam keputusan investasi selain penentuan komposisi aktiva. Keputusan pengalokasian modal ke dalam usulan investasi harus dievaluasi dan dihubungkan dengan risiko dan hasil yang diharapkan (Hasnawati, 2005). Menurut *signaling theory*, pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri, 2006).

Keputusan yang menyangkut investasi akan menentukan sumber dan bentuk dana untuk pembiayaannya. Masalah yang harus dijawab dalam keputusan pendanaan yang dihubungkan dengan sumber dana adalah apakah sumber internal atau eksternal, besarnya hutang dan modal sendiri, dan bagaimana tipe hutang dan modal yang akan digunakan, mengingat struktur pembiayaan akan menentukan *cost of capital* yang akan menjadi dasar penentuan *required return* yang diinginkan (Hasnawati, 2005).

Hutang merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal perusahaan yang digunakan untuk membiayai kebutuhan dananya. Meskipun hutang merupakan sumber pembiayaan eksternal, tetapi penggunaannya dapat dikendalikan oleh perusahaan sehingga merupakan faktor internal perusahaan. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), faktor internal perusahaan adalah kelompok variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan.

Para investor memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan dengan mengharapkan pengembalian dalam bentuk dividen maupun *capital gain*, sedangkan perusahaan mengharapkan pertumbuhan secara terus menerus untuk mempertahankan

kelangsungan hidupnya sekaligus memberikan kesejahteraan kepada para pemegang sahamnya, sehingga kebijakan dividen penting untuk memenuhi harapan pemegang saham terhadap dividen dengan tidak menghambat pertumbuhan perusahaan di sisi lain. Dividen yang diterima pada saat ini akan mempunyai nilai yang lebih tinggi daripada *capital gain* yang akan diterima di masa yang akan datang, sehingga investor yang tidak bersedia berspekulasi akan lebih menyukai dividen daripada *capital gain* (Prihantoro, 2003).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Luh dan Purbawangsa (2014) menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen, Keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Keputusan pendanaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pendanaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) menunjukkan bahwa keputusan investasi yang diukur dengan *price earning ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *price book value*, keputusan pendanaan yang diukur dengan *debt to equity ratio* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *price book value* dan kebijakan dividen yang diukur dengan *dividend payout ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *price book value*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, dkk. (2010) menunjukkan bahwa keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 17,8% perubahan nilai perusahaan dipengaruhi oleh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen, sedangkan sisanya, yaitu 82,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Praktik *Corporate Governance* memiliki hubungan signifikan terhadap nilai perusahaan (Isnanta, 2008). Terdapat empat mekanisme *corporate governance* yang dapat digunakan untuk melakukan pengaturan laba, yaitu meningkatkan kepemilikan manajerial, meningkatkan kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen, dan ukuran dewan direksi. Meningkatkan kepemilikan manajerial adalah dengan meningkatkan jumlah saham perusahaan yang dimiliki oleh manajer, dengan memperbesar kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen (*managerial ownership*) (Jensen dan Meckling, 1976), sehingga kepentingan pemilik atau pemegang saham akan dapat disejajarkan dengan kepentingan manajer.

Kepemilikan institusional dinilai dapat mengurangi laba karena investor institusional memiliki keleluasaan untuk memonitoring kinerja para manajer sehingga mempersempit kesempatan manajer untuk melakukan pengelolaan atau pengaturan laba. Kepemilikan institusional dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Institusi menjadi pemegang saham mayoritas karena memiliki sumber daya yang besar. Pihak institusi memilih berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan kontrol kuat dengan jumlah deviden tinggi agar mendapatkan *return* tinggi pula. Suatu perusahaan harus memiliki dewan komisaris dan dibantu oleh komisaris independen untuk melindungi pemegang saham. Jumlah komisaris independen dalam suatu perusahaan harus sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Pengelolaan perusahaan bergantung pada kinerja dari dewan direksi, dimana merupakan pihak yang bertanggung jawab atas jalannya kegiatan perusahaan. Besar kecilnya perusahaan menentukan jumlah minimal anggota dewan direksi. Untuk meningkatkan kontrol terhadap laporan keuangan perusahaan, maka harus membentuk komite audit. Komite audit dapat memastikan bahwa manajemen bekerja sesuai kepentingan *shareholders* dan *stakeholder*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukimi (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Wijaya, dkk., (2010) yang bertujuan untuk mengungkapkan kembali ada tidaknya pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian Wijaya, dkk., (2010), dimana pada penelitian ini sampel perusahaan menggunakan perusahaan manufaktur dan dengan tambahan variabel kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional, sedangkan penelitiannya hanya menggunakan perusahaan jasa.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Nilai Perusahaan**

Menurut Brealy *et al.* (2008), nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi.

### **Keputusan Investasi**

Menurut Wahyudi dan Pawestri (2006), nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Nilai perusahaan semata-mata ditentukan oleh keputusan investasi. Myers (1977) memperkenalkan IOS pada studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan keputusan investasi. IOS memberikan petunjuk yang lebih luas dengan nilai perusahaan

tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang, sehingga prospek perusahaan dapat ditaksir dari *Investment Opportunity Set* (IOS).

### **Keputusan Pendanaan**

Keputusan pendanaan atau kebijakan hutang merupakan salah satu sumber pembiayaan eksternal yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kebutuhan dananya. Dalam pengambilan keputusan akan penggunaan hutang ini harus mempertimbangkan besarnya biaya tetap yang muncul dari hutang berupa bunga yang akan menyebabkan semakin meningkatnya *leverage* keuangan dan semakin tidak pastinya tingkat pengembalian bagi para pemegang saham biasa. Tingkat penggunaan hutang dari suatu perusahaan dapat ditunjukkan oleh salah satunya menggunakan rasio hutang terhadap ekuitas (DER), yaitu rasio jumlah hutang terhadap jumlah modal sendiri (Mardiyanto, 2009). Menurut Modigliani dan Miller (1963) menyatakan bahwa pendanaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### **Kebijakan Dividen**

Kebijakan deviden merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagikan kepada pemegang saham di masa yang akan datang. Apabila laba perusahaan yang ditahan dalam bentuk laba ditahan dalam jumlah besar, berarti menunjukkan bahwa laba yang dibayarkan sebagai deviden menjadi lebih kecil. Dengan demikian aspek penting dari kebijakan deviden adalah menentukan alokasi laba yang sesuai antara lain pembayaran laba sebagai deviden dan sebagai laba ditahan di perusahaan (Sukirni, 2012).

### **Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen Sujoko dan Soebiantoro (2007). Para pemegang saham yang mempunyai kedudukan di manajemen perusahaan baik sebagai kreditur maupun sebagai dewan komisaris dimasukkan dalam kepemilikan manajerial (*managerial ownership*). Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun untuk masing-masing periode pengamatan.

### **Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan institusional adalah saham yang dimiliki pemerintah, institusi berbadan hukum, dana perwalian, institusi asing, dan lain sebagainya yang dapat

memonitor manajemen dalam pengelolaan perusahaan. Pihak institusi merupakan pemegang saham mayoritas yang memiliki sumber daya besar. Kepemilikan institusional diukur dari presentase jumlah saham pihak institusi dari seluruh jumlah saham perusahaan (Boediono, 2005).

## **Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Ghozali, 2007). Hipotesis dalam penelitian ini dibuat berdasarkan teori-teori dari literatur dan hasil-hasil penelitian sebelumnya.

### *Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan*

Menurut Wahyudi dan Pawestri (2006), nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Nilai perusahaan semata-mata ditentukan oleh keputusan investasi. Myers (1977) memperkenalkan IOS pada studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan keputusan investasi. IOS memberikan petunjuk yang lebih luas dengan nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang, sehingga prospek perusahaan dapat ditaksir dari *Investment Opportunity Set* (IOS). IOS didefinisikan sebagai kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value* positif. Keputusan investasi melalui *divestment* berpengaruh terhadap nilai perusahaan di Afrika Selatan.

Hasnawati (2005) menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar 12,25%, sedangkan sisanya sebesar 87,75% dipengaruhi oleh faktor lain seperti keputusan pendanaan, kebijakan dividen, faktor eksternal perusahaan seperti: tingkat inflasi, kurs mata uang, pertumbuhan ekonomi, politik, dan *psychology* pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesa pertama :

### **H<sub>1</sub>: Keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### *Pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan*

Keputusan pendanaan atau kebijakan hutang adalah kebijakan yang menentukan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu berupa penghematan pajak. Di sisi lain penggunaan hutang juga akan meningkatkan biaya bagi perusahaan yaitu berupa biaya kebangkrutan apabila perusahaan tidak mampu melunasi hutangnya. Jadi dalam menentukan kebijakan hutangnya, perusahaan harus mempertimbangkannya dengan lebih baik karena penggunaan hutang ini akan

berdampak terhadap nilai perusahaan. Keputusan pembiayaan merupakan salah satu keputusan yang paling kritis dan pekerjaan yang menantang untuk manajer keuangan, hal itu disebabkan karena keputusan ini memiliki dampak langsung pada kinerja keuangan dan struktur modal dari perusahaan. Wijaya dkk., (2010) menemukan *financial leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesa kedua :

**H<sub>2</sub>: Keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

*Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan*

Modigliani dan Miller (1963) berpendapat bahwa dividen tidak relevan yang berarti tidak ada kebijakan yang optimal karena dividen tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Suharli, (2006) berpendapat bahwa dividen lebih kecil risikonya daripada *capital gain*, sehingga dividen setelah pajak dan menawarkan *Dividend Yield* yang lebih tinggi akan meminimumkan biaya modal. Sedangkan kelompok lain berpendapat bahwa karena dividen cenderung dikenakan pajak daripada *capital gain*, maka investor akan meminta tingkat keuntungan yang lebih tinggi untuk saham dengan *dividend yield*. Kelompok ini menyarankan dengan *Dividend Pay Out Ratio* (DPR) yang lebih rendah akan memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan ketiga pendapat yang Nampak bertentangan tersebut, jika mempertimbangkan kandungan informasi, maka dapat dikatakan bahwa pembayaran dividen dilihat sebagai signal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Sebaliknya penurunan pembayaran dividen akan dilihat sebagai prospek perusahaan yang buruk, maka dalam hal ini kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Taswan, 2003). Sartini dan Purbawangsa (2014) menemukan kebijakan dividen berpengaruh terhadap keputusan pendanaan. Kebijakan dividen tetap menjadi salah satu kebijakan keuangan yang paling penting tidak hanya dari sudut pandang perusahaan, tetapi juga dari sudut pandang pemegang saham, konsumen, karyawan, badan pengawas dan Pemerintah (Uwuijbe *et al.*, 2012). menemukan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesa ketiga:

**H<sub>3</sub>: Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

*Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan*

Struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional) yang terdapat dalam mekanisme *corporate governance*, oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu maksimalisasi nilai perusahaan. Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan

suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Kepemilikan manajerial juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun. Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajer, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan *principal* untuk fokus pada maksimalisasi laba, sehingga manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja agar nilai perusahaan meningkat dan manajer memperoleh return dari kepemilikan saham yang dimiliki. Perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang rendah akan memilih metode akuntansi dengan meningkatkan laba yang dilaporkan, yang sebenarnya tidak mencerminkan keadaan ekonomi dari perusahaan yang bersangkutan (Boediono, 2005).

Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan bisa meningkatkan proses kualitas dari proses pelaporan keuangan, hal ini terjadi karena ketika manajer juga memiliki porsi kepemilikan, maka mereka akan bertindak sama seperti pemegang saham pada umumnya dan mampu memastikan bahwa laporan keuangan telah disajikan dengan wajar dan mengungkapkan kondisi riil perusahaan (Kouki *et al.*, 2011). Hasil penelitian Sukirni (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan Variabel adalah positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesa keempat :

#### **H<sub>4</sub>: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

##### *Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan*

Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Kemampuan dan keleluasaan yang dimiliki investor institusional untuk memonitoring tindakan dan kinerja para manajemen secara lebih intensif, dinilai berdampak positif bagi nilai perusahaan karena tindakan manajemen untuk melakukan kecurangan atas laporan keuangan menjadi dapat di minimalisir dan dapat menghasilkan nilai perusahaan secara maksimal.

Terdapat dua perbedaan pendapat mengenai investor institusional menurut para ahli. Pendapat pertama didasarkan pada pandangan bahwa investor institusional adalah pemilik sementara (*transfer owner*) sehingga hanya terfokus pada laba sekarang (*current earnings*). Perubahan pada laba sekarang dapat mempengaruhi keputusan investor institusional, jika perubahan ini tidak dirasakan menguntungkan oleh investor, maka investor dapat melikuidasi sahamnya. Investor institusional biasanya memiliki saham dengan jumlah besar, sehingga jika mereka melikuidasi sahamnya,

maka akan mempengaruhi nilai saham secara keseluruhan. Untuk menghindari tindakan likuidasi dari investor, manajer akan melakukan *earnings management*.

Pendapat kedua memandang investor institusional sebagai investor yang berpengalaman (*sophisticated*). Menurut pendapat ini, investor lebih terfokus pada laba masa datang (*future earnings*) yang lebih besar relatif dari laba sekarang. Investor institusional menghabiskan lebih banyak waktu untuk melakukan analisis investasi dan mereka memiliki akses atas informasi yang terlalu mahal perolehannya bagi investor lain. Investor institusional akan melakukan monitoring secara efektif dan tidak akan mudah diperdaya dengan tindakan manipulasi yang dilakukan manajer. Kepemilikan institusional dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Institusi menjadi pemegang saham mayoritas karena memiliki sumber daya yang besar. Pihak institusi memilih berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan kontrol kuat dengan jumlah dividen tinggi agar mendapatkan nilai perusahaan tinggi pula.

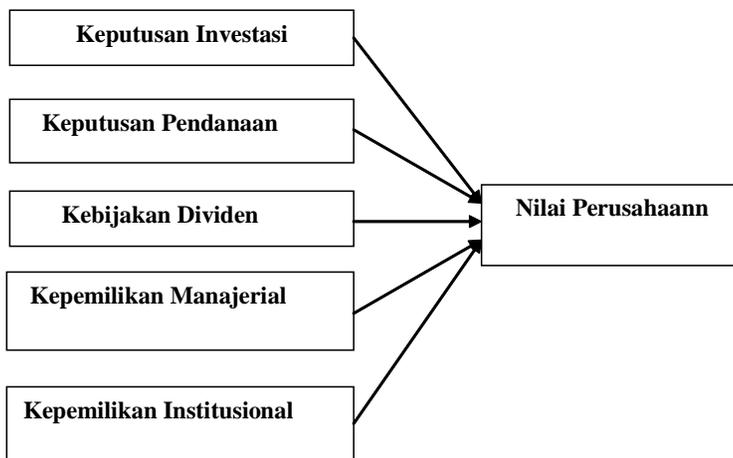
Hasil penelitian Sukirni (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan institusi berpengaruh signifikan variabel adalah positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan hipotesa kelima:

**H<sub>5</sub>: Kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

*Kerangka Penelitian*

Model penelitian yang menggambarkan suatu kerangka konseptual sebagai panduan sekaligus alur berpikir tentang pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Penelitian



## METODA PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur digunakan dalam penelitian ini dikarenakan populasi perusahaan manufaktur lebih banyak dibandingkan dengan populasi jenis perusahaan lainnya, sehingga dapat memenuhi unsur sampel penelitian yang lebih dari cukup atau jumlah observasi  $(n) \geq 30$  data. Perusahaan manufaktur Perusahaan manufaktur terdiri dari berbagai sub sektor industri sehingga dapat mencerminkan reaksi pasar modal secara keseluruhan. Untuk keperluan data variabel penelitian, perusahaan manufaktur juga lebih banyak memiliki unsur kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dibandingkan dengan populasi jenis perusahaan lainnya yang rata-rata lebih banyak hanya memiliki kepemilikan institusional, kepemilikan negara.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu suatu metod pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu. Beberapa kriteria yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
- b. Perusahaan manufaktur yang menyampaikan laporan keuangannya selama tiga tahun berturut-turut yaitu sejak tahun 2012-2014.
- c. Perusahaan manufaktur yang memiliki kepemilikan manajerial secara konsisten tahun 2012-2014.
- d. Perusahaan manufaktur yang memiliki kepemilikan institusional secara konsisten tahun 2012-2014.

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y), sedangkan variabel independen Keputusan Investasi ( $X_1$ ), Keputusan Pendanaan ( $X_2$ ), Kebijakan Dividen ( $X_3$ ), Kepemilikan Manajerial ( $X_4$ ), dan Kepemilikan Institusional ( $X_5$ ).

#### Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

Nilai perusahaan adalah nilai wajar suatu perusahaan yang mendeskripsikan persepsi para investor terhadap emiten yang bersangkutan. Nilai perusahaan ini dapat diamati dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksi dengan

menggunakan Tobin's Q. Rumusnya sebagai berikut:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Dimana :

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai Pasar Ekuitas (EMV = *Closing Price* x Jumlah Saham yang Beredar)

D : Total Hutang

EBV : Nilai Buku dari Ekuitas

### *Keputusan Investasi (PER)*

Keputusan investasi didefinisikan sebagai kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value* positif (Myers, 1977). IOS (*Investment Opportunity Set*) tidak dapat diobservasi secara langsung (laten), sehingga dalam perhitungannya menggunakan proksi (Kallapur dan Trombley, 2001). Proksi IOS yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Price Earning Ratio* (PER). Menurut Brigham dan Houston (2001), PER menunjukkan perbandingan antara *closing price* dengan laba per lembar saham (*earning per share*). Rumusnya.

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{EPS}}$$

### *Keputusan Pendanaan (DER)*

Struktur modal adalah komposisi modal perusahaan dilihat dari sumbernya khususnya yang menunjukkan porsi dari modal perusahaan yang berasal dari sumber utang (kreditur) dan sekaligus sebagai porsi modal yang berasal dari pemilik sendiri (*owners' equity*). Variabel struktur modal diproksi dengan variabel *DER* dengan rumus (Mardiyanto, 2009):

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

### *Kebijakan Dividen (DPR)*

Kebijakan dividen adalah kebijakan yang terkait dengan penetapan besarnya *payout* atas dividen (*dividen payout*). Kebijakan dividen diproksi dengan variabel *Dividen Payout Ratio (DPR)* dengan rumus (Yuniningsih, 2002):

$$\text{DPR} = \frac{\text{Dividen per Lembar Saham}}{\text{Earning per Share}}$$

*Dividen Payout Ratio (DPR)* yang ditentukan perusahaan untuk membayarkan dividen kepada pemilik dividen setiap tahun dilakukan berdasarkan besar kecilnya *earning after tax*.

### *Kepemilikan Manajerial (MAN)*

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen yang secara aktif turut dalam pengambilan keputusan perusahaan. Para pemegang saham yang mempunyai kedudukan di manajemen perusahaan disebut sebagai kepemilikan manajerial (*managerial ownership*). Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial diharapkan dapat meminimalisir terjadinya konflik keagenan yang disebabkan oleh adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen, karena dengan kepemilikan manajerial yang tinggi memungkinkan untuk meminimalisir tindakan oportunistik yang dilakukan oleh manajer. Dalam penelitian ini kepemilikan manajerial dihitung dengan besarnya persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan.

$$\text{Man} = \text{KPM} = \frac{\text{Jumlah saham manajerial}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

Man = Kepemilikan Manajerial

### *Kepemilikan Instiusional (INST)*

Kepemilikan institusional adalah jumlah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi keuangan, seperti perusahaan asuransi, bank, dana pensiun, dan *investment banking*. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga

dapat mengurangi pengelolaan atau pengaturan laba. Dalam penelitian ini kepemilikan institusional dihitung dengan besarnya persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional.

$$IST = \frac{\text{Jumlah saham institusional}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

Inst = Kepemilikan Institusional

## **Analisi Data**

### *Analisis Statistik Deskriptif*

Statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik deskriptif berhubungan dengan pengumpulan dan peningkatan data, serta penyajian hasil peningkatan tersebut (Ghozali, 2007).

## **Pengujian Asumsi Klasik**

### *Uji Normalitas*

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* terlihat bahwa nilai probabilitas = 0,162 > 0,05, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### *Uji Multikolinearitas*

Uji Multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana salah satu atau lebih variabel independen dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF, nilai VIF < 10, artinya bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sehingga tidak membiaskan interpretasi hasil analisis regresi.

### *Uji Autokorelasi*

Autokorelasi adalah suatu keadaan dimana faktor pengganggu (*error term*) pada periode tertentu berkorelasi dengan faktor pengganggu pada periode lain. Faktor

pengganggu tidak random (*unrandom*). Dari hasil regresi diperoleh nilai  $D-W_{\text{statistik}}$  sebesar 1,847, angka tersebut terletak pada interval 1,803 sampai 2,450. Hal ini berarti model yang diestimasi tidak terjadi autokorelasi.

### *Uji Heteroskedastisitas*

Homoskedastisitas adalah situasi dimana varian ( $\sigma^2$ ) dari faktor pengganggu atau *disturbance term* adalah sama untuk semua observasi X. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *Glejser* terlihat bahwa nilai probabilitas > 0,05. Hal ini berarti model yang diestimasi bebas dari heteroskedastisitas.

### *Pengujian Hipotesis*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan regresi linier berganda. Regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel dependen dengan variabel-variabel independennya secara parsial maupun simultan. Adapun persamaan regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1\text{PER} + \beta_2\text{DER} + \beta_3\text{DPR} + \beta_4\text{Man} + \beta_5\text{Inst} + e$$

Dimana:

Y = Nilai Perusahaan (TQ)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_{1-5}$  = Koefisien Regresi

PER = Keputusan Investasi (PER)

DER = Keputusan Pendanaan (DER)

DPR = Kebijakan Dividen (DPR)

Man = Kepemilikan Manajerial (Man)

Inst = Kepemilikan Institusional (Inst)

e = *Error*

## **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif menggambarkan keadaan karakteristik statistik atas variabel-variabel yang ada dalam penelitian, yaitu meliputi nilai perusahaan, keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi. Analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 1. berikut.

Tabel 1  
 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Mean</b>	<b>SD</b>
Nilai Perusahaan (TQ)	0,0008	5,0214	0,8559	0,8562
Keputusan Investasi (PER)	0,00003	59,9200	6,7284	12,0502
Keputusan Pendanaan (DER)	0,01	31,78	1,7350	3,4238
Kebijakan Dividen (DPR)	0,00	183,03	9,4129	22,3837
Kepemilikan Manajerial (MAN)	0,000004	180,1000	2,8724	18,5323
Kepemilikan Institusional (INST)	0,00000004	693,7000	10,5868	71,3919

Sumber: Hasil Olah Data Statistik Deskriptif, 2016.

Berdasarkan Tabel 1. di atas, dapat dijelaskan beberapa hal berikut :

- Rata-rata Nilai Perusahaan (TQ) sebesar 0,832559, nilai minimum sebesar 0,0008, nilai maksimum sebesar 5,0214, dan standar deviasi sebesar 0,8562846 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Nilai Perusahaan (TQ) mendekati nilai standar deviasi sebesar 0,8562846, dengan demikian penyimpangan data Nilai Perusahaan (TQ) rendah.
- Rata-rata Keputusan Investasi (PER) sebesar 6,7281774, nilai minimum sebesar 0,00003, nilai maksimum sebesar 59,92000, dan standar deviasi sebesar 12,05032952 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Keputusan Investasi (PER) menjauhi nilai standar deviasi sebesar 12,05032952, dengan demikian penyimpangan data Keputusan Pendanaan (DER) rendah.
- Rata-rata Keputusan Pendanaan (DER) sebesar 1,7350, nilai minimum sebesar 0,01, nilai maksimum sebesar 31,78, dan standar deviasi sebesar 3,49238 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Keputusan Pendanaan (DER) mendekati nilai standar deviasi sebesar 3,49238.
- Rata-rata Kebijakan Dividen (DPR) sebesar 9,4129, nilai minimum sebesar 0,00, nilai maksimum sebesar 183,03, dan standar deviasi sebesar 22,38037 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Kebijakan Dividen (DPR) cukup mendekati nilai standar deviasi sebesar 22,38037.

- Rata-rata Kepemilikan Manajerial (MAN) sebesar 2,87584824, nilai minimum sebesar 0,000004, nilai maksimum sebesar 180,100000, dan standar deviasi sebesar 18,538961923 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Kepemilikan Manajerial (MAN) cukup menjauhi nilai standar deviasi sebesar 18,538961923.
- Rata-rata Kepemilikan Institusional (INST) sebesar 10,586680308, nilai minimum sebesar 0,00000004, nilai maksimum sebesar 693,7000000, dan standar deviasi sebesar 71,3975318519 dengan jumlah observasi (n) sebesar 105. Nilai rata-rata Kepemilikan Institusional (INST) cukup menjauhi nilai standar deviasi sebesar 71,3975318519.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri dari nilai perusahaan, keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis regresi berganda tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2  
Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	t-statistik	Sig.
Konstanta	0,347	0,082	4,257	0,000
PER	0,050	0,005	10,299	0,000
DER	0,049	0,017	2,904	0,005
DPR	0,004	0,002	2,000	0,010
MAN	-0,051	0,093	-0,553	0,582
INST	0,016	0,024	0,663	0,509
R <sup>2</sup>	: 0,548			
Adj. R <sup>2</sup>	: 0,525			
F-statistik	: 23,976, Sig = 0,000.			
DW-statistik	: 1,847			
N	: 105			

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, 2016.

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai persamaan berikut ini:

$$TQ = 0,347 + 0,050PER + 0,049DER + 0,004DPR - 0,051MAN + 0,016INST$$

Pada persamaan di atas ditunjukkan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (TQ). Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah:

Konstanta  $b_0 = 0,347$ , menunjukkan bahwa apabila Keputusan Investasi (PER), Keputusan Pendanaan (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Manajerial (MAN), dan Kepemilikan Institusional (INST) sama dengan nol, maka Nilai Perusahaan (TQ) sebesar 0,347 rupiah.

Koefisien  $b_1 = 0,050$ , artinya apabila kenaikan Keputusan Investasi (PER) sebesar 1 rupiah, maka Nilai Perusahaan (TQ) naik sebesar 0,050 rupiah dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*). Koefisien  $b_2 = 0,049$ , artinya apabila kenaikan Keputusan Pendanaan (DER) sebesar 1 rupiah, maka Nilai Perusahaan (TQ) naik sebesar 0,049 rupiah dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*). Koefisien  $b_3 = 0,004$ , artinya apabila kenaikan Kebijakan Dividen (DPR) sebesar 1 persen, maka Nilai Perusahaan (TQ) naik sebesar 0,004 rupiah dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*). Koefisien  $b_4 = -0,051$ , artinya apabila penurunan Kepemilikan Manajerial (MAN) sebesar 1 persen, maka Nilai Perusahaan (TQ) akan tetap atau konstan dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*). Dan koefisien  $b_5 = 0,016$ , artinya apabila kenaikan Kepemilikan Institusional (INST) sebesar 1 persen, maka Nilai Perusahaan (TQ) akan tetap atau konstan dengan asumsi variabel lain adalah konstan (*ceteris paribus*).

## **Pengujian Hipotesis**

### *Pengujian Hipotesis Secara Bersama-sama (Uji F)*

Uji F adalah uji simultan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Keputusan Investasi (PER), Keputusan Pendanaan (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Manajerial (MAN), dan Kepemilikan Institusional (INST) secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Diperoleh nilai  $Sig = 0,000 < \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh secara bersama-sama variabel Keputusan Investasi (PER), Keputusan Pendanaan (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Manajerial (MAN), dan Kepemilikan Institusional (INST) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

### *Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)*

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh Keputusan Investasi (PER), Keputusan Pendanaan (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Manajerial (MAN), dan Kepemilikan Institusional (INST) terhadap Nilai Perusahaan (TQ) secara individual (uji t) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

*Pengujian Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan*

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $\text{Sig} = 0,000 < \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Keputusan Investasi (PER) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

*Pengujian pengaruh Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan*

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $\text{Sig} = 0,005 < \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Keputusan Pendanaan (DER) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

*Pengujian pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan*

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $\text{Sig} = 0,010 < \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Kebijakan Dividen (DPR) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

*Pengujian pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan*

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $\text{Sig} = 0,582 > \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara Kepemilikan Manajerial (MAN) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

*Pengujian pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan*

Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai  $\text{Sig} = 0,509 > \text{Level of Significant} = 0,05$ , maka disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara Kepemilikan Institusional (INST) terhadap Nilai Perusahaan (TQ).

*Pengujian Koefisien Determinasi*

Hasil dari regresi dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*) diperoleh  $R^2$  (Koefisien Determinasi) sebesar 0,548, artinya variabel dependen dalam model yaitu Nilai Perusahaan (TQ) dijelaskan oleh variabel independen yaitu Keputusan Investasi (PER), Keputusan Pendanaan (DER), Kebijakan Dividen (DPR), Kepemilikan Manajerial (MAN), dan Kepemilikan Institusional (INST) sebesar 54,8%, sedangkan sisanya sebesar 45,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

## Pembahasan

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa Keputusan Investasi (PER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika Keputusan Investasi (PER) mengalami peningkatan, maka Nilai Perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Menurut Wahyudi dan Pawestri (2006), nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Nilai perusahaan semata-mata ditentukan oleh keputusan investasi. Myers (1977) memperkenalkan IOS pada studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan keputusan investasi. IOS memberikan petunjuk yang lebih luas dengan nilai perusahaan tergantung pada pengeluaran perusahaan di masa yang akan datang, sehingga prospek perusahaan dapat ditaksir dari *Investment Opportunity Set* (IOS). IOS didefinisikan sebagai kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*assets in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value* positif. Hasnawati (2005) menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sebesar 12,25%, sedangkan sisanya sebesar 87,75% dipengaruhi oleh faktor lain seperti keputusan pendanaan, kebijakan dividen, faktor eksternal perusahaan seperti: tingkat inflasi, kurs mata uang, pertumbuhan ekonomi, politik, dan *psychology* pasar.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa Keputusan Pendanaan (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika Keputusan Pendanaan (DER) mengalami peningkatan, maka Nilai Perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Keputusan pendanaan atau kebijakan hutang adalah kebijakan yang menentukan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang akan memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu berupa penghematan pajak. Di sisi lain penggunaan hutang juga akan meningkatkan biaya bagi perusahaan yaitu berupa biaya kebangkrutan apabila perusahaan tidak mampu melunasi hutangnya. Jadi dalam menentukan kebijakan hutangnya, perusahaan harus mempertimbangkannya dengan lebih baik karena penggunaan hutang ini akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Keputusan pembiayaan merupakan salah satu keputusan yang paling kritis dan pekerjaan yang menantang untuk manajer keuangan, hal itu disebabkan karena keputusan ini memiliki dampak langsung pada kinerja keuangan dan struktur modal dari perusahaan. Wijaya dkk., (2010) menemukan *financial leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kebijakan Dividen (DPR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika Kebijakan Dividen (DPR) mengalami peningkatan, maka Nilai Perusahaan (TQ) juga akan mengalami peningkatan. Suharli (2006) berpendapat bahwa dividen tidak relevan yang berarti tidak ada kebijakan yang optimal karena dividen tidak

mempengaruhi nilai perusahaan. Dia juga berpendapat bahwa dividen lebih kecil risikonya daripada *capital gain*, sehingga dividen setelah pajak dan menawarkan *Dividend Yield* yang lebih tinggi akan meminimumkan biaya modal. Sedangkan kelompok lain berpendapat bahwa karena dividen cenderung dikenakan pajak daripada *capital gain*, maka investor akan meminta tingkat keuntungan yang lebih tinggi untuk saham dengan *dividend yield*. Kelompok ini menyarankan dengan *Dividend Pay Out Ratio* (DPR) yang lebih rendah akan memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan ketiga pendapat yang Nampak bertentangan tersebut, jika mempertimbangkan kandungan informasi, maka dapat dikatakan bahwa pembayaran dividen dilihat sebagai signal bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Sebaliknya penurunan pembayaran dividen akan diliat sebagai prospek perusahaan yang buruk, maka dalam hal ini kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Taswan, 2003). Sartini dan Perbawangsa (2014) menemukan kebijakan dividen berpengaruh terhadap keputusan pendanaan. Kebijakan dividen tetap menjadi salah satu kebijakan keuangan yang paling penting tidak hanya dari sudut pandang perusahaan, tetapi juga dari sudut pandang pemegang saham, konsumen, karyawan, badan pengawas dan Pemerintah (Uwuigbe *et al.*, 2012). menemukan kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial (MAN) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika Kepemilikan Manajerial (MAN) mengalami peningkatan, maka Nilai Perusahaan (TQ) akan tetap atau konstan. Struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional) yang terdapat dalam mekanisme *corporate governance*, oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajerial juga dapat diartikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan direktur perusahaan pada akhir tahun. Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajer, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan *principal* untuk fokus pada memaksimalkan laba, sehingga manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja agar nilai perusahaan meningkat dan manajer memperoleh return dari kepemilikan saham yang dimiliki. Perusahaan dengan kepemilikan manajerial yang rendah akan memilih metode akuntansi dengan meningkatkan laba yang dilaporkan, yang sebenarnya tidak mencerminkan keadaan ekonomi dari perusahaan yang bersangkutan (Boediono, 2005). Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan bisa meningkatkan proses

kualitas dari proses pelaporan keuangan, hal ini terjadi karena ketika manajer juga memiliki porsi kepemilikan, maka mereka akan bertindak sama seperti pemegang saham pada umumnya dan mampu memastikan bahwa laporan keuangan telah disajikan dengan wajar dan mengungkapkan kondisi riil perusahaan (Kouki *et al.*, 2011)

Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional (INST) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (TQ). Hal ini berarti, jika Kepemilikan Institusional (INST) mengalami peningkatan, maka Nilai Perusahaan (TQ) tetap atau konstan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Kemampuan dan keleluasaan yang dimiliki investor institusional untuk memonitoring tindakan dan kinerja para manajemen secara lebih intensif, dinilai berdampak positif bagi nilai perusahaan karena tindakan manajemen untuk melakukan kecurangan atas laporan keuangan menjadi dapat di minimalisir dan dapat menghasilkan nilai perusahaan secara maksimal. Terdapat dua perbedaan pendapat mengenai investor institusional menurut para ahli. Pendapat pertama didasarkan pada pandangan bahwa investor institusional adalah pemilik sementara (*transfer owner*) sehingga hanya terfokus pada laba sekarang (*current earnings*). Perubahan pada laba sekarang dapat mempengaruhi keputusan investor institusional, jika perubahan ini tidak dirasakan menguntungkan oleh investor, maka investor dapat melikuidasi sahamnya. Investor institusional biasanya memiliki saham dengan jumlah besar, sehingga jika mereka melikuidasi sahamnya, maka akan mempengaruhi nilai saham secara keseluruhan. Untuk menghindari tindakan likuidasi dari investor, manajer akan melakukan *earnings management*. Pendapat kedua memandang investor institusional sebagai investor yang berpengalaman (*sophisticated*). Menurut pendapat ini, investor lebih terfokus pada laba masa datang (*future earnings*) yang lebih besar relatif dari laba sekarang. Investor institusional menghabiskan lebih banyak waktu untuk melakukan analisis investasi dan mereka memiliki akses atas informasi yang terlalu mahal perolehannya bagi investor lain. Investor institusional akan melakukan monitoring secara efektif dan tidak akan mudah diperdaya dengan tindakan manipulasi yang dilakukan manajer. Kepemilikan institusional dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Institusi menjadi pemegang saham mayoritas karena memiliki sumber daya yang besar. Pihak institusi memilih berinvestasi pada perusahaan yang menerapkan kontrol kuat dengan jumlah deviden tinggi agar mendapatkan nilai perusahaan tinggi pula. Hasil penelitian Sukirni (2012) menunjukkan bahwa kepemilikan institusi berpengaruh signifikan variabel adalah positif pada nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boediono 2005, *Ekonomi Moneter*, Edisi 3, BPFE, Yogyakarta.
- Brealey, Richard A., Stewart C. Myers dan Alan J. Marcus, 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jilid Kedua, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Brigham, Eugene dan Joel F Houston, 2001. *Manajemen Keuangan II*. Jakarta: Salemba Empat
- Gozali, Imam, 2007, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harjito, D. A dan Martono, 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit EKONISIA, Yogyakarta.
- Hasnawati, S. 2005. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta. *Usahawan*: No. 09/Th XXXIX. September 2005: 33-41
- IBM, Santika, dan Kusuma Ratnawati, 2002. Pengaruh Struktur Modal, Faktor Internal, dan Faktor Eksternal terhadap nilai perusahaan Industri yang masuk Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Strategi Bisnis*, Vol. 10, hal. 27-43
- Isnanta, Rudi. 2008. "Pengaruh Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba Dan Kinerja Keuangan", Skripsi Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Jensen, M. C and Meckling, W.H. 1976. Theory of the Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure . *Journal of Financial Economics*.
- Kallapur, Sanjay dan Trombley, Mark A. 2001. "The Investment Opportunity Set : Determinant, Consequences and Measurement". *Manajerial Finance* 3-15
- Karnadi, S.H., 1993. *Manajemen Pembelanjaan*, Jilid 1, Yayasan Promotio Humana, Jakarta.
- Kouki, M., Abderrazek, E., Hanen, A., and Slim, S. (2011). Does Corporate Governance Constrain Earnings Management? Evidence from U.S. Firms. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 35, 58-71.
- Luh Putu Novita Sartini dan Ida Bagus Anom Purbawangsa, 2014, Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Serta Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia, *Artikel*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

- Mardiyanto, Handono, 2009, *Intisari Manajemen Keuangan*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Modigliani, F. dan Miller, H. 1963. Corporate income taxes and the cost of capital: a correction, *American Economic Review*, Vol. 53: 443-453.
- Myers. (1977). Determinants of Corporate Borrowing. *Journal of Financial Economics*, 147-175.
- Prihantoro, 2003. Estimasi Pengaruh Dividen Payout Ratio pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* No.1 Jilid 8.p.7-14
- Sartini, Luh Putu Novita dan Ida Bagus Anom Purbawangsa, 2014, Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Serta Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia, *Artikel, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*, Bali.
- Sari, Oktavina Tiara, 2013, Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan, *Management Analysis Journal*, No. 2, Vol. 2. UNS, Semarang.
- Sartono, Agus, 2010, Kepemilikan Orang Dalam (Insider Ownership), Utang dan Kebijakan Dividen: Pengujian Empirik Teori Keagenan (Agency Theory), *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol.2, No.6.
- Suharli, Michell. 2006. Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan *Go Public* di Indonesia,” *Jurnal Maksi*, vol 6 No 1 hal 23-41.
- Sujoko dan Soebiantoro, Ugy. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Faktor Intern, dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.9 No.1.
- Sukirni, Dwi, 2012, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Analisis terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Analysis Journal*. AAJ 1 (2)
- Taswan. 2003. Pengaruh Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Uwuigbe, Jafaru, Ajayi, 2012. “Dividend Policy and Firm Performance: A Study of Listed Firms in Nigeria”, *Accounting and Management Information Systems*”, Vol. 11, No. 3, pp. 442-454
- Wahyudi, Untung, Hartini Prassetyaning, Pawestri. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.

Wijaya, Lihan Rini Puspo, dan Bandi Anas Wibawa, 2010, Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan, *SAN XIII*, Purwokerto.

Yuniningsih, 2002, Interpedensi antara Kebijakan Dividend Payout Ratio, Financial Leverage dan Investasi pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di BEJ". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Volume 9, Nomor.2 .Hal 164-182.

# **PENGARUH BUDAYA KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI MELALUI PENDEKATAN MOTIVASI**

**Yayuk Setyowati**

Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

## **Abstact**

*This research was conducted on Bank Karanganyar. This study aimed to determine the effect of work culture and job satisfaction on motivation and performance of employees. Sample size of 50 respondents defined using census method. As independent variables, namely work culture and job satisfaction, the intervening variable was motivation, while the dependent variable is the performance of employees. The analysis used include validity, reliability test and hypothesis test.*

*Partial results of the analysis (t test) can be seen the work culture and job satisfaction had a positive effect on employee performance and motivation had a positive effect on employee performance. Results of simultaneous analysis (F test) showed that work culture, job satisfaction, and motivation were positive and significant effect on employee performance Bank Karanganyar. R<sup>2</sup> test results note that 92.9% of the variation in employee performance can be explained by the independent variables and intervening variables examined in this study and 7.1% was explained by other factors outside the model. While the results do not demonstrate effective motivation as an intervening variable work culture and job satisfaction in improving employee performance.*

**Keywords:** *Cultural Work, Job Satisfaction, Motivation, Employee Performance.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Perusahaan atau organisasi dalam menghadapi era globalisasi harus siap meghadapi berbagai tantangan. Berbagai upaya yang harus dilakukan, antara lain,

peningkatkan kinerja dan penciptaan budaya organisasi yang baik. Tidak terkecuali untuk perbankan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat. Pelayanan berkualitas ini dapat diperoleh masyarakat melalui pemberian motivasi yang dapat meningkatkan kepuasan kerja.

Budaya kerja memiliki dampak pada efisiensi dan efektifitas organisasi. Budaya kerja yang kuat dapat membentuk identitas organisasi yang memberikan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan organisasi lainnya. Budaya kerja merupakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dengan organisasi-organisasi lainnya. Budaya kerja merupakan bagian penting untuk memahami organisasi secara keseluruhan dan merupakan sistem nilai organisasi yang akan mempengaruhi cara pekerjaan dilakukan dan cara pegawai berperilaku. Individu dapat mampu dan efisien tanpa tergantung pada orang lain, tetapi perilakunya tidak sesuai dengan budaya kerja, maka orang tersebut tidak akan berhasil dalam organisasi. Kuatnya budaya kerja akan terlihat jelas dari bagaimana pegawai memandang suatu budaya sehingga berpengaruh terhadap perilaku anggota-anggota dalam organisasi perusahaan yang digambarkan memiliki motivasi, dedikasi, kreativitas, komitmen dan kepuasan yang tinggi.

Kepuasan kerja pegawai pada dasarnya sangat individualis dan merupakan hal yang sangat tergantung pada pribadi masing-masing pegawai. Kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan oleh pegawai dapat dilihat dari banyaknya jumlah absensi dan jumlah pegawai yang keluar dan masuk yang terjadi di perusahaan tersebut. Semakin tinggi jumlah pegawai yang keluar diperusahaan, maka tingkat kepuasan pegawai dalam bekerja rendah, karena pegawai merasa tidak cocok bekerja di perusahaan. Tingginya jumlah pegawai yang keluar yang diperusahaan juga dapat disebabkan oleh kebijakan perusahaan untuk mengurangi jumlah pegawai sehingga dapat terjadi efisiensi dalam proses produksi.

Kinerja yang baik tersebut dapat mempengaruhi proses pemberian pelayanan kepada masyarakat. Bank Karanganyar dalam memberikan pelayanan lebih mudah, cepat dan memuaskan. Hal ini terbukti dari tahun ketahun jumlah nasabah tersebut mengalami kenaikan. Dengan banyaknya nasabah yang menjadi pelanggan dari Bank Karanganyar, dapat menggambarkan bagaimana kinerjanya dalam memberikan pelayanan. Bertambahnya nasabah tersebut dilandasi karena adanya kepuasan pelayanan dan tentu saja kepuasan pelayanan tersebut berhubungan dengan kinerja yang baik dari pegawai. Bank Karanganyar mempunyai target yang ingin dicapai yaitu meningkatkan ekonomi masyarakat, pendapatan asli daerah (PAD), kesejahteraan pegawai dan sumber daya manusia (SDM).

Motivasi merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan kerjanya. Motivasi merupakan dorongan yang

ada dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Bila seseorang termotivasi, ia akan berusaha berbuat sekuat tenaga untuk mewujudkan apa yang diinginkannya.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka dapat dirumuskan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui pendekatan motivasi.

### **Tujuan Penelitian/Penulisan**

Penelitian ini diharapkan bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui pendekatan motivasi. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini bisa memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan perencanaan strategi dalam meningkatkan kepuasan kerja pegawai Bank Karanganyar untuk mencapai kinerja yang maksimal.

## **RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

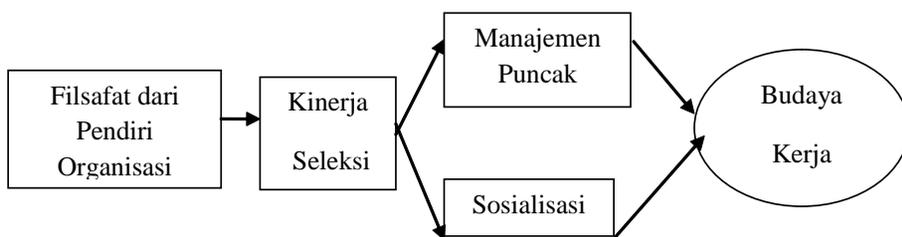
### **Tinjauan Teoritis**

**Kinerja.** Kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok orang untuk melakukan kegiatan atau menyempurnakannya sesuai dengan tanggung jawabnya dengan hasil seperti yang diharapkan. Mahsun (2006:25) mendefinisikan kinerja sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam strategi suatu organisasi.

**Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja.** Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja adalah 1) Kemampuan, kepribadian dan minat kerja, yang merupakan kecakapan seseorang, seperti kecerdasan dan ketrampilan. 2) Kejelasan dan penerimaan atas penjelasan peran seorang pekerja, merupakan taraf pengertian dan penerimaan seseorang individu atas tugas yang dibebankan kepadanya. 3) Tingkat motivasi pekerja, yaitu daya energi yang mendorong, mengarahkan dan mempertahankan perilaku. Wursanto (2005:67)

**Penilaian Kinerja.** Penilaian kinerja ialah proses yang mengukur kinerja pegawai. Beberapa faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja pegawai, yaitu karakteristik situasi, deskripsi pekerjaan, spesifikasi pekerjaan dan standar kinerja pekerjaan, tujuan-tujuan penilaian kinerja, dan sikap para pegawai dan manajer terhadap evaluasi. Beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur kinerja pegawai yaitu : prestasi kerja, rasa tanggung jawab, kesetiaan dan pengabdian, kejujuran, kedisiplinan, kerja sama dan kepemimpinan (Prasetyo dalam Utomo, 2006).

**Budaya Kerja.** McKenna dan Beech (2002:19) berpendapat bahwa: “Budaya yang kuat mendasari aspek kunci pelaksanaan fungsi organisasi dalam hal *efisiensi, inovasi, kualitas* serta mendukung reaksi yang tepat untuk membiasakan mereka terhadap kejadian-kejadian, karena etos yang berlaku mengakomodasikan ketahanan”. Ndraha (2003:123) mengungkapkan bahwa : “Budaya yang kuat juga bisa dimaknakan sebagai budaya yang dipegang secara intensif, secara luas dianut dan semakin jelas disosialisasikan dan diwariskan dan berpengaruh terhadap lingkungan dan perilaku manusia”. Robbins (2001) menyatakan bahwa budaya kerja merupakan sebuah persepsi umum yang dipegang teguh oleh para anggota organisasi dan menjadi sebuah sistem yang memiliki kebersamaan pengertian. Organisasi-organisasi dapat memiliki kepribadian juga seperti manusia pada umumnya. Ada yang kaku atau fleksibel, tidak bersahabat atau suka membantu, ada yang inovatif atau konservatif. Budaya suatu organisasi perusahaan dibangun dan dipertahankan mulai dari pendirian organisasi tersebut, artinya bahwa pembentukan budaya kerja tatkala organisasi mulai belajar menghadapi masalah, baik menyangkut perubahan-perubahan eksternal maupun internal yang berhubungan dengan kegiatan usaha organisasi.



Gambar II. 1. Terbentuknya Budaya Kerja (Robbins, 2008)

**Kepuasan Kerja.** Kepuasan kerja merupakan sebuah hasil yang dirasakan oleh pegawai, jika pegawai puas dengan pekerjaannya, maka ia akan betah bekerja pada organisasi tersebut (Robbins, 2006). Kepuasan kerja dipengaruhi oleh beberapa faktor, meliputi pekerjaan itu sendiri, yaitu tingkat dimana sebuah pekerjaan menyediakan tugas yang menyenangkan, kesempatan belajar dan kesempatan untuk mendapatkan tanggung jawab (Luthans dan Spector dalam Robbins, 2006); Gaji, merupakan derajat sejauh mana dapat memenuhi harapan-harapan tenaga kerja, dan bagaimana gaji diberikan; Kesempatan atau promosi, pegawai memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri dan memperluas pengalaman kerja, dengan terbukanya kesempatan untuk kenaikan jabatan. Kepuasan kerja (*job satisfaction*) dimaksudkan keadaan emosional pegawai dimana terjadi ataupun tidak terjadi titik temu antara nilai balas jasa kerja pegawai dari perusahaan atau organisasi dengan tingkat nilai balas jasa yang memang diinginkan pegawai yang bersangkutan (Martoyo, 2000:132).

***Motivasi.*** Motivasi atau *motivation* berarti pemberian motif, penimbulkan motif atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan kerja Moch As'ad (2000:45). Motivasi dapat pula diartikan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu. Sedangkan motif adalah tenaga pendorong yang mendorong manusia untuk bertindak atau suatu tenaga di dalam diri manusia yang menyebabkan manusia bertindak.

***Review penelitian Terdahulu.*** Penelitian Prasojo (2008). Penelitian yang berjudul Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar, menggunakan responden para pegawai di lingkungan Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar dengan jumlah 33 orang. Regresi linier digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budaya Organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai di Lingkungan Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar.

Penelitian Harsono (2009). Penelitian ini berjudul Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan, Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening pada Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini menggunakan responden para pegawai di lingkungan Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar dengan jumlah 33 Orang. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai Sekretariat DPRD Kabupaten Karanganyar.

### **Hubungan Antar Variabel**

***Budaya Kerja dengan Kinerja Pegawai.*** Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya ditentukan oleh budaya kerja. Budaya kerja ini berfungsi sebagai fasilitator tumbuhnya semangat kerja bersama sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku para pegawai (Robbins, 2003).

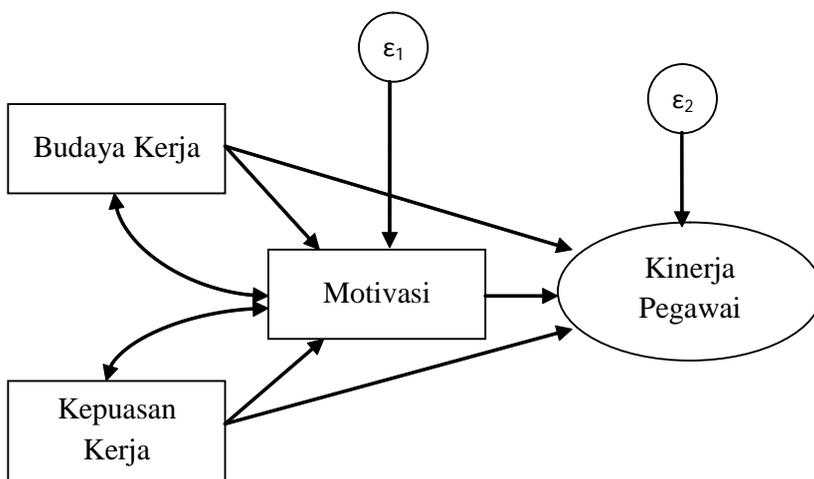
***Kepuasan Kerja dengan Kinerja Pegawai.*** Hasibuan (2007:202) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Handoko (2000:129) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan para pegawai dalam memandang pekerjaan mereka. Sehingga dengan tercapainya kepuasan kerja, diri seorang pegawai dalam bekerja mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan kinerjanya.

***Budaya Kerja dengan Motivasi.*** Motivasi kerja pegawai dapat diartikan bahwa bagi pegawai faktor imbalan, baik imbalan yang berupa material maupun yang

bersifat non material merupakan hal penting bagi kelangsungan hidupnya. Pengaruh faktor teamwork yang lebih dominan terhadap motivasi kerja pegawai dapat dipahami bahwa, seorang pegawai dalam lingkungan kerjanya membutuhkan rasa saling menghargai, saling membantu dan saling mempercayai dalam melaksanakan tugasnya. Lingkungan sosial tempat kerja yang kondusif ternyata sangat mempengaruhi semangat dan motivasi kerja pegawai dalam suatu organisasi. Apabila pegawai cocok dengan budaya organisasi didalam suatu perusahaan tersebut maka akan meningkatkan motivasi kerja pegawai tersebut (Robbins, 2002).

***Kepuasan Kerja dengan Motivasi.*** Motivasi kerja memang sangat diperlukan oleh seorang pegawai untuk dapat mencapai suatu kepuasan kerja yang tinggi meskipun menurut sifatnya, kepuasan kerja itu sendiri besarnya sangat relatif atau berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Tetapi secara keseluruhan menyatakan bahwa selama bekerja di suatu perusahaan, para pegawai merasa puas atas motivasi kerja yang selama ini diberikan oleh manajemen kepada para pegawai perusahaan. Menurut Prabu (2005:24), faktor-faktor motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi faktor-faktor motivasi yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan kerja pegawai.

***Motivasi dengan Kinerja Pegawai.*** Berdasarkan hasil penelitian Mc Clelland, Edard Murray, Miller dan Gordon W., menyimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara motivasi berprestasi dan pencapaian prestasi. Artinya manajer yang mempunyai motivasi berprestasi tinggi cenderung memiliki prestasi kerja yang tinggi, dan sebaliknya jika mereka yang prestasi kerjanya rendah dimungkinkan karena motivasi berprestasi yang rendah (Anwar P.M., 2004).



Sumber : Simamora (2004), Notosemito (2000), Robbins (2003)

Berdasarkan pada diatas, kinerja akan dapat dicapai jika tugas yang dibebankan dapat selesai dengan baik sesuai sasarannya. Pegawai dapat maksimal melaksanakan tugasnya ditentukan oleh budaya kerja, kepuasan kerja serta motivasi yang mampu mendorong pegawai itu untuk bekerja dengan tekun, serta sistem organisasi yang berlaku atau diterapkan sehingga dapat tercapai organisasi dan menghasilkan kinerja pegawai yang optimal. Kinerja menunjukkan hasil kerja yang dicapai seseorang setelah melaksanakan tugas pekerjaan yang dibebankan oleh instansi.

### **Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Budaya kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.
2. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.
3. Budaya kerja berpengaruh positif terhadap motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar .
4. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.
5. Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.

## **METODA PENELITIAN**

### **Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan data sekunder berupa dokumen-dokumen yang diperoleh melalui studi literature.

### **Pengukuran dan Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah operasionalisasi konsep agar dapat diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Definisi operasional yang digunakan untuk penelitian ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

Variabel penelitian adalah hal-hal yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai (Sekaran, 2006). Penelitian ini menguji dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah budaya kerja dan kepuasan kerja, sedangkan variabel dependen adalah kinerja pegawai dan variabel intervening adalah Motivasi.

**Kinerja Pegawai.** Menurut Moch As'ad (2003), kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, keterampilan dan tingkat pengetahuan pegawai, dan standar profesional kerja.

**Budaya Kerja.** Budaya kerja memiliki dampak pada efisiensi dan efektifitas organisasi. Oleh karena itu, budaya kerja merupakan bagian penting dalam memahami organisasi seluruhnya. Budaya yang kuat mendasari aspek kunci pelaksanaan fungsi organisasi dalam hal efisiensi, inovasi, kualitas serta mendukung reaksi yang tepat untuk membiasakan mereka terhadap kejadian-kejadian, karena etos yang berlaku mengakomodasi ketahanan, McKenna (2002:19). Menggunakan skala Linkert 5 jenjang dari 1 sangat tidak setuju sampai 5 sangat setuju.

**Kepuasan Kerja.** Menurut Luthans (2006), kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi pegawai mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting. Indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel kepuasan kerja adalah pekerjaan itu sendiri, gaji, kesempatan atau promosi, supervisor dan rekan sekerja.

**Motivasi.** Menurut Luthans (2006) motivasi adalah proses sebagai langkah awal seseorang melakukan tindakan akibat kekurangan secara fisik dan psikis atau dengan kata lain adalah suatu dorongan yang ditunjukkan untuk memenuhi tujuan tertentu. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi adalah persepsi mengenai adanya tantangan pekerjaan, persepsi mengenai kemampuan pegawai untuk mengatasi kesukaran, dan persepsi mengenai motif berdasarkan uang.

## Teknik Analisis

**Uji Validitas dan Reliabilitas.** Uji validitas (uji kesalahan) dan uji reliabilitas (uji keandalan) digunakan untuk menguji kesungguhan jawaban responden dalam penelitian ini. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes (alat ukur) melakukan fungsi ukurannya. Uji Reliabilitas menunjukkan pada pengertian apakah instrumen dapat mengukur suatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu.

**Uji Linieritas.** Uji linieritas merupakan langkah untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi sebuah data penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik analisis regresi yang akan digunakan. Jika hasil uji linieritas merupakan data linier maka digunakan analisa regresi linier. Sebaliknya jika hasil uji linieritas merupakan data yang tidak linier maka analisis regresi yang digunakan non linier. Uji linier yang akan dilakukan adalah dengan uji Lverage Multiplivariate. Estimasi dengan uji ini bertujuan untuk mendapatkan nilai  $C^2_{hitung}$  atau  $(n \times R^2)$ .

**Uji Hipotesis: Metode Analisis Regresi Jalur (Path Regression Analysis).** Analisis jalur adalah bagian dari model regresi yang dapat digunakan untuk menganalisis

hubungan sebab akibat antar satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis jalur pengaruh independen variabel terhadap variabel dependen dapat berupa pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung (*direct and undirect effect*), atau dengan kata lain analisis jalur memperhitungkan adanya pengaruh langsung dan tidak langsung. Persamaan regresi dapat dilakukan dengan membuat model persamaan metode analisis regresi jalur (*Path Regression Analysis*) sebagai berikut (Djarwanto Ps, 2001:299):

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_i X_i + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

- $X_1$  : Budaya Kerja
- $X_2$  : Kepuasan Kerja
- $X_3$  : Motivasi
- $Y$  : Kinerja Pegawai
- $\beta_1 \dots \beta_3$  : Koefisien Regresi
- $\alpha$  : Konstan
- $e$  : error

Interpretasi koefisien nilai r menurut Sugiono (2005:216), sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel III. 1

Tabel III. 1  
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2005:216

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen (Supranto,2002). Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan secara simultan antara budaya kerja, kepuasan

kerja, dan motivasi terhadap kinerja pegawai (Djarwanto Ps, 2001:193). Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) digunakan untuk mengetahui proporsi variabel independen dalam memberikan kontribusinya terhadap variabel dependen dan hasil perhitungan dari analisis ini berupa prosentase.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Uji Instrumen Penelitian.** Sebelum dilakukan analisa data, maka dalam penelitian ini dilakukan pengujian instrumen yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas dalam hal ini bertujuan untuk menguji tingkat kesahihan instrument dalam mengukur variabel budaya kerja, kepuasan kerja, motivasi, dan kinerja pegawai. Validitas item pertanyaan untuk variabel Budaya Kerja (X<sub>1</sub>) terdiri dari 8 item pertanyaan, yaitu dengan membandingkan nilai r<sub>hitung</sub> dengan nilai r<sub>tabel</sub> = 0,273 dan didapatkan hasil dari 8 item pertanyaan semua valid karena mempunyai nilai r<sub>item</sub> > nilai r<sub>tabel</sub>. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *one shot methods* atau pengukuran satu kali saja. Hasilnya akan dibandingkan pertanyaan lain dengan atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dari hasil uji reliabilitas dan validitas menunjukkan bahwa variabel yang ada menunjukkan reliabel, dan semua butir pertanyaan dinyatakan valid.

**Uji Analisis Jalur (Path Analysis).** Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan 2 (dua) persamaan.

$$\text{Persamaan 1} \quad : \quad Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$\text{Persamaan 2} \quad : \quad Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Hasil *print out* dari olah data sebagai berikut :

### Persamaan Regresi Jalur

Tabel IV. 1. Hasil Uji Regresi Persamaan 1 dan Persamaan 2

	Model	Beta	Sig
Persamaan 1	Budaya Kerja	0.398	0.023
	Kepuasan Kerja	0.376	0.031
Persamaan 2	Budaya Kerja	0.219	0.043
	Kepuasan Kerja	0.422	0.000
	Motivasi	0.370	0.000

Sumber: Data yang diolah, 2013

Berdasarkan pada Tabel IV.10 dapat dibuat persamaan 1 sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,398X_1 + 0,376 X_2 + \varepsilon$$

$$\text{Sig } (0,023)** \quad (0,031)**$$

Keterangan :

$Y_1$  = Motivasi

$X_1$  = Budaya Kerja

$X_2$  = Kepuasan Kerja

\*\* = Signifikan pada tingkat kesalahan 5%

Penjelasan dari persamaan 1 analisis regresi jalur :

Koefisien regresi variabel budaya kerja sebesar 0,398 dengan tingkat signifikansi  $0,023 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel budaya kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, ini berarti semakin baik budaya kerja maka semakin tinggi motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar. Koefisien regresi variabel kepuasan kerja sebesar 0,376 dengan tingkat signifikansi  $0,031 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, ini berarti semakin baik kepuasan kerja maka semakin tinggi motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.

Berdasarkan pada Tabel IV.1 dapat dibuat persamaan 2 sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,219 X_1 + 0,422 X_2 + 0,370 X_3 + \varepsilon$$

$$\text{Sig } (0,043)** \quad (0,000)** \quad (0,000)**$$

Keterangan :

$Y_2$  = Kinerja Pegawai

$X_1$  = Budaya Kerja

$X_2$  = Kepuasan Kerja

$X_3$  = Motivasi

\*\* = Signifikan pada tingkat kesalahan 5%

Penjelasan dari persamaan 2 analisis regresi jalur:

Koefisien regresi variabel budaya kerja sebesar 0,219 dengan tingkat signifikansi  $0,043 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel budaya kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar. Ini berarti semakin tinggi budaya kerja maka semakin tinggi kinerja pegawai. Koefisien regresi variabel kepuasan kerja sebesar 0,422 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar. Ini berarti semakin baik

kepuasan kerja maka semakin tinggi kinerja pegawai. Koefisien regresi variabel motivasi sebesar 0,370 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar. Ini berarti semakin tinggi motivasi maka semakin tinggi kinerja pegawai.

Persamaan kedua ini memasukkan variabel intervening yaitu motivasi sebagai variabel independen terhadap variabel dependen kinerja pegawai.

*Uji t (Uji Parsial)*

Hasil uji t pada persamaan 1 sebagai berikut :

Tabel IV. 2. Hasil Uji t Persamaan 1

Model	T	Sig.
Budaya Kerja	2,084	0,043
Kepuasan Kerja	4,041	0,000
Motivasi	4,323	0,000

Sumber : Data diolah, 2013

Hasil persamaan regresi persamaan 1 nilai t sebesar 2,349 dan nilai sig budaya kerja  $0,023 < 0,05$  berarti bahwa Budaya Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar, maka hipotesis yang menyatakan budaya kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi, **terbukti**. Hasil persamaan regresi persamaan 1 nilai t sebesar 2,219 dan nilai sig kepuasan kerja  $0,031 < 0,05$  berarti bahwa Kepuasan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar, maka hipotesa yang menyatakan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi, **terbukti**.

Hasil uji t pada persamaan 2 sebagai berikut :

Tabel IV. 3. Hasil Uji t Persamaan 2

Model	T	Sig.
Budaya Kerja	2,084	0,043
Kepuasan Kerja	4,041	0,000
Motivasi	4,323	0,000

Sumber : Data diolah, 2013

Hasil persamaan regresi persamaan 2 nilai t sebesar 2,084 dan nilai sig budaya kerja  $0,043 < 0,05$  berarti bahwa Budaya Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai, maka hipotesa yang menyatakan budaya kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar, **terbukti**. Hasil persamaan regresi persamaan 2 nilai t sebesar 4,041 dan nilai sig kepuasan kerja  $0,000 < 0,05$  berarti bahwa Kepuasan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai, maka hipotesa yang menyatakan kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar, **terbukti**. Hasil persamaan regresi persamaan 2 nilai t sebesar 4,323 dan nilai sig motivasi  $0,000 < 0,05$  berarti bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai, maka hipotesa yang menyatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar, **terbukti**.

### Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji F Persamaan 1

Tabel IV. 4. Hasil Uji F dan  $R^2$  Persamaan 1 dan Persamaan 2

	F	Sig	$R^2$
Persamaan 1	27,775	0,000	0,542
Persamaan 2	83,829	0,000	0,845

Sumber : Data diolah, 2013

Hasil uji F persamaan pertama menunjukkan bahwa budaya kerja, kepuasan kerja mempunyai nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga secara simultan variabel budaya kerja dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.

Hasil uji secara serempak (Uji F) pada persamaan kedua diketahui besarnya nilai  $F = 83,829$  sig  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama Budaya Kerja, Kepuasan Kerja dan Motivasi mempengaruhi Kinerja Pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.

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

Hasil Uji Determinasi Persamaan 1

$\varepsilon_1$  persamaan 1 adalah :

$$\varepsilon_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,542} = \sqrt{0,458} = 0,677$$

Uji  $R^2$  didapatkan hasil sebesar **0,677**

Hasil Uji Determinasi Persamaan 2

Hasil pengolahan data untuk analisis regresi jalur diperoleh informasi output sebagai berikut :

$\varepsilon_2$  persamaan 2 adalah :

$$\varepsilon_2 = \sqrt{1 - R_2^2} = \sqrt{1 - 0,845} = \sqrt{0,155} = 0,394$$

Uji  $R^2$  didapatkan hasil sebesar **0,394**

Hasil Nilai Determinasi Total ( $R^2$ )

Berdasarkan nilai  $\varepsilon_1$  dan nilai  $\varepsilon_2$ , maka nilai  $R^2$  total adalah :

$$\begin{aligned} R^2 \text{ total} &= 1 - ((\varepsilon_1)^2 (\varepsilon_2)^2) \\ &= 1 - ((0,677)^2 (0,394)^2) \\ &= 1 - (0,458 \times 0,155) \\ &= 1 - 0,071 \\ &= 0,929 \text{ atau } 92,9\% \end{aligned}$$

Nilai  $R^2$  sebesar 0,929, ini berarti bahwa, kinerja pegawai dijelaskan oleh budaya kerja, kepuasan kerja, dan motivasi sebesar 92,9% dan sisanya sebesar 7,1% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian, misalnya disiplin kerja, lingkungan kerja, lama kerja dan lain-lain.

**Hasil Korelasi**

Korelasi merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui masing-masing hubungan antar variabel independen dan dependen, korelasi akan dilakukan dengan uji Pearson.

Tabel IV. 5. Hasil Korelasi

	Budaya Kerja	Kepuasan Kerja	Motivasi	Kinerja
Budaya Kerja		0,812	0,703	0,822
Kepuasan Kerja	0,812		0,698	0,858
Motivasi	0,703	0,698		0,819
Kinerja	0,822	0,858	0,819	

Sumber : Data diolah, 2013

Berdasarkan pada tabel hasil korelasiantar variabel penelitian diatas menunjukkan bahwa budaya kerja ke kinerja pegawai adalah 0,822 dan sig = 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan/ korelasi kedua variabel sangat kuat dan signifikan. Budaya kerja mampu menjelaskan dengan **sangat kuat** keragaman yang ada pada kinerja pegawai. Kepuasan kerja ke kinerja pegawai adalah 0,858 dan sig = 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan/ korelasi kedua variabel sangat kuat dan signifikan. Kepuasan kerja mampu menjelaskan dengan **sangat kuat** keragaman yang ada pada kinerja pegawai. Budaya kerja ke motivasi adalah 0,703 dan sig = 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan/ korelasi kedua variabel kuat dan signifikan positif. Budaya kerja mampu menjelaskan dengan **kuat** keragaman yang ada pada motivasi. Kepuasan kerja ke motivasi adalah 0,698 dan sig = 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan/ korelasi kedua variabel kuat dan signifikan positif. Kepuasan kerja mampu menjelaskan dengan **kuat** keragaman yang ada pada motivasi. Motivasi ke kinerja pegawai adalah 0,819 dan sig = 0,000 dapat diartikan bahwa hubungan/ korelasi kedua variabel sangat kuat dan signifikan positif. Motivasi mampu menjelaskan dengan **sangat kuat** keragaman yang ada pada kinerja pegawai.

**Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total**

Tabel IV. 6. Hasil Koefisien Regresi

No	Arah Hubungan	Regresi		€
		Beta	Sig.	
1	Budaya Kerja ke Kinerja Pegawai	0,219	0,043	<b>0,677</b>
2	Kepuasan Kerja ke Kinerja Pegawai	0,422	0,000	
1	Budaya Kerja ke Motivasi	0,398	0,023	<b>0,394</b>
2	Kepuasan Kerja ke Motivasi	0,376	0,031	
3	Motivasi ke Kinerja Pegawai	0,370	0,000	

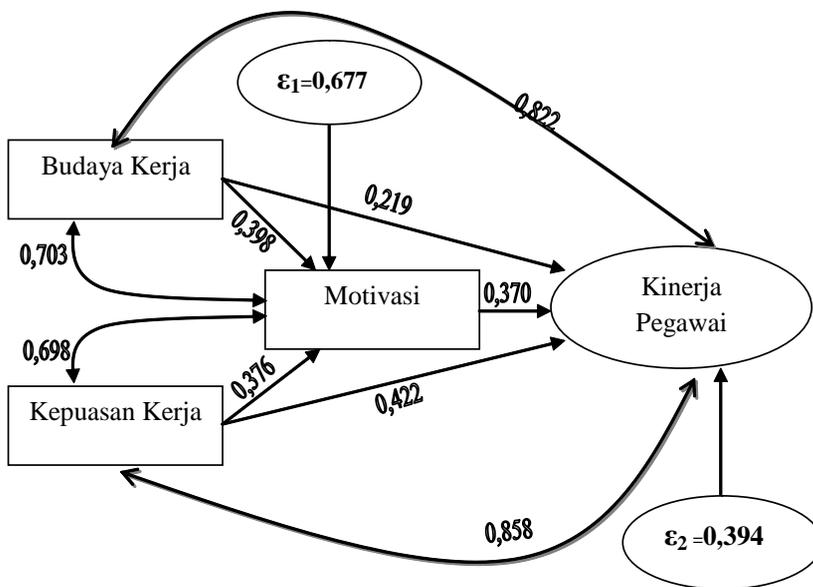
Sumber : hasil olah data, 2013

Tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengaruh Langsung yang merupakan pengaruh dari satu variabel independen ke variabel dependen, tanpa melalui variabel dependen lainnya terdapat pada budaya kerja terhadap kinerja pegawai sebesar = **0,219** (â) dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai sebesar = **0,422** (â).Pengaruh Tidak Langsung merupakan situasi dimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen melalui variabel lain

yang disebut variabel intervening (*intermediary*), Ditunjukkan oleh nilai budaya kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi sebesar  $0,398 \times 0,370 = 0,147$  dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai melalui motivasi sebesar  $0,376 \times 0,370 = 0,139$ . Pengaruh total meliputi Pengaruh langsung Budaya Kerja terhadap Kinerja Pegawai melalui Motivasi. Pengaruh langsung budaya kerja ke kinerja pegawai =  $0,219$  dan pengaruh tidak langsung budaya kerja ke kinerja pegawai melalui variabel *intervening* motivasi =  $0,147$ , sehingga didapat pengaruh total sebesar  $0,219 + 0,147 = 0,366$ . Pengaruh langsung Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai melalui Motivasi Pengaruh langsung kepuasan kerja ke kinerja pegawai =  $0,422$  dan pengaruh tidak langsung kepuasan kerja ke kinerja pegawai melalui variabel *intervening* motivasi =  $0,139$ , sehingga didapatkan pengaruh total sebesar  $0,422 + 0,139 = 0,561$ .

**Diagram Jalur.** Secara lengkap hasil analisis jalur dalam penelitian ini dapat dijelaskan secara rinci pengaruh dan hubungan antar variabel penelitian pada gambar dibawah ini :



Gambar IV. 1. Hasil Analisis Jalur

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel budaya kerja, Kepuasan kerja, dan Motivasi, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.
2. Hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel budaya kerja, kepuasan kerja, dan motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar.
3. Berdasarkan nilai  $R^2$  total adalah 0,929 atau 92,9% maka berarti bahwa kinerja pegawai dijelaskan oleh budaya kerja, kepuasan kerja, dan motivasi sebesar 92,9% dan sisanya sebesar 7,1% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian, misalnya disiplin kerja, lama kerja, lingkungan kerja dan lain-lain.
4. Penggunaan variabel intervening motivasi dalam rangka peningkatan kinerja pegawai, untuk variabel budaya kerja dan kepuasan kerja menunjukkan kurang efektif.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah bahwa berdasarkan pada nilai  $R^2$  sebesar total adalah 0,929 atau 92,9% maka berarti bahwa kinerja pegawai PD. BPR Bank Karanganyar dijelaskan oleh budaya kerja, kepuasan kerja, dan motivasi sebesar 92,9% dan sisanya sebesar 7,1% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel selain ketiga variabel diatas, misalnya disiplin kerja, lama kerja, lingkungan kerja.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Djarwanto Ps. 2001. *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*. Liberti Yogyakarta : Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Cetakan ke. IV. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, Hani, dan Tjiptono. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFU UGM, Yogyakarta.
- Hasibuan. 2007. *Organisasi dan Motivasi : Dasar Peningkatan Produktivitas*. Bumi Aksara, Jakarta.

- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Perilaku Organisasi 10th. Edisi Indonesia*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Anwar Prabu Mangkunegara.. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mahsun. Muhammad. 2006. *Pengukuran Kinerja Sektor Pelayanan Publik*, BPFE, Yogyakarta.
- Martoyo, S. 2000, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- McKenna dan Beech. 2002. *The Essence Of Human Resource Management*, London : Hall International (uk) Ltd.
- Moh. As'ad. 2000. *Seri Ilmu Sumber Daya Manusia : Psikologi Industri*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Galia Indonesia.
- Notosemito, Alex S. . 2000. *Manajemen Personalial: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Ndraha. 2003. *Pengantar Teori Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prasojo. 2008. *Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Karanganyar*, Tesis MM, Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi dan Aplikasi*. Edisi Ke-8. Jakarta : Prehalindo.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi dan Aplikasi*, edisi kedelapan, Jilid 2, Jakarta, PT. Prenhalindo.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Perilaku Organisasi*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid I, PT. Prenlindo, Jakarta.
- Robbins. P. Stephen. 2008. *Perilaku Organisasi*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Robbins, P. Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. alihbahasa Drs. Benjamin Molan, Edisi Bahasa Indonesia, Klaten: PTINTANSEJATI.

- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2008. ***Perilaku Organisasi Edisi 12***, Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora Henry, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 3, Cetakan 1, Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. ***Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi 4***, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2005. ***Metode Penelitian Bisnis***. Alfabeta, CV. Bandung.
- Supranto, John. 2002. ***Statistik (Teori dan Aplikasi)***, Erlangga, Jakarta.
- Utomo Prasetyo. 2006. ***Analisis Pengaruh Pemberdayaan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Patra Semarang Convention Hotel***.
- Wursanto, IG. 2005. ***Dasar-Dasar Ilmu Organisasi***. Andi. Yogyakarta.



**ANALISIS KENDALA POTENSIAL IMPLEMENTASI  
TOTAL QUALITY SERVICE  
(STUDI DI RUMAH SAKIT JIWA GRHASIA YOGYAKARTA)**

**Nerys Lourensius L. T**  
STIE IEU Yogyakarta  
masnerys@yahoo.com

**Heru Noor Rokhmawati**  
STIE SBI Yogyakarta  
heru\_noor@yahoo.com

**Abstract**

*This study aims to analyze the factors of employee and cultural constraints, infrastructure constraints, managerial constraints and organizational constraints that become a potential constraint in the application of TQS in Grhasia Yogyakarta Mental Hospital. This research is included in the type of survey research. Sampling in this research using purposive sampling technique. The sample in this research is some of the leaders and staff of employees, because it is a person who is involved directly and understand about various matters relating to the application of TQS in the Hospital.*

*Based on the descriptive analysis, it is known that organizational constraint is the biggest obstacle for the application of Total Quality Service in Yogyakarta Grhasia Hospital. Successively based on the value means known that the next obstacle is the constraints of culture & Employees, managerial constraints, and infrastructure. It can be concluded that the obstacles that inhibit the application of TQS at Grhasia Yogyakarta Mental Hospital is an organizational constraint that involves ineffective communication, organizational politics, territorialism that does not support the service so that it becomes an obstacle to the application of TQS. There are cultural and organizational, organizational, managerial and organizational barriers between medical and non-medical employees*

**Keywords:** *TQS, employee and cultural constraints, infrastructure constraints, managerial constraints and organizational constraints*

## Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini keberhasilan perusahaan dalam bersaing sangat tergantung bagaimana perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dalam menciptakan produk yang berkualitas. Banyak pihak yang sepakat bahwa *Total Quality Management* yang selanjutnya disingkat TQM merupakan salah satu alternatif untuk mengelola perusahaan dalam upaya memperbaiki kualitas produk, dan pada perkembangannya dapat memuaskan konsumen. Dengan menerapkan TQM, perusahaan diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui perbaikan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan karyawan (Wollner dalam Nursyabani 2002).

*Total Quality Management* merupakan sistem manajemen yang menghasilkan kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dan melibatkan seluruh anggota organisasi (Tjiptono, 2001). Implementasi TQM dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasa. Karena kualitas saat ini menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk memilih produk barang maupun jasa yang diinginkannya.

Dengan persaingan semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk mampu bersaing dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas bahkan produk jasa yang dihasilkan berbeda dengan pesaing. Penerapan *Total Quality Management* (TQM) dalam perusahaan dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan yang makin ketat. TQM mengacu pada perubahan organisasi, mulai dari perubahan struktur, tujuan, peran manajer, dan peran karyawan. Penerapan TQM dalam organisasi perusahaan ternyata mempunyai dampak positif terhadap karakteristik kerja (Rahayu, 2000).

Kualitas produk dapat ditentukan melalui apa yang dibutuhkan konsumen dan kesediaan konsumen membayar produk yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen. Pada prinsipnya penerapan *Total Quality Management* dapat memberikan manfaat utama bagi perusahaan seperti peningkatan kualitas produk dan jasa. Dipandang dari persepsi konsumen penciptaan produk atau jasa yang berkualitas haruslah menjadi penting karena kemampuan produk tersebut memenuhi harapan konsumen merupakan indikator *fitness for use* atau indikator kualitas.

Fenomena implementasi TQM dalam prakteknya tidak selalu menghasilkan keberhasilan, karena banyak perusahaan yang gagal mengimplementasikan *Total Quality Management*. Filosofi TQM dapat diadopsi oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dengan suatu konsep yang disebut *Total Quality Service* yang selanjutnya disingkat TQS. TQS merupakan derivasi TQM dalam industri jasa yang merupakan konsep tentang bagaimana menanamkan kualitas jasa pada fase penyelenggaraan jasa yang melibatkan personal organisasi (Handriana dalam Nursyabani 2002).

Kegagalan organisasi dalam menerapkan TQM/TQS bukan disebabkan oleh filosofi TQM/TQS-nya yang salah, tetapi disebabkan kesalahan pada metode dan strategi penerapannya (Dobbin dalam Nursyabani 2002). Banyak pihak sepakat bahwa dengan menerapkan TQM/TQS suatu perusahaan akan memperoleh keberhasilan dalam persaingan. Tetapi banyak perusahaan yang menerapkan TQM/TQS tanpa berusaha mengeliminir keberadaan kendala-kendala yang ada. Menilai kendala potensial penerapan TQM/TQS seharusnya merupakan bagian integral dari proses penerapan TQM/TQS (Ngai dan Cheng dalam Nursyabani 2002).

Awalnya rumah sakit hanya berfungsi sebagai tempat untuk pengobatan, tapi kini rumah sakit telah memiliki fungsi ganda, dari tempat pengobatan jalan, hingga pengobatan atau rawat inap. Pada layanan ini tersedia tempat yang dapat digunakan sebagai ruang perawatan, ruang inap dan rawat jalan. Para pemilik bisa memanfaatkan rumah sakit sebagai sarana untuk mempromosikan produk kesehatan, rmaupun untuk perawatan lainnya. Seiring dengan menggeliatnya dunia kesehatan di Indonesia, sejarah rumah sakit di Indonesia pun turut berperan serta. Keberadaan rumah sakit, tentu saja sangat dibutuhkan dalam industri kesehatan, mengingat tanpa akomodasi yang memadai, tentu pasien enggan datang dan bertandang.

Rumah sakit sebagai salah satu organisasi pelayanan jasa perlu mengetahui bagaimana mempertahankan kinerjanya dimata masyarakat. Banyaknya pelayanan kesehatan saat ini menimbulkan persaingan yang cukup tinggi karena masyarakat semakin selektif dalam memilih dan menuntut pelayanan medis yang memuaskan dirinya. Tingkat kepuasan konsumen yang satu dengan yang lainnya berbeda-beda, oleh karena itu rumah sakit harus mampu mengenal dan merumuskan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen tanpa memberatkan karyawan dan tetap sesuai dengan standar pelayanan yang ada.

Secara umum keadaan sektor jasa publik di Yogyakarta terus mengalami kenaikan. Salah satu sektor yang berkembang pesat di bidang jasa kesehatan adalah rumah sakit. Untuk menunjang hal tersebut pihak Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta harus memberikan pelayanan yang optimal bagi masyarakat agar rumah sakit memiliki citra yang positif di masyarakat. Agar dapat memberikan pelayanan yang optimal, Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta perlu mengevaluasi kesiapan karyawan terutama komitmen dalam memberikan pelayanan dan organisasi. Demikian juga pertumbuhan tingkat kebutuhan kesehatan di Yogyakarta yang terus berkembang pesat. Perkembangan rumah sakit yang pesat harus diiringi dengan pelayanan yang baik secara menyeluruh atau diperlukan adanya implementasi *Total Quality Service* (TQS).

Melihat fenomena dari ulasan di atas, penulis ingin mengkaji pengimplementasian TQS di Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta dan masih ditemukan kendala-kendala potensial penerapan TQS pada Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta. Penelitian ini

mengacu pada penelitian Ngai dan Cheng (1999) dari Hongkong. Sesuai dengan penelitian Ngai dan Cheng (1999) yang melakukan penelitian terhadap para profesional manajer di Hongkong untuk mengetahui kendala-kendala potensial dalam penerapan TQS. Hasil dari penelitian menunjukkan terdapat empat faktor kendala-kendala potensial dalam penerapan TQS yaitu 1) kendala karyawandan budaya 2) Kendala infrastruktur 3) Kendala manajerial 4) kendala organisasional. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin meneliti tentang : **“Analisis Kendala Potensial Implementasi Total Quality Service (Studi di Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta)”**.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kendala-Kendala dalam Implementasi TQM/TQS**

Menurut Tjiptono dan Diana (dalam Purnama 2002) seringkali mengalami kegagalankarena beberapa kesalahan antara lain 1) delegasi dan kepemimpinan yang tidak baik dari manajer senior, 2) pembentukan tim yang tidak terarah dengan baik, 3) tidak ada perencanaan terpadu dalam pengembangan kualitas, 4) pendekatan yang digunakan terbatas dan dogmatis, 5) harapan yang terlalu berlebihan dan tidak realistis, dan 6) pemberdayaan yang bersifat premature. Untuk kasus perusahaan di Indonesia, sebuah surve telah dilakukan PQM Consultant sebagai konsultan manajemen kualitas (dalam purnama 2002). Dari 25 perusahaan yang di surve ditemukan beberapa faktor penghambat penerapan TQM, yaitu 1) kurangnya komitmen manajemen puncak 2) kurangnya pengetahuan tentang konsep TQM/TQS, 3) kurangnya prioritas dalam penerapan TQM 4) kurangnya dukungan dari manajemen, 5) budaya perusahaan yang tidak mendukung, dan 6) kurang menciptakan standar-standar. Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, dalam hal ini keberadaan bank dapat memberi pelayanan kepada nasabah seperti penghimpun dan penyalur dana, kelompok yang kelebihan dapat menyalurkan dana dengan harapan menerima penghasilan bunga dan jasa yang diberikan. Untuk mempermudah pembayaran, bank memberikan solusi bertransaksi dengan aman misalnya pelayanan dalam mekanisme pembayaran (*transfer of fund*) (Rimsky, 2002). Meskipun bank-bank tersebut bergerak dalam bidang yang sama, akan tetapi bank-bank tersebut memiliki visi dan misi yang berbeda juga tingkat pelayanan jasa yang berbeda.

Nuryabani (2002) telah melakukan penelitian terhadap para pengelola perguruan tinggi untuk mengetahui kendala-kendala penerapan TQM pada perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 17 faktor yang menjadi yang terangkum dalam 4 kelompok yaitu (Ngai dan Cheng, 1999):

1. Kendala karyawan dan budaya, meliputi perubahan budaya, ketakutan/ penolakan terhadap penolakan terhadap perubahan, kurangnya komitmen

- karyawan, dan kurangnya kepercayaan karyawan.
2. Kendala infrastruktur, meliputi tidak cukup pengetahuan pemahaman tentang kualitas, kurangnya sistem umpan balik konsumen, tidak cukup pelatihan dan pendidikan yang kualitas, dan kurangnya tenaga ahli manajemen kualitas.
  3. Kendala manajerial meliputi kurangnya komitmen top manajer, visi dan misi yang tidak tepat, tingginya pergantian eksekutif kunci, dan kurangnya sikap kepemimpinan.
  4. Kendala organisasional meliputi komunikasi yang tidak efektif, politik organisasional, teritorialisme.

## **Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

- H1: Diduga faktor-faktor seperti kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial, dan kendala organisasional sebagai kendala potensial penerapan TQS dalam Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta.
- H2: Diduga ada perbedaan faktor-faktor seperti kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial, dan kendala organisasional sebagai kendala potensial penerapan TQS pada karyawan medis dan non medis.

## **METODA PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian survey. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 1999).

### **Obyek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta.

### **Populasi dan Sampel**

1. Populasi  
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh staf karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut, dalam hal ini adalah seluruh karyawan Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta.
2. Sampel  
Besarnya sampel dalam penelitian berdasarkan pendapat Rescoe seperti yang

dikutip Sekaran (1992) yang mengatakan bahwa jumlah sampel lebih besar dari 30 pada kebanyakan penelitian telah terwakili, dan kategori diperlukan minimum 30 sampel untuk pengujian perbedaan dalam setiap kelompok (Wijaya, 2013).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pimpinan dan staf karyawan, karena merupakan orang yang terlibat secara langsung dan memahami tentang berbagai hal yang berkaitan dengan penerapan TQS pada rumah sakit. Sampel dalam penelitian ini sebesar 64 orang yang terlibat dalam TQS (pelayanan) yang dibagi menjadi karyawan medis dan non medis.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel bertujuan (*purposive sampling*). Sampel bertujuan adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 1999). Metode sampel bertujuan *purposive sampling method* adalah teknik pengambilan sampel yang diperoleh dari responden yang bersedia memberikan informasi yang diperlukan dan dengan beberapa kriteria penelitian (Sekaran, 2003). Adapun dipilihnya teknik sampel bertujuan karena penelitian kualitatif dan unsur/anggota populasi bersifat homogen dengan pertimbangan bahwa sampel yang dipilih mengetahui dengan baik mengenai TQS Dengan *purposive sampling* ini diharapkan akan memperoleh responden yang tepat dan menguasai permasalahan yang menjadi obyek penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode survei menggunakan daftar pertanyaan (*kuesioner*). Kuesioner diambil dari penelitian Ngai dan Cheng (1999), dengan modifikasi yang disesuaikan dengan karakteristik perusahaan dengan 17 item pertanyaan. Pertanyaan yang diajukan kepada responden bersifat tertutup dengan metode pengukuran skala likert dengan interval sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Berdasarkan jawaban yang didapatkan dari responden maka dilaksanakan perhitungan *mean* masing-masing faktor.

### **Definisi Operasionalisasi Variabel**

Variabel dalam penelitian ini meliputi :

1. Variabel kendala karyawan dan budaya. Karyawan dan budaya menjadi faktor penting untuk mencapai keberhasilan penerapan TQS, tetapi jika kesiapan karyawan dan budaya kurang kondusif dalam pengimplementasian TQS maka hal ini akan menjadi kendala dalam proses implementasian TQS. Ngai dan Cheng (1999) menjabarkan kendala karyawan dan budaya sebagai berikut : mengubah budaya kualitas dari karyawan dan manajemen, rasa takut dan resisten terhadap perubahan, kurangnya komitmen dan keterlibatan para karyawan dalam perbaikan kualitas, pemimpin kurang memiliki rasa percaya diri dalam upaya

- perbaiki kualitas dan sistem manajemen kualitas para pemimpin dan karyawan kurang mencukupi. Variabel ini dijabarkan menjadi 5 item pertanyaan
2. Variabel kendala infrastruktur. Infrastruktur sebagai komponen pendukung yang perlu ada untuk mencapai keberhasilan dalam mengimplementasikan TQS. Ngai dan Cheng (1999) menjabarkan kendala infrastruktur sebagai berikut : sistem pengakuan dan penghargaan terhadap pemimpin dan karyawan kurang memadai, kurang adanya sistem umpan balik konsumen, pelatihan dan pendidikan kualitas yang kurang memadai, dan belum dikembangkannya pengukuran kualitas. Variabel ini dijabarkan menjadi 4 item pertanyaan
  3. Variabel kendala manajerial. Manajer yang handal dibutuhkan untuk memberi arahan kepada bawahan, hal ini untuk mendukung keberhasilan pengimplementasian TQS. Ngai dan Cheng menjabarkan kendala manajerial sebagai berikut: kurangnya keahlian dalam manajemen kualitas, kurangnya komitmen top manajer, tidak ada visi dan misi yang tepat, tingginya tingkat pergantian eksekutif kunci dan kurangnya sikap kepemimpinan. Variabel ini dijabarkan menjadi 5 item pertanyaan
  4. Variabel kendala organisasional. Organisasi yang dapat menjalankan fungsinya dengan baik merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan pengimplementasian TQS. Ketidaksiapan organisasi dalam menerapkan TQS, akan menjadi kendala penerapan TQS. Ngai dan Cheng menjabarkan kendala organisasional sebagai berikut : jaringan komunikasi internal dan eksternal yang kurang efektif, kurangnya kerjasama antar bagian, dan penetapan sasaran organisasi yang tidak tepat. Variabel ini dijabarkan menjadi 3 item pertanyaan
- Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala *Likert* sebagai berikut:
- 1) Kategori Sangat Setuju : 5
  - 2) Kategori Setuju : 4
  - 3) Kategori Netral : 3
  - 4) Kategori Tidak setuju : 2
  - 5) Kategori Sangat tidak Setuju : 1

### **Uji Validitas dan Realibilitas**

Uji Validitas dilakukan menggunakan analisis faktor (*factor analysis*) dengan *varimax rotation* untuk masing-masing item yang mencantumkan kriteria dalam suatu faktor. Menurut Sekaran (2003) validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka ia tidak bermanfaat

bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya diukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Analisis faktor dilakukan secara langsung dengan *extraction method* memasukkan 4 faktor dan *rotation varimax*. Sebuah faktor dikatakan valid karena berada pada kisaran 0,40 ke atas (Chia, 1995 dalam Sekaran, 2003). Hasil uji validitas dengan menggunakan analisis faktor sebagai berikut:

Tabel 1.  
Hasil Uji Validitas

Variabel	<i>Factor Loading</i>	Validitas
Kendala Budaya & Karyawan		
BK1	0,530	Valid
BK2	0,600	Valid
BK3	0,740	Valid
BK4	0,690	Valid
BK5	0,820	Valid
Kendala Infrastruktur		
I1	0,709	Valid
I2	0,786	Valid
I3	0,563	Valid
I4	0,665	Valid
Kendala Manajerial		
M1	0,665	Valid
M2	0,686	Valid
M3	0,739	Valid
M4	0,710	Valid
M5	0,573	Valid
Kendala Organisasional		
O1	0,590	Valid
O2	0,685	Valid
O3	0,618	Valid

Sumber: Data primer, 2016

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa untuk variabel kendala budaya dan karyawan memiliki *factor loading* berkisar dari 0,530- 0,820 yang berarti semua faktor berada di atas 0,40 sehingga dapat disimpulkan semua faktor kendala budaya dan karyawan adalah valid. Untuk variabel kendala infrastruktur memiliki *factor loading* berkisar dari 0,563- 0,786 yang berarti semua faktor berada di atas 0,40

sehingga dapat disimpulkan semua faktor kendala infrastruktur adalah valid. Untuk variabel kendala manajerial memiliki *factor loading* berkisar dari 0,573- 0,739 yang berarti semua faktor berada di atas 0,40 sehingga dapat disimpulkan semua faktor kendala manajerial adalah valid. Untuk variabel kendala organisasional memiliki *factor loading* berkisar dari 0,590- 0,685 yang berarti semua faktor berada di atas 0,40 sehingga dapat disimpulkan semua faktor kendala organisasional adalah valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran data, apakah responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawaban dapat dipercaya. Realibilitas instrumen pengukurannya diketahui dengan menghitung *Cronbach alpa*. Hasil analisis *Cronbach alpa* lebih besar dari 0,5 suatu instrument penelitian dikatakan reliabel (Nunnaly dalam Nursyabani 2002).

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Reliabilitas
Budaya&Karyawan	0,8304	Reliabel
Infrastruktur	0,7467	Reliabel
Manajerial	0,8075	Reliabel
Organisasional	0,6874	Reliabel

Sumber: Data primer, 2016

Berdasarkan uji reliabilitas diketahui semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel karena berada di atas 0,5.

### **Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui kendala-kendala penerapan TQS pada Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk pemerintah (Sugiyono, 1999). Untuk itu alat analisis yang digunakan untuk mendekripsikan kendala-kendala potensial pada perusahaan hotel dengan analisis *descriptive statistic* melalui means (rata-rata).

2. Untuk menguji perbedaan kendala-kendala penerapan penerapan TQS pada karyawan pelayanan bagian medis dan non medis dengan analisis Anova menggunakan uji signifikansi untuk uji hipotesis.

## **ANALISIS DATA**

### **Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, jabatan dan masa kerja responden.

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 3.  
Responden Berdasarkan Jenis kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pria	41	64%
Wanita	23	36%
Total	64	100%

Sumber: Data Primer, 2016.

Dari tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa dari total 64 responden dalam penelitian ini, jumlah responden pria adalah 41 responden atau 64%, sedangkan jumlah responden wanita adalah 23 responden atau 36%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh pria.

Tabel 4.  
Responden Berdasarkan Pendidikan

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Diploma	9	14%
S1	43	67%
S2	12	19%
Total	64	100%

Sumber: Data Primer, 2016.

Dari tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan S1 sebanyak 43 responden atau 67%, yang berpendidikan Diploma sebanyak 9 orang atau sebesar 14% sedangkan yang berpendidikan S2 sebanyak 12 orang atau 19%.

Komposisi responden berdasarkan jabatan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.  
Responden Berdasarkan Jabatan

<b>Jabatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pimpinan	14	22%
Staf/karyawan	50	78%
Total	64	100%

Sumber: Data primer, 2016.

Dari tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah memiliki jabatan sebagai staf atau karyawan perusahaan dengan jumlah sebesar 50 orang atau 78%. Responden yang memiliki jabatan sebagai kepala divisi/pimpinan sebanyak 14 orang atau 22%.

Komposisi responden berdasarkan lama bekerja adalah sebagai berikut:

Tabel 6.  
Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
≤ 3 tahun	11	17%
3,1 – 5 tahun	37	58%
> 5 tahun	16	25%
Total	64	100%

Sumber: Data Primer, 2016.

Dari tabel di atas dapat diidentifikasi bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki masa kerja di antara 3,1-5 tahun sebanyak 37 orang atau sebesar 58%. Responden yang memiliki masa kerja kurang dari 3 tahun sebanyak 11 orang atau 17% sedangkan responden yang memiliki masa kerja lebih dari 5 tahun sebanyak 16 orang atau 25%.

## ANALISIS DESKRIPTIF

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa faktor kendala-kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial dan kendala organisasional yang menjadi kendala potensial dalam penerapan TQS pada Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan means (rata-rata). Analisis deskriptif masing-masing variabel dijelaskan dalam uraian berikut:

Tabel 7  
Hasil Statistik Deskriptif

Rangking	Kendala	Mean	Std. Deviation
1	Organisasional	4.6387	0.4570
2	Budaya & Karyawan	4.2813	0.4227
3	Manajerial	4.0469	0.4331
4	Infrastruktur	3.3875	0.3283

Sumber: Data primer, 2016

Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa kendala organisasional merupakan kendala terbesar bagi penerapan *Total Quality Service* bagi Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta dengan rata-rata sebesar 4,6387. Secara berturut-turut berdasarkan nilai means diketahui bahwa kendala selanjutnya adalah kendala budaya & Karyawan dengan rata-rata sebesar 4,2813, kendala manajerial dengan rata-rata sebesar 4,0469, dan infrastruktur dengan rata-rata sebesar 3,3283.

**Analisis ANOVA**

Tabel 8  
Hasil Uji Beda ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Budaya&Karyawan	Between Group	.250E-02	1	2.250E-02	8.124	.026
	Within Groups	11.235	62	.181		
	Total	11.258	63			
Infrastruktur	Between Group	.500E-03	1	2.500E-03	4.023	.044
	Within Groups	6.787	62	.109		
	Total	6.790	63			
Manajerial	Between Group	.250E-04	1	6.250E-04	5.003	.037
	Within Groups	11.819	62	.191		
	Total	11.819	63			
organisasional	Between Group	.910E-04	1	7.910E-04	11.004	.015
	Within Groups	13.155	62	.212		
	Total	13.156	63			

Sumber: Data primer, 2016

Untuk mengetahui perbedaan kendala–kendala potensial dalam penerapan TQS pada perusahaan karyawan medis dan non medis meliputi kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial dan kendala organisasional digunakan analisis ANOVA.

a. Kendala Budaya & Karyawan

Adapun berdasarkan analisis data diketahui bahwa terdapat perbedaan kendala budaya dan karyawan antara karyawan medis dengan non medis. Hal ini didukung dengan nilai F-hitung sebesar 8,124 dengan probabilitas sebesar 0,026 lebih kecil dari 0,05 yang berarti ada perbedaan kendala budaya dan karyawan antara karyawan medis dengan non medis. Berdasarkan nilai rata-rata diketahui bahwa kendala budaya dan karyawan pada perusahaan medis lebih tinggi dibandingkan non medis.

b. Kendala Infrastruktur

Adapun berdasarkan analisis data diketahui bahwa terdapat perbedaan kendala infrastruktur antara karyawan medis dengan non medis. Hal ini didukung dengan nilai F-hitung sebesar 4,023 dengan probabilitas sebesar 0,044 lebih kecil dari 0,05 yang berarti ada perbedaan kendala infrastruktur antara karyawan medis dengan non medis. Berdasarkan nilai rata-rata diketahui bahwa kendala infrastruktur pada perusahaan medis lebih tinggi dibandingkan non medis.

c. Kendala Manajerial

Adapun berdasarkan analisis data diketahui bahwa terdapat perbedaan kendala manajerial antara karyawan medis dengan non medis. Hal ini didukung dengan nilai F-hitung sebesar 5,003 dengan probabilitas sebesar 0,037 lebih kecil dari 0,05 yang berarti ada perbedaan kendala manajerial antara karyawan medis dengan non medis. Berdasarkan nilai rata-rata diketahui bahwa kendala manajerial pada karyawan medis lebih tinggi dibandingkan non medis.

d. Kendala Organisasional

Adapun berdasarkan analisis data diketahui bahwa terdapat perbedaan kendala organisasional antara karyawan medis dengan non medis. Hal ini didukung dengan nilai F-hitung sebesar 11,004 dengan probabilitas sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05 yang berarti ada perbedaan kendala organisasional antara karyawan medis dengan non medis. Berdasarkan nilai rata-rata diketahui bahwa kendala manajerial pada karyawan medis lebih tinggi dibandingkan non medis.

Perbedaan kendala TQS pada karyawan medis dengan non medis lebih disebabkan oleh perbedaan gaya manajerial dan pusat tanggung jawab yang berbeda antara karyawan medis dengan non medis. Untuk faktor kendalan & budaya dan karyawan, kesiapan karyawan dan budaya kurang kondusif dalam pengimplementasian TQS maka hal ini akan menjadi kendala dalam proses implementasian TQS. Ngai dan Cheng (1999) menjabarkan kendala karyawan dan budaya yaitu terdapat perbedaan budaya kualitas dari karyawan dan manajemen, rasa takut dan resisten terhadap perubahan, kurangnya komitmen dan keterlibatan para karyawan dalam perbaikan kualitas, pemimpin kurang memiliki rasa percaya diri dalam upaya memperbaiki kualitas dan sistem manajemen kualitas para pemimpin antara karyawan medis dengan non medis berbeda. Budaya organisasi pada karyawan medis dengan non medis karena karyawan medis memiliki budaya organisasi yang beragam/kompleksitas sehingga berbeda dengan karyawan non medis yang cenderung sama/tetap. Untuk faktor kendala infrastruktur antara karyawan medis dengan non medis tentu berbeda karena sistem karyawan medis lebih didukung oleh anggaran yang tertata dengan baik sedangkan non medis oleh perorangan/keompok pribadi. Hal ini menimbulkan sistem pengakuan dan penghargaan terhadap pemimpin, karyawan yang kurang memadai, sistem umpan balik pasien, pelatihan dan pendidikan kualitas yang berbeda antara karyawan medis dengan non medis. Untuk kendala manajerial antara karyawan non medis dengan karyawan medis berbeda disebabkan pusat pertanggung jawaban yang berbeda antara karyawan non medis dengan karyawan medis. Secara hierarkis perbedaan bersifat sentralisasi dan desentralisasi. Kendala manajerial disebabkan oleh kurangnya keahlian dalam manajemen kualitas, kurangnya komitmen top manajer, tidak ada visi dan misi yang tepat, tingginya tingkat pergantian eksekutif

kunci dan kurangnya sikap kepemimpinan. Untuk kendala organisasional berbeda antara karyawan non medis dengan karyawan medis dikarenakan oleh jaringan komunikasi internal dan eksternal, kerjasama antar bagian, dan penetapan sasaran organisasi yang berbeda pada kedua jenis rumah sakit. Jaringan karyawan non medis didukung oleh sistem jaringan yang lebih kompleks dibandingkan karyawan medis. Sasaran yang ingin dicapai oleh masing-masing rumah sakit juga berbeda yang ditentukan oleh profitabilitas masing-masing rumah sakit.

Ngai dan Cheng (1999) mengajukan sebuah model konseptual untuk mendeskripsikan dan memperkirakan hambatan-hambatan potensial implementasi TQM yang terangkum dalam 4 kelompok : 1) kendala karyawan dan budaya meliputi perubahan budaya, rasa takut terhadap perubahan, kurangnya komitmen karyawan, dan kurangnya kepercayaan karyawan. 2) kendala infrastruktur meliputi kurang pemahaman karyawan dan manajemen tentang manajemen kualitas, kurangnya sistem umpan balik konsumen, tidak cukup pelatihan dan pendidikan berkualitas, dan kurangnya tenaga ahli manajemen kualitas. 3) kendala manajerial meliputi kurangnya komitmen top manajer, visi dan misi yang tidak jelas, tingginya pergantian eksekutif kunci, dan kurangnya sikap kepemimpinan. 4) kendala organisasional meliputi komunikasi yang tidak efektif, kurangnya kerjasama antar bagian dan penetapan sasaran organisasional. Kendala yang dominan mempengaruhi penerapan TQS pada karyawan non medis dengan karyawan medis di Rumah Sakit Jiwa Ghrasia adalah kendala organisasional yang meliputi komunikasi yang tidak efektif, kurangnya kerjasama antar bagian dan penetapan sasaran organisasional sehingga kendala ini perlu dimanajementi perusahaan secara baik.

Adapun penerapan yang TQS pada karyawan non medis dengan karyawan medis di Rumah Sakit Ghrasia dapat dicapai dengan 1) delegasi dan kepemimpinan yang baik dari manajer senior, 2) pembentukan tim yang terarah dengan baik, 3) perencanaan yang terpadu dalam pengembangan kualitas, 4) pendekatan yang digunakan tidak terbatas, 5) harapan yang sesuai realistis, dan 6) pemberdayaan yang bersifat matang dan terencana (Tjiptono dan Diana, 1998). Dengan demikian Rumah Sakit Jiwa Ghrasia Yogyakarta perlu mengelola kendala organisasional antara lain dengan mendesain jaringan komunikasi internal dan eksternal yang efektif, menjalin kerjasama antar bagian pada perusahaan dengan baik dan merancang jajaran staf manajerial yang tepat sehingga penerapan TQS dapat berjalan dengan efektif.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisa faktor kendala-kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial dan kendala organisasional yang menjadi kendala potensial dalam penerapan TQS pada Rumah

Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta serta perbedaan kendala-kendala karyawan dan budaya, kendala infrastruktur, kendala manajerial dan kendala organisasional yang menjadi kendala potensial dalam penerapan TQS pada karyawan medis dengan non medis. Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui bahwa kendala organisasional merupakan kendala terbesar bagi penerapan *Total Quality Service* bagi Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta. Secara berturut-turut berdasarkan nilai means diketahui bahwa kendala selanjutnya adalah kendala budaya & Karyawan, kendala manajerial, dan infrastruktur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kendala yang menghambat penerapan TQS pada Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta merupakan kendala organisasional yang meliputi komunikasi yang tidak efektif, politik organisasional, teritorialisme yang tidak mendukung pelayanan sehingga menjadi kendala bagi penerapan TQS.
2. Terdapat perbedaan kendala budaya dan karyawan, infrastruktur, manajerial dan organisasional antara karyawan medis dan non medis.

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data, penulis memberikan saran sebagai berikut:

Bagi Rumah Sakit Jiwa Grhasia Yogyakarta memperhatikan kendala-kendala potensial yang menghambat penerapan TQS terutama kendala organisasional karena merupakan kendala terbesar dalam penerapan TQS. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan komunikasi yang efektif, politik organisasional yang dinamis serta mendukung sinergi kerja, teritorialisme yang mendukung pelayanan sehingga menjadi kendala tersebut dapat diminimalisasi.

Peneliti memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat juga mengembangkan perspektif yang diteliti lebih luas lagi misalnya pada perusahaan jasa lainnya seperti perbankan, rumah makan dan sebagainya sebagai perbandingan dengan penelitian saat ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Azwar, Syarifudin, 1997, *Realibilitas dan Validitas*, Edisi ke 3, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Cooper, D.R. & Emory, C.W, 2000, *Business Research Methods*, Fifth Edition, Chicago: Rhichard D. Irwin, Inc.
- Dipeitro, R.A. 1993. TQM, Evaluation, Scope and Strategic Significance for Management Development, *Journal of Management Development*, pp 11-13.

- Handoko, T Hani. 1998. *Manajemen Operasional*. BPFE: UGM. Yogyakarta
- Jacobs, Aquilano & Chase. 2001. *Operations Managements for Competitive Advantage*. Irwins: McGrawsHill.
- Judisseno, R.K, 2002, *Sistem Moneter dan Perbankan di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmir, 2005, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Enam, Rajagrafindo, Jakarta.
- Sutaryo, Paul.2004, Trend Industri Perbankan 2005. *Majalah Marketing*, No 12/IV/Desember 2004. Jakarta.
- Mowen, John C., Michael Minor. 2000, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Ngai, EWT dan Cheng, TCE. 1999. *A Tool for Measuring Potensial Barriers To TQM Implementation*". The Hongkong Polytechnic University.
- Nursayahbani, Purnama, 2002, Analisis Kendala-Kendala Potensial Penerapan Total Quality Service, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* No. 02, Vol 17, April.
- Sekaran, Uma ,2003, *Research Methods for Business : Skill-Building Approach*, Fourth Edition, New York : John Wiley &nSons Inc.
- Sugiyono, 1999, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Susilo, et al, 2000, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, "Cetakan Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama. Malang : Penerbit Banyu Media Publishing
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Edisi 2, Andi Offset, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana, 2001, *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Andi, Yogyakarta.
- Tri, Mardiana, 2003. *Studi Empiris Pengaruh Efektivitas Kepemimpinan terhadap Kinerja*, Kompak. No 8 Mei-Agustus. p276-29
- Wilkinson, 1992. *Quality Cost*, Second Edition, New York: John Wiley & Sons Inc.
- Wulandari, Triastuti. 2005. *Analisis Perbedaan Kendala Potensial pada Penerapan Total Quality Service Perusahaan Pemboran Minyak*, S1, Program Ekonomi Manajemen, UPN Veteran Yogyakarta.



# EKSPLORASI PREFERENSI KONSUMEN PADA STASIUN TVRI

**Tony Wijaya**

Universitas Negeri Yogyakarta

## **Abstract**

*The research aimed at exploring consumer preferences on TVRI stations. The research used qualitative method through interview in data collection. Informants in this study is the community as a viewer or consumer TVRI and manager TVRI. Based on the results of interviews and observations concluded that viewed from TVRI program show, viewers interested in TVRI show only at certain times and events only. Generally viewers are less interested in TVRI shows because they lack entertainment according to audience expectations, so preferences are only on certain events. Overall, viewers do not have a strong preference for the TVRI program because the show program is less segmented. Event programs are a key factor for audience preference. In the opinion of the management or manager of TVRI, the prohibition of advertising for TVRI brings the consequences of reducing TVRI revenue and making TVRI more exclusive as the voice of the government and reducing interest in TVRI as a medium of entertainment.*

**Keywords:** *Preferences, programs, TVRI*

## **PENDAHULUAN**

Peradaban umat manusia saat ini telah menempatkan media penyiaran televisi sebagai *agent of change* dimana televisi menjadi sarana yang dapat merubah pola hidup dan perilaku masyarakat, disamping itu televisi juga menjadi *agent of development* yaitu sarana untuk mensukseskan program-program pembangunan. Televisi sebagai alat komunikasi massa siaran-siarannya dikendalikan dari satu titik dan dipancarluaskan ke seantero tempat masyarakat-khalayak bertinggal. Kehadiran televisi di tengah masyarakat secara *massif* disambutnya dengan *antusias*. Masyarakat beramai-ramai membeli peralatan televisi seperti antena VHF/UHF, antena parabola, booster, dan sebagainya agar siaran televisi dapat ditangkapnya dengan jelas (Mulyana, 2005).

TVRI sebagai perintis pertelevisian di Indonesia pada awal perkembangannya merupakan satu-satunya stasiun televisi di Indonesia. Hal itu berlangsung lebih kurang

20 tahun. Seiring dengan kemajuan teknologi dibidang elektronika maka bermunculan banyak stasiun penyiaran televisi baru, hal ini menjadikan TVRI tidak lagi *single player* pada pertelevisian di Indonesia. Perkembangan pertelevisian yang demikian pesat membawa keberadaan pemirsa dalam suatu siaran televisi menjadi hal yang tak dapat diremehkan. Masyarakat membutuhkan informasi dan hiburan, disisi lain stasiun televisipun membutuhkan adanya pemirsa, sementara televisi tanpa pemirsa bagaikan menari tanpa penonton, maka siaran akan menjadi sia-sia. Hal ini membawa konsekwensi bahwa setiap stasiun televisi mau tak mau, suka tidak suka harus berlomba dalam merebut hati pemirsa siaran televisi.

Media massa, termasuk televisi yang disingkat TV, merupakan perpanjangan komunikasi antar manusia yang secara konvensional (ideal) berfungsi menerangkan, mendidik, menghibur, dan membujuk, namun dalam kenyataannya, fungsi-fungsi media massa kini telah bergeser, khusus media massa TV sejak awal fungsinya lebih banyak untuk menghibur (Gazali, 2005). Oleh karena itu program-program penerangan dan program-program pendidikan harus menarik mengandung penerangan dan hiburan (*infotainment* dan *edutainment*).

TV saat ini telah berkembang pesat daripada waktu sebelumnya, meskipun perkembangan ini baru pada tataran kuantitas (jumlah stasiun TV, keragaman acara, dan durasi siaran), namun dari segi kualitas, umumnya TV kita masih memprihatinkan, padahal sebagian dari TV kita telah eksis belasan tahun. Segelintir TV kita memang memiliki misi mencerdaskan dan memberdayakan masyarakat, yang menerapkan prinsip itu semaksimal mungkin, namun masih terdapatnya sebagian besar program TV yang meninabobokan masyarakat dengan menayangkan program yang sesungguhnya kurang mendidik dan melemahkan daya juang para pemirsa. Beberapa TV swasta yang menyiarkan acara-acara langsung (juga acara yang disebut *reality show*, hiburan dan pemberitaan (khususnya kriminal)) sebenarnya mempromosikan jurnalistik hedonistik, jurnalistik primitif, jurnalistik klenik, atau jurnalistik sadistik. Berkenaan dengan itu seorang pemirsa akan *stay tune* (tidak berganti-ganti saluran televisi) apabila kualitas siaran televisi dapat dinikmati dengan nyaman tanpa terganggu oleh adanya *noise*, ataupun berbagai gangguan siaran lainnya, disamping itu program acara yang ditayangkan pun dapat memenuhi harapan pemirsa (Bungin, 2001) dilihat dari aspek berita, hiburan maupun pendidikan.

Munyoki & Kirigo (2011) menemukan bahwa beberapa faktor yang menjadi preferensi stasiun televisi adalah program atau acara, presenter televisi dan kualitas sinyal televisi. Alhassan & Kwakwa (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa aspek yang dipertimbangkan oleh pemirsa untuk memilih stasiun televisi adalah citra stasiun televisi, kualitas penerimaan sinyal dan daya tarik program sedangkan tujuan menonton televisi adalah pendidikan, relaksasi, hiburan dan pekerjaan. Malik (2016)

menemukan bahwa faktor yang dipertimbangkan sebagai preferensi pemirsa memilih stasiun televisi adalah program merupakan faktor utama sedangkan faktor pendukung lainnya adalah memuat berita dan sosok presenter yang menjadi daya tarik pemirsa.

Dikalangan masyarakat ada anggapan bahwa *citra* TVRI kurang positif, TVRI mengalami kemunduran, TVRI tidak disukai oleh masyarakat, masyarakat pemirsa televisi telah bergeser ke UHF, substansi siaran TVRI *terkooptasi* pemerintah (bernuansa *government heavy*), program-program siaran TVRI tidak populer, bahkan TVRI saat ini jauh dari kompetisi sesama stasiun televisi. Sejauh manakah kebenaran anggapan tersebut hal ini menarik untuk diteliti (Hofmann, 1999). Setiap stasiun televisi selalu berusaha agar tidak ditinggalkan pemirsanya. Stasiun televisi sebagai penyelenggara siaran haruslah selalu berorientasi pada program yang dapat menarik pemirsa sebanyak-banyaknya, sementara keinginan pemirsa setiap tayangan acara televisi mampu memuaskan hatinya manakala siaran televisi tidak lagi memenuhi harapan pemirsa maka cepat-cepat saluran/kanal televisi akan ditinggalkan. Eksisnya stasiun penyiaran televisi diantaranya ditentukan oleh persepsi masyarakat terhadap stasiun televisi tersebut, dimana persepsi tersebut akan membentuk preferensi pemirsa. Beragamnya pemirsa sebagai konsumen pertelevisian menjadi suatu permasalahan dalam mempersepsikan suatu stasiun TV. Dengan demikian analisis preferensi masyarakat terhadap siaran TVRI menjadi penting untuk diteliti. Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dirumuskan adalah bagaimana preferensi pemirsa terhadap stasiun TVRI dilihat dari kualitas program yang ditayangkan?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Televisi berasal dari bahasa Inggris *television*. Asal kata dipercaya banyak orang bahwa kata *tele* dipinjam dari bahasa Yunani yang berarti jauh dan *vision* (dipinjam dari bahasa latin) yang berarti pandangan atau pemandangan. Jadi televisi adalah pemandangan jauh dan pandangan jauh. Globalisasi dan distribusi satelit yang semakin canggih, meng-akibatkan perubahan yang fundamental dalam perkembangan media televisi sebagai sebuah industri. Pada kenyataannya, televisi belum tentu lebih buruk dari kebudayaan tulis, akan tetapi apabila kebudayaan tulis tersebut dipakai sebagai tolok ukur untuk menilai televisi maka hampir tidak mungkin ditemukan suatu kebaikan.

Dunia bisnis periklanan yang memainkan peranan begitu besar dalam televisi tergolong komunikasi yang sangat jelek, kalau kita memikirkan pendidikan rakyat. Kiranya hampir tidak ada pendidik yang senang apabila anak-anak terus-menerus dibujuk untuk membeli berbagai macam permen, minuman manis, dan makanan yang tidak bermutu. Dalam usaha membangun suatu etika pertelevisian kiranya tidak tepat menarik kesimpulan terlalu tergesa-gesa. Televisi perlu dilihat sebagai apa dan

bagaimana televisi berfungsi dalam masyarakat. Sebagai hasil dari banyak penelitian dan pemikiran pakar-pakar komunikasi di Amerika Serikat dapat ditarik kesimpulan, sekarang ini televisi tidak dilihat lagi sebagai sarana pendidikan (dalam arti pendidikan formal) dan juga tidak seharusnya (meskipun *de facto* demikian) televisi sebagai alat promosi perdagangan. Lima fungsi yang pada umumnya diakui adalah sebagai berikut (Warhana, 1997);

a. Pengawasan situasi masyarakat dan dunia

Fungsi ini sering disebut informasi. Namun disini istilah informasi sengaja tidak dipakai, supaya jangan timbul salah paham seakan-akan fungsi televisi adalah saluran penerangan bagi penguasa untuk memberi informasi kepada rakyat sesuai dengan kepentingan pemerintah. Fungsi televisi yang sebenarnya adalah mengamati kejadian di dalam masyarakat dan kemudian melaporkannya sesuai dengan kenyataan yang ditemukan. Dalam hal ini, tekanannya bukan pada siarannya, melainkan pada kamera dan mikrofon yang merekam. Seandainya fungsi ini diperhatikan betul, televisi dapat menjadi media komunikasi yang cukup demokratis, sejauh yang hidup di dalam masyarakat dikembalikan lagi kepada masyarakat lewat siaran.

b. Menghubungkan satu dengan yang lain

Menurut Postman (1995) bahwa televisi tidak berkesinambungan. Akan tetapi, televisi yang menyerupai sebuah mosaik dapat saja menghu-bung-kan hasil pengawasan satu dengan hasil pengawasan lain secara jauh lebih gampang dari-pada sebuah dokumen tertulis. Misalnya gambar seorang menteri yang berapi-api bicara mengenai “tinggal landas” hasil rekaman beberapa tahun yang lalu dapat dijejerkkan dengan berita terakhir tentang pengangguran massal akibat krisis moneter. Tanpa diberi komentar para pemirsa dapat mengambil kesimpulan sendiri. Kalau televisi direkayasa oleh penguasa, entah itu penguasa politik entah komersial, televisi memang membuat bodoh. Namun, kalau televisi berfungsi sesuai dengan kepentingan masya-rakat yang ditangkap oleh pembuat program, televisi sangat ampuh untuk membuka mata para pemirsa. Sayangnya, televisi oleh penguasa yang masih hidup di dalam kebudayaan tulis dianggap sebagai sarana pendidikan dengan model indoktrinasi, seakan-akan para pemirsa tidak mampu mengambil kesimpulan sendiri.

c. Menyalurkan kebudayaan

Sebetulnya kebudayaan rakyat sudah cukup terangkat, kalau televisi berfungsi sebagai pengawas masyarakat. Akan tetapi, diharapkan televisi dalam hal ini lebih proaktif. Televisi sendiri tidak hanya mencari, tetapi juga ikut memperkembangkan kebudayaan. Fungsi ini dilihat sebagai pendidikan. Namun, istilah “pendidikan” sengaja dihindari karena di dalam kebudayaan audiovisual

tidak ada yang namanya kurikulum atau target tertentu yang dirancang oleh seorang pendidik. Kebudayaan yang dikembangkan oleh televisi merupakan tujuan tanpa pesan khusus di dalamnya.

d. Hiburan

Di dunia pendidikan hiburan sering dipandang negatif atau sebagai kurang bermakna. Kegiatan sekolah umumnya dipisahkan dari hiburan. Tetapi dalam budaya lisan sebelum ada tulisan hiburan dan pendidikan menjadi satu. Demikian juga dalam kebudayaan audiovisual segala-galanya paling sedikit mempunyai unsur hiburan. Kalau tidak menghibur umumnya sebuah tayangan tidak akan ditonton. Sekarang ini hiburan semakin diakui sebagai kebutuhan manusia. Tanpa hiburan manusia tidak dapat hidup wajar. Hiburan itu merupakan rekreasi, artinya berkat hiburan manusia menjadi segar untuk kegiatan-kegiatan yang lain. Dalam hal ini, hiburan juga dapat diberi nilai yang di Amerika Serikat sering disebut *recreational success*, yaitu keberhasilan sebagai rekreasi. Tentu orang yang setiap hari menghabiskan beberapa jam di depan layar televisi umumnya ingin dihibur. Namun, ini tidak berarti mereka tidak mau belajar juga. Di dalam penelitian di antara ibu-ibu rumah tangga penggemar tayangan serial telenovela di Amerika Latin ditemukan, telenovela itu dipilih karena ibu-ibu itu merasa, dengan menonton serial itu, mereka dapat belajar berbicara lebih baik dan berani sehingga tidak mudah dikuasai oleh suami yang macho. Sering juga mereka kemudian meniru para wanita di layar televisi dengan cara berpakaian, berias dan berdandan. Kalau tidak ada apa-apa yang dapat dipelajari, suatu hiburan umumnya kurang menarik. Hal ini tidak berarti, seorang pendidik (dari kebudayaan tulis) dengan mudah dapat memasukkan suatu pesan pendidikan. Kalau itu terjadi, tayangan tersebut akan dijauhi oleh para pemirsa. Namun pembuat program televisi yang baik memperhatikan dengan jeli sekiranya apa yang ingin dipelajari oleh para penonton. Kalau kemudian yang diinginkan ternyata dapat mereka temukan dalam suatu tayangan yang menghibur, ada kemungkinan program itu sukses. Hiburan secara terus menerus ibarat kue taart yang terlalu manis, lama-kelamaan menjemukan juga.

e. Pengerahan masyarakat untuk bertindak dalam keadaan darurat

Fungsi yang kelima ini sering menjadi bahan diskusi, karena mudah disalahgunakan oleh seorang penguasa. Akan tetapi, dalam situasi tertentu fungsi ini cukup masuk akal. Misalnya kalau terjadi wabah penyakit di suatu daerah, televisi bisa saja memberitakan berdasarkan fungsinya sebagai pengawas. Berita ini kemudian dapat dihubungkan dengan keterangan tentang vaksinasi. Tetapi dalam keadaan darurat ini tidak cukup. Televisi harus proaktif memberi motivasi dan menganjurkan supaya orang mau dibantu secara preventif. Contoh lain adalah

pelestarian lingkungan yang dalam keadaan tertentu hanya dapat dijamin lewat sebuah kampanye. Juga pembatasan kelahiran lewat kampanye “keluarga bertanggung jawab” termasuk disini. Jelas dalam contoh-contoh itu televisi bukan hanya melaporkan apa yang terjadi dalam masyarakat, melainkan juga atas desakan penguasa dan ahli-ahli yang bertanggung jawab televisi melancarkan suatu gerakan rakyat. Namun, dalam hal ini televisi harus cukup yakin bahwa gerakan itu pasti menguntungkan rakyat dan tidak hanya sebuah elite yang ingin mempertahankan hak isimewanya, seperti yang sering terjadi dalam negara-negara totaliter yang antidemokratis.

Dalam teori mengenai lima fungsi televisi ini perlu diperhatikan juga mana yang bukan fungsi televisi, karena tidak cocok dengan kebudayaan audiovisual. Informasi dalam arti penerangan yang berasal dari satu sumber saja sebetulnya bukan fungsi televisi. Demikian juga pendidikan dalam arti pendidikan formal umumnya tidak dapat dibebankan pada televisi. Segala pesan dan imbauan yang tidak dilengkapi dengan bukti visual dan tidak diungkapkan dalam bentuk seni sebagai ekspresi kultural, juga kurang cocok.

Beberapa alasan yang menyebabkan studi mengenai industri televisi di Indonesia menjadi perlu. Pertama, minimnya kajian tentang industri televisi di Indonesia, padahal bidang ini memiliki masalah yang sangat kompleks. Peta makro mengenai industri pertelevisian di Indonesia sangat dibutuhkan untuk menggambarkan kompleksitas masalah tersebut, misalnya ketika sistem televisi telah berjalan 35 tahun (1962-1997) bagi TVRI, dan 8 tahun (1989-1997) bagi televisi swasta, Undang-Undang penyiarannya baru mendapatkan persetujuan DPR-RI tanggal 28 Desember 2002. Isi UU penyiaran itu sendiri masih mengandung banyak kelemahan, antara lain masih kuatnya pendekatan-pendekatan politik dalam bisnis media, belum jelasnya aturan main penyelenggaraan pertelevisian karena masih terdapat peluang untuk diakhiri sewaktu-waktu, bahkan UU tersebut dianggap kurang mengantisipasi pasar bebas tahun 2005-2010.

Alasan kedua mengenai pentingnya penelitian adalah dengan memahami kebijakan publik di bidang ini, diharapkan akan diketahui substansi kebijakan pemerintah Indonesia terhadap industri pertelevisian dalam konteks ekonomi ataupun politiknya. Terdapat sebuah asumsi, bahwa perilaku institusi media merupakan tanggapan atas pengaturan pemerintah dalam kebijakan industri penyiaran televisi. Domain penelitian ini tampaknya menjadi sangat relevan dengan terdapatnya anggapan ataupun penilaian terhadap citra industri televisi Indonesia selama periode 1991-1996 yang sering dianggap masih belum melahirkan proses transformasi esensi pengetahuan dan cara kerja industri yang diidealkan. Program-program *talkshow* tentang politik tidak mengarah pada diversifikasi perspektif pikiran, berita politik hanya berfokus

pada masalah sosial kelas bawah serta tidak memiliki kekuasaan untuk menggugat dan melarang.

Pengaturan tentang hal-hal yang berkenaan dengan pertelevisian pada hakikatnya berkait dengan pencapaian kekuasaan ataupun kepentingan pihak-pihak tertentu untuk, mempertahankan kekuasaan tersebut serta memperluas kekuasaan yang telah ada. Masyarakat di Indonesia biasa menonton televisi dengan rata-rata menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari di depan layar televisi, sementara kebiasaan membaca sangat rendah dan selama beberapa dasa-warsa terakhir hampir tidak berkembang, kita harus menerima kenyataan bahwa masyarakat kita sudah beralih dari kebudayaan tulis dan masuk dalam zaman audiovisual. Hal ini tidak berarti kebudayaan tulis menjadi tidak penting, tetapi suasana masyarakat luas tidak lagi ditentukan oleh sekolah. Jadi, sekolah formal yang sangat terikat pada budaya tulis tetap diperlukan. Namun sebelum ada televisi juga relatif sedikit orang yang biasa membaca. Selain itu, ketika itu orang yang berpendidikan formal seperti guru-guru mempunyai otoritas tinggi. Otoritas ini efektif untuk membentuk opini masyarakat. Akan tetapi, sekarang fungsi semacam itu beralih ke penyusun program TVRI.

## **METODA PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang disertai dengan teknik-teknik studi dokumenter dan kepustakaan, wawancara serta pengamatan (observasi). Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian dengan mengurai-kan suatu fenomena yang ada dalam suatu lingkungan serta membahas permasalahan yang ada dengan teknik-teknik secara kualitatif maupun semi-kualitatif (Sekaran, 2003). Metode kualitatif menghasilkan data-data deskriptif, berupa kata-kata tertulis, lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, (Moleong, 1999).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlangsung di Yogyakarta dipilih sebagai lokasi penelitian dengan dasar pertimbangan sebagai berikut:

1. DIY adalah pusat aktivitas masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi daripada kota lain sebagaimana sebutan “kota pelajar” yang melekat pada kota Yogya.
2. TVRI Yogya termasuk stasiun televisi tertua dan menjadi saluran khusus dari TVRI daerah yang program-programnya bernuansa kerakyatan. Siaran TVRI Yogya sebagai sub ordinasi TVRI pusat/Jakarta yang siarannya lebih banyak ditujukan untuk kepentingan negara, dimana sejak berdirinya tanggal 24 Agustus

1962 selalu mengemban tugas sebagai televisi yang mengangkat citra bangsa melalui penyelenggaraan penyiaran peristiwa yang berskala internasional, mendorong kemajuan kehidupan masyarakat serta sebagai perekat sosial.

### **Subjek Penelitian**

Informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang akan memberikan informasi yang selengkap-lengkapnyanya. Penggunaan pemirsa TVRI sebagai subjek penelitian dengan pertimbangan pemirsa TVRI sebagai sumber yang memberikan informasi mengenai preferensi acara TVRI. Pemirsa TVRI dijadikan unit pengamatan karena pemirsa merupakan bagian anggota masyarakat yang memilih TVRI atau dalam komunikasi pemasaran sebagai konsumen. Pengelola TVRI sebagai informan berikutnya dengan tujuan untuk mengetahui usaha-usaha pihak pengelola dalam memberikan pelayanan pada pemirsa serta kendala-kendala yang ada dalam melayani pemirsa.

### **Metoda Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (sebagai data utama). Data ini diperoleh melalui wawancara kepada para informan kunci guna mengetahui latar belakang preferensi mereka terhadap siaran TVRI baik yang memuaskan maupun mengecewakan. Dalam penelitian kualitatif digunakan pedoman wawancara bebas terpimpin yang berarti pertanyaan telah disiapkan sebelumnya, tetapi daftar pertanyaannya tidak mengikuti jalannya wawancara, digunakan agar arah wawancara tetap terkendali dan tidak menyimpang dari pedoman yang telah ditetapkan dari pokok permasalahannya.

### **Metoda Analisis Data**

Metode yang digunakan adalah analisis *deskriptif kualitatif*, yaitu analisis yang mencoba mendiskripsikan atau menggambarkan pemahaman masyarakat terhadap siaran TVRI melalui dokumentasi data-data dan observasi. Fokus penelitian ini, diperdalam melalui pengamatan dan wawancara mendalam.

## **ANALISIS DATA**

### **Preferensi Berdasarkan Kualitas Program Siaran TVRI menurut pemirsa**

Kualitas siaran TVRI menurut pemirsa kurang menarik karena kurang menghibur serta cenderung membosankan pemirsa. Beberapa pendapat informan sebagai berikut:

Seperti yang saya katakan, Program TVRI saat ini kurang menarik. Program acara televisi swasta jauh lebih menarik dibandingkan acara TVRI... (Wi)

Acaranya kurang menghibur, memang ada sebagian kecil yang menarik kaum muda misalnya acara Joged saja, karaoke on TV, ya tapi sebagian kecil saja. Apabila dibandingkan acara televisi swasta, jauh lebih menarik televisi swasta yang bisa menarik dari berbagai kalangan, untuk orang muda ada acara musik, olahraga, orang dewasa ada kupas bisnis, olahraga, sinetron, bagi anak-anak ada tayangan film anak-anak. Jadi program televisi swasta telah memenuhi keinginan/kemauan pemirsa termasuk saya. Melihat pada program TVRI jelas saya kurang puas, karena acaranya kurang banyak hiburan. Ada hiburan hanya saja terkesan kurang menarik.... (Jo)

Program siaran TVRI kurang sesuai minat pemirsa yang berusaha mencari hiburan, olahraga, bisnis dan semua hal tersebut telah disediakan oleh televisi swasta. Pada saat ini penonton disajikan banyak pilihan program dari banyak stasiun televisi, pemirsa akan sangat selektif dalam memilih acara televisi. Pemirsa lebih menyukai program yang saat ini sedang marak dibicarakan, dan TVRI kurang dapat memenuhi keinginan pemirsa sehingga menyebabkan pemirsa memilih channel selain TVRI. Televisi swasta memiliki program acara yang jauh lebih menarik dibandingkan acara TVRI. Banyak orang melihat perkembangan ini sebagai kemerosotan. Padahal, sebenarnya kebudayaan audiovisual justru membuka jalan baru. Ketika muncul anggapan, program televisi sekarang ini jelek, belum tentu menjadi kesalahan televisi sebagai teknologi.

Program TVRI sejak dulu ya...itu-itulah aja ndak ada terobosan program-program yang menarik. Mau lihat acara berita ada di televisi swasta, mau lihat acara hiburan, bisnis, konsultasi dan lain-lain tersedia di televisi swasta. Mungkin jika ada perubahan program maupun acara, TVRI dapat menarik pemirsa kembali ya termasuk saya sendiri... (Gn)

Banyak orang melihat perkembangan ini sebagai kemerosotan. Padahal, sebenarnya kebudayaan audio-visual justru membuka jalan baru. Ketika muncul anggapan, program televisi sekarang ini jelek, belum tentu menjadi kesalahan televisi sebagai teknologi. Pemirsa yang memiliki preferensi pada siaran TVRI hanya pada saat tertentu dan acara tertentu saja. Secara umum, pemirsa lebih memilih acara televisi swasta. Pemirsa merasa kurang membutuhkan TVRI karena semua yang dibutuhkan pemirsa telah disediakan oleh stasiun swasta. TVRI jarang menyajikan acara yang menarik pemirsa misalnya telenovela, sinetron-sinetron, berita aktual dan selebritis.

...Saya hanya tertarik pada berita daerah yaitu **berita yogyakarta** pada pukul 4 sore. Kadang-kadang saya ngikutin acara **kenangan masa** hari Selasa jam 8 malam. Selain itu ya terus terang saya lebih suka lihat tayangan televisi swasta. Seharusnya TVRI sejak dulu harus berubah, ya dengan cara merombak program televisi yang menarik. Programnya TVRI jelas kurang menarik, saya merasa kurang membutuhkan TVRI. Misalnya mau nonton acara telenovela ya saya bisa buka SCTV, RCTI, mau lihat acara olahraga saya bisa buka RCTI, mau lihat acara kupas bisnis saya bisa buka MNC, ya memang jarang

sekali TVRI menayangkan suatu acara yang menarik bagi pemirsa. Terus terang saya kurang puas. Saya nontonnya acara tertentu saja, ya karena memang suka lagu-lagu tembang kenangan..(Wi)

Dominasi acara televisi swasta menutup kemungkinan pemirsa TVRI untuk tetap setia pada acara TVRI, pemirsa lebih banyak menghabiskan waktu mereka dengan mengikuti acara televisi swasta seperti RCTI, SCTV, Indosiar dan sebagainya.

...mengikuti ya pada jam-jam tertentu saja, misalnya Selasa jam 8 malam, Minggu jam 8 malam lihat **acara video musik legenda**. Selain itu, acara di televisi swasta sangat mendominasi sekali..(Wi)

...Saya masih mengikuti acara TVRI hanya saja pada waktu tertentu saja. Yang saya ikuti yaitu acara **kethoprak**, dan **plengkung gading**. Selebihnya buat ngikutin acara televisi swasta..(Jo)

...saya mengikuti pada jam-jam tertentu, Rabu malam **kethoprak**, Sabtu malam lihat **wayang kulit**. Sebenarnya di televisi swasta juga ada acaranya seperti di MNC, Indosiar kurang lebih sama... (Gn)

Pemirsa yang masih mengikuti acara TVRI meskipun hanya pada waktu tertentu, memiliki harapan TVRI untuk berubah dengan inovasi-inovasi baru yang sesuai dengan televisi swasta terutama program-program acaranya.

Harapan saya, TVRI harus inovatif baik dari segi teknis maupun non-teknis misalnya beralih ke saluran yang tetap misalnya saluran UHF. Selain itu perlu memajemeni program-program acara yang akan ditayangkan bagi pemirsa, kalau perlu belajarliah dari televisi swasta. Misalnya cara penyajian berita, acara-acara agar terkesan tidak membosankan. Terus terang dari awal, acara TVRI membosankan. Untuk membuat bagaimana tidak membosankan kita kembalikan ke manajemen TVRI sendiri..(Wi)

Pemirsa mengharapkan suatu perubahan dalam acara TVRI melalui penayangan program yang baru dan aktual, serta menyesuaikan acaranya dengan televisi swasta. Kehendak pemirsa terbentuk melalui tayangan TV komersial yang lebih menyajikan bentuk hiburan, sehingga memiliki harapan agar TVRI sama seperti televisi swasta.

Saya mengharapkan adanya perubahan dalam TVRI sendiri, untuk acara program dibuat yang up-to date jangan tayangan yang lama-lama ditampilkan lagi. Kalau mau maju TVRI harus bisa seperti Televisi swasta, MNC yang berkembang dari TPI aja yang berorientasi pendidikan saat ini juga berkembang ke hiburan tanpa mengurangi durasi pendidikan. Kenapa TVRI tidak bisa berubah? Mungkin modalnya kurang kuat. Saran saya sebatas itu, pemirsa tetap mengharapkan perubahan-perubahan dalam TVRI jika ingin bersaing dengan televisi swasta. Sebenarnya orientasi publik dan komersial harus seimbang, jadi hanya untuk keperluan publik, ataupun politis, harus ada nilai komersialnya..(Jo)

Ketidakpuasan/keluhan pemirsa terhadap suatu jasa pelayanan televisi karena tidak sesuai dengan yang diharapkan dapat berdampak negatif terhadap keberhasilan jasa pelayanan televisi tersebut. Berdasarkan pemahaman pemirsa, kebanyakan pemikiran pemirsa telah dibentuk stasiun-stasiun komersial. Mulai dari pilihan program, cara penyajian, sampai cara-cara promosi dan melibatkan pemirsa.

Untuk maju, TVRI harus mampu belajar melalui perombakan-perombakan khususnya program acara. Ya..., harus ditanya-kan kenapa banyak orang yang memilih televisi swasta. Contohnya Yogya-TV aja yang baru berkembang lebih menarik dibandingkan TVRI. Terobosan-terobosan baru perlu dilaku-kan TVRI seperti program-program yang menarik. Program acara yang mampu menarik minat pemirsa, banyak orang yang rela untuk menambah peralatan tambahan, misalnya untuk menonton acara televisi asia banyak yang menambah parabola dsbnya. Jadi alasan utama untuk menarik minat pemirsa yang harus didesain ulang adalah acaranya..(Gn)

Seorang pemirsa seringkali perilakunya dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Mereka mungkin memberikan respons terhadap tekanan yang dirasakan untuk menyesuaikan diri dengan norma dan harapan yang diberikan oleh orang lain. Mereka pun menghargai nasihat-nasihat yang diberikan oleh orang lain dalam mengambil keputusan untuk suatu pelayanan. Pengaruh lingkungan dan pribadi adalah subyek yang penting di dalam penelitian pemirsa.

Preferensi pihak lain sering merupakan unit pengambilan keputusan utama, tentu saja dengan pola peranan dan fungsi yang kompleks dan bervariasi. Selain itu yang jelas bahwa perilaku berubah ketika situasi berubah. Faktor pertama yaitu persepsi adalah proses dimana individu diekspos untuk menerima informasi, memperhatikan informasi tersebut, dan memahaminya. Persepsi pemirsa terhadap acara mempengaruhi preferensi mereka terhadap program acara yang ada. Menurut pendapat penjual antena televisi, acara TVRI perlu dimodifikasi agar mampu bersaing dengan televisi swasta salah satunya dengan menampilkan acara-acara hiburan seperti televisi-televisi swasta lainnya.

..Saya mengharapkan banyak perubahan dalam tayangan TVRI yaitu acara-acaranya agar dimodifikasi lebih menarik lagi, acara yang menarik tidak berarti meninggalkan fungsi TVRI sebagai televisi nasional. Sebenarnya salah satu fungsi televisi adalah entertainment, sedangkan kebanyakan pemirsa di negeri kita sukanya mencari entertainment..(Bd)

Pembuat program televisi yang baik memperhatikan dengan jeli sekiranya apa yang ingin dipelajari oleh para penonton. Kalau kemudian yang diinginkan ternyata dapat mereka temukan dalam suatu tayangan yang menghibur, ada kemungkinan program itu sukses. Program yang berkualitas merupakan sesuatu yang didambakan oleh segenap pemirsa. Konsep mutu telah mengalami pergeseran. Konsep yang lama memandang mutu sebagai derajat kesesuaian antara acara yang dihasilkan dengan

spesifikasi yang telah ditentukan oleh pihak televisi sebelumnya. Semakin tinggi derajat kecocokan produk dengan spesifikasi mutu (standar) yang telah ditetapkan akan semakin tinggi pula mutu acara yang bersangkutan

Upaya menumbuhkan kesadaran secara kultural diperlukan dalam merancang program acara televisi. Kesadaran terhadap budaya kultural ini memang sangat penting dan serungkali harus menggeser kepentingan bisnis. Tayangan TVRI mengandung sarat budaya. tidak adanya hubungan yang semestinya antara TVRI dengan publik, maka publik juga tidak merasa berkepentingan dengan berbagai permasalahan yang menghimpit TVRI ketika ia harus menghadapi persaingan dengan televisi swasta dalam merebut audiensnya. Demikian pula, tanggapan masyarakat yang kurang mendukung acara TVRI dapat menjadi cermin kurangnya simpati masyarakat terhadap TVRI. Dengan berbagai kondisi yang ada tak ada sebutan lain untuk TVRI kecuali sebagai organ pemerintah dan kurang dapat dilacak keberadaannya sebagai institusi publik. Pemirsa memiliki preferensi yang lebih pada televisi swasta dibanding TVRI. Televisi swasta memiliki nilai lebih dibandingkan TVRI, Televisi swasta memiliki acara khusus bagi preferensi pemirsa.

Dibandingkan televisi swasta, TVRI harus mampu mengakumulasi acara-acara yang menarik bagi pemirsa seperti Metro TV khusus berita. Metro TV meskipun tidak memiliki acara hiburan namun memiliki segmen pada acara berita. Berita yang disajikan lebih aktual dan kumulatif dibanding TVRI. Sukar untuk menentukan TVRI unggul di acara apa, jika saya hanya memilih acara video musik legenda. Saya melihat TVRI lebih pada acara klasik. (Wi)

Televisi swasta lebih fokus pada acara tertentu dan memiliki nilai lebih dibandingkan TVRI, misalnya Metro TV dan TV One okusnya pada berita, sedangkan TVRI belum terfokus. TVRI saya lihat mungkin sebagai TV nasional sehingga lebih pada acara politis, budaya dan sosial. Untuk melihat acara olahraga, saya bisa lihat di TV swasta, acara film Bollywood di MNC, di TVRI saya hanya nonton kethoprak, dan plengkung gading . (Jo)

Acara TVRI hanya acara budaya dan klasik, untuk Metro TV acaranya berita. Sukar menentukan TVRI unggul di acara apa, kalo diminta memilih televisi, untuk acara berita saya milih Metro TV, acara musik dangdut saya milih MNC, acara musik saya milih TV lainnya. (Gn)

Untuk menarik minat pemirsa, TVRI harus memiliki nilai lebih dalam menayangkan program acara. Dibandingkan televisi swasta seperti Metro TV dan TV One yang mengkhususkan acara berita, TVRI belum memiliki fokus segmentasi. Nilai lebih dan diferensiasi acara merupakan keunggulan bersaing. Untuk bersaing suatu stasiun Televisi perlu memiliki nilai unggul seperti Metro TV fokus acara berita, RCTI dan beberapa TV swasta lainnya memiliki acara unggulan acara olahraga, SCTV memiliki acara talk show dan sebagainya. TVRI sebagai televisi nasional merupakan

saluran saluran bagi budaya daerah seperti TVRI Yogyakarta menampilkan sisi budaya Jawa seperti Wayang kulit dan sebagainya.

### **Siaran TVRI Berdasarkan Perspektif Pengelola TVRI**

Program acara yang disajikan oleh TVRI kurang berkualitas dibandingkan TV swasta. Hal ini disebabkan keterikatan TVRI oleh masalah biaya (sebagian dari iklan), waktu, filosofi, dan disesuaikan dengan acara di pusat.

Dalam menyusun program acara di TVRI, memang ada beberapa hal menjadi kendala antara lain, biaya (sebagian dari iklan), waktu, filosofi, dan disesuaikan dengan acara di pusat. Program acara tentu didukung oleh sponsor, sedangkan TVRI belum mampu menggalang sponsor seperti televisi swasta. Bisa dikatakan kualitas acara TVRI kurang dibandingkan TVRI swasta bagian penyajian maupun content-nya (Ag).

Dalam memperluas pelayanan TVRI, negara dibantu sektor swasta. Swasta diberi hak untuk beriklan di televisi sejak 1963. Sebanyak 34% total income TVRI tahun 1975-1976 merupakan hasil pendapatan iklan, selain iuran pembayaran dan dana dari pemerintah (APBN). Tahun 1976-1977, sekitar 91,58% dari produksi stasiun televisi Jakarta berasal dari iklan. Tahun 1981, Presiden Soeharto mengintruksikan untuk melarang iklan di televisi, hal ini menghambat perkembangan iklan televisi kemudian menurun secara dramatis. Larangan beriklan bagi TVRI membawa akibat: (1) secara drastis mengurangi pendapatan TVRI; (2) menjadikan TVRI lebih eksklusif sebagai suara pemerintah; (3) memindahkan insentif yang diperoleh perusahaan swasta; (4) mengurangi ketertarikan pada TVRI, karena banyak pula masyarakat yang menikmati kehadiran iklan tersebut.

TVRI kurang mampu bersaing dengan Televisi swasta, hal ini ditunjukkan oleh data SRI dimana TVRI berada di peringkat rendah. Beberapa hal yang menyebabkan TVRI tidak mampu bersaing dengan televisi swasta yaitu perasaan memiliki dan cara nonton TV pemirsa, sadar atau tidak, belakangan ini lebih dibentuk stasiun-stasiun komersial. Mulai dari pilihan program, cara penyajian, sampai cara-cara promosi dan pelibatan pemirsa. Berbagai kelompok sudah mencoba memperkenalkan wacananya TVRI sebagai TV publik melalui UU Penyiaran No 32/2002, hanya sedikit masyarakat yang sungguh memahami apa itu TV publik. Berbagai pihak yang terlibat langsung persoalan TVRI dewasa ini, mulai dari Kantor Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara sampai sebagian pimpinan TVRI pusat dan daerah, belum sungguh-sungguh mau membuka stasiun itu untuk keterlibatan publik

Menurut pendapat pengelola TVRI bahwa pimpinan TVRI sejak masa lalu, bahkan oleh Menteri Negara Komunikasi dan Informasi sampai anggota Pansus RUU Penyiaran, memiliki pandangan TVRI sebagai “stasiun yang memberikan *public*

*service* dan tidak mencari keuntungan”. Dengan demikian, asal berniat melakukan pelayanan publik, maka para pimpinan atau perencana program stasiun publik boleh saja tidak sungguh-sungguh melibatkan publik. Ada pula kesan kuat, kantor dan peralatan stasiun publik itu pantas seadanya, juga penampilan staf atau presenter-nya, karena tidak mencari keuntungan. Kedua kesan ini keliru, terutama untuk masyarakat yang sedang menjalani transisi dari sistem media otoriter ke sistem yang mendorong demokratisasi.

Hakikat penyiaran publik adalah diakuinya super-visi dan evaluasi publik pada level yang signifikan. Hanya karena adanya hakikat inilah maka stasiun publik dapat melakukan apa yang didengung-dengungkan sebagai *public service* itu; bukan sekadar upaya paternalistik. Karena adanya keterlibatan publik itu, maka umumnya stasiun publik tidak dapat bermanuver mencari keuntungan sebebaskan stasiun komersial. Kebijakan negara dalam pengaturan TVRI, dapat dilihat pada arah strategi kebijakan komunikasi yang dijalankan. Terdapatnya tingkat perwujudan kebebasan yang ada pada suatu negara sangat mempengaruhi kebijakan komunikasi tersebut. Artinya, berbagai tindakan kebijakan pemerintah yang dilakukan (regulasi, deregulasi, distribusi, redistribusi) pada bidang ini mengandung begitu banyak nilai budaya dan politik yang dipengaruhi oleh perkembangan sejarah dan politik suatu negara.

Manajemen TVRI berupaya menghadapi kendala bagi pengembangan TVRI dengan memperbaiki dari segi teknis maupun non teknis. Kendala dana merupakan masalah pokok bagi TVRI untuk berkembang.

Upaya kami antaralain dengan memberikan pemahaman TVRI sebagai televisi publik. Selain memperbaiki kendala teknis, TVRI selain sebagai TV publik perlu menyeimbangkan dengan TV komersial agar mampu eksis.(Ag).

....TVRI semakin terpuruk adalah aturan-aturan yang mereka buat sendiri. Misalnya, peran sebagai penjaga moral masyarakat dijadikan alasan untuk melarang tampilan-tampilan yang dianggap merusak kepribadian bangsa sekaligus nilai-nilai budaya. Kendala mengenai keterbatasan dana dalam pembangunan TVRI menjadikan pengembangan siaran menjadi siaran saluran terbatas (Ag).

Posisi TVRI yang mengemban misi pemerintah keberadaan televisi RI lebih cenderung dianggap sebagai humas pemerintah. Kondisi semacam ini tercermin dalam muatan pesan yang dibawa oleh TVRI dalam berbagai program acara. Perkembangan televisi swasta yang makin marak di Indonesia menjadi pesaing bagi TVRI. TVRI harus berjuang untuk meraih pemirsanya yang saat ini juga menjadi pangsa pasar bagi televisi swasta. Ketidakberhasilan TVRI meraih pemirsa lewat program-programnya dapat berarti kegagalan baginya menjadi media yang memperkokoh keberadaan ideologi Pancasila atau sebagai *ideological state apparatus*. Tampaknya dalam praktek, TVRI cukup sulit bergerak dalam mengatasi persaingan dengan TV swasta.

Hal ini disebabkan karena biaya untuk satu paket produksi acara sangat mahal. Jika biaya yang disediakan oleh negara memadai, belum tentu menjawab pula dari segi mutu dan kualitas. Kondisi ini tampaknya menjadi penyebab mengapa institusi penyiaran pemerintah ini sering dikatakan lesu darah dalam menghadapi persaingan dengan televisi swasta. Bahkan dapat dikatakan semacam justifikasi jika pihak TVRI menganggap televisi swasta bukanlah saingan namun mitra program-program acara yang asal jadi dan kurang mampu meraih audiens.

TVRI juga dibebani oleh berbagai tugas dan aturan. Beberapa kalangan menilai bahwa yang membuat TVRI semakin terpuruk adalah aturan-aturan yang mereka buat sendiri. Misalnya, peran sebagai penjaga moral masyarakat dijadikan alasan untuk melarang tampilan-tampilan yang dianggap merusak kepribadian bangsa sekaligus nilai-nilai budaya. Kendala mengenai keterbatasan dana dalam pembangunan, TVRI menganggap perlu pengembangan siaran melalui siaran saluran terbatas. Penyelenggaraan siaran saluran terbatas tersebut dapat dilakukan melalui pihak ketiga yaitu swasta nasional yang bersedia menanamkan sejumlah modal. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara formal, penyelenggaraan siaran televisi swasta tersebut merupakan kepanjangan tangan dari pemerintah.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan dapat disimpulkan pemirsa pemirsa tertarik pada acara TVRI hanya pada waktu dan acara tertentu saja. Secara umum pemirsa kurang tertarik dengan acara TVRI karena kurang mengandung hiburan sesuai harapan pemirsa, sehingga preferensi hanya pada acara tertentu saja. Secara keseluruhan, pemirsa tidak memiliki preferensi yang kuat terhadap program TVRI karena program acara yang ditayangkan kurang tersegmentasi. Program acara merupakan faktor utama bagi preferensi pemirsa. Menurut pendapat pihak manajemen atau pengelola TVRI, larangan beriklan bagi TVRI membawa akibat mengurangi pendapatan TVRI dan menjadikan TVRI lebih eksklusif sebagai suara pemerintah serta mengurangi ketertarikan pada TVRI sebagai media hiburan.

TVRI Yogyakarta sebagai stasiun televisi publik sebaiknya mengkhususkan acara pemirsa yang sebagian besar hanya pada cara budaya. Selain itu, TVRI perlu melakukan *positioning* pada acara tertentu misalnya khusus pada tayangan budaya lokal seperti ketoprak, dan wayang sehingga pemirsa lebih tersegmentasi. Program acara stasiun televisi publik idealnya menyiarkan program-program yang mengandung nilai budaya lokal dan pembawa identitas bangsa yang menyentuh kaum minoritas atau segmen khusus lainnya sekalipun dianggap tidak menarik bagi kelompok tertentu atau bahkan sebagian besar publik. Tentu konsekwensi dari kondisi ini adalah minimnya sponsor/pendanaan. Hal ini dapat ditanggulangi dengan mengusulkan tambahan

anggaran belanja TVRI ditambah. Jika setiap hari pemirsa terpuaskan atau memperoleh manfaat dari sekitar satu jam saja acara stasiun TV publik, itu sudah sesuatu yang positif. Disamping itu pemirsa sebagai pihak publik harus menyelamatkan stasiun TV publik, sebab rata-rata stasiun TV swasta lebih berorientasi pada laba tanpa mempedulikan dampak yang ditimbulkan oleh adanya siaran yang tidak mengindahkan nilai budaya bangsa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alhassan, Hamdiah & Kwakwa, Paul Adjei. (2013). Preference for Television Stations among Inhabitants of Akropong Akuapem, Ghana. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. Volume 3 (1). January
- Bungin, Burhan. (2001). *Imaje Media Massa*, Yogyakarta: Jendela
- Gazali, Efendy. (2005). *Menyelamatkan 'TVRI'?*, Jakarta: Media
- Hofmann, Ruedi. (1999). *Dasar-Dasar Apresiasi Program Televisi*, Jakarta: PT Grasindo
- Moleong, Lexy. (1999). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remadja Rasdakarya
- Mulyana, Deddy. (2005). *Memimpikan TV Berwibawa*, Makalah untuk Seminar Nasional
- Malik, Reena. (2016). Factors Affecting Preference for Television News Channels among School Teachers with Special Reference to District Sirsa, Haryana. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR)* Vol 2 (6), ISSN: 2454-1362
- Munyoki, Justus M & Kirigo, Wachira Rose. (2011). Factors That Influence Consumer Preference Of Television Stations By Public Primary School Teachers In Langata Division, Nairobi. *Proceeding. 7<sup>th</sup> ORSEA Conference to be held in Nairobi in October 2011*
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 13 Tahun 2005, tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia
- Postman, Neil (1995). *Menghibur Diri Sampai Mati, Mewaspada Media Televisi*, Jakarta: Sinar Harapan
- Sekaran, Uma. (2003). *Research Methods for Business: Skill-Building Approach*, Fourth Edition, New York : John Wiley & Sons Inc.
- Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002
- Wardhana, Veven. (1997). *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

# **PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA JASA LAYANAN SERVICE SEPEDA MOTOR DI YOGYAKARTA**

**Dwi Wahyu Pril Ranto**

Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta

## **Abstract**

*The purpose of this research is to know the influence of relationship marketing inputs consist of understanding customer expectation, building service partnership, total quality management, and empowering employees to customer loyalty. This research was conducted on motorcycle service service in Yogyakarta. The research sample used is the customer who has come to the service of motor service more than twice. This study used purposive sampling, the sample is taken based on the selection of members of the population on the basis of certain considerations. The number of samples taken is 100 respondents. Based on result of hypothesis testing can be concluded that relationship marketing inputs consist of understanding customer expectation, building service partnership, total quality management and empowering employees have significant effect to customer loyalty.*

**Keywords:** *relationship marketing, customer loyalty.*

## **PENDAHULUAN**

Adanya persaingan yang ketat diantara perusahaan, menuntut adanya strategi yang jitu untuk dapat bertahan dan mempertahankan pelanggannya. Pelanggan menjadi alasan setiap perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Banyak strategi yang dapat diambil untuk membangun keberlanjutan sebuah usaha. Membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan pihak-pihak lain seperti pelanggan, penyalur atau distributor menjadi strategi pemasaran yang penting bagi perusahaan agar berhasil dalam persaingan bisnis. Konsep pemasaran ini dikenal dengan nama *relationship marketing* (Kotler dan Keller (2009).

*Relationship marketing* merupakan filosofi dalam melaksanakan bisnis yang memfokuskan pada mempertahankan dan memperbaiki hubungan dengan pelanggan yang ada sekarang daripada mendapatkan pelanggan baru (Zeithaml *et al.*, 2009). *Relationship marketing* ini bertujuan untuk dapat membangun hubungan yang baik

dan berkesinambungan. Penggunaan *relationship* tidak hanya digunakan di dalam ruang lingkup bisnis namun juga digunakan di ruang lingkup yang lebih luas serta agar dapat bertahan dan berjuang di dalam zona persaingan maka dibutuhkan hubungan yang baik antara satu pihak dengan pihak yang lain. Inilah yang disebut dengan *relationship marketing*

*Relationship marketing* telah berkembang menjadi paradigma baru bagi strategi bisnis dan strategi pemasaran. *Relationship marketing* mampu memperdayakan kekuatan keinginan pelanggan dengan tekanan teknologi informasi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Cakupannya meliputi tuntutan manajemen mutu terpadu secara global untuk menghadapi kebutuhan bisnis pelanggan dengan lebih agresif. Strategi bisnis difokuskan pada kelanggengan dan pemuasan pelanggan serta bekerja untuk mengantisipasi kebutuhan serta penyesuaian hasil produk.

Mengingat pentingnya keberadaan pelanggan, maka perusahaan perlu melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pelanggannya agar tetap loyal kepada perusahaan dan tidak beralih ke pesaing yang ada. Tugas perusahaan adalah menciptakan pelanggan, dan cara menciptakan pelanggan terletak pada *value* yang diberikan kepada pelanggan itu sendiri (Kotler, 2000). *Relationship marketing* akan berjalan dengan baik jika para pelanggan mempunyai kebutuhan yang bersifat jangka panjang dan mempunyai peralihan yang tinggi atau dengan kata lain *relationship marketing* ini sangat terikat pada sistem tertentu dan mengharapkan pelayanan yang konsisten dan tepat waktu (Yasin, (2001).

Penelitian berikut memfokuskan pada implementasi proses *relationship marketing* pada perusahaan yang termasuk dalam jasa pelayanan. Untuk itu dalam penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan yang bergerak pada bidang service kendaraan bermotor. Jasa layanan service kendaraan bermotor merupakan salah satu penyedia jasa yang menerapkan adanya proses *relationship marketing*.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena beberapa alasan. Pertama, dalam mempertahankan konsumennya perusahaan harus mampu menjalin hubungan yang baik. *Relationship marketing* merupakan strategi yang dapat diimplementasikan untuk menunjang tercapainya tujuan tersebut. Kedua, penelitian yang berkaitan dengan implementasi *relationship marketing*, khususnya pada jasa pelayanan service kendaraan belum banyak dilakukan.

Penelitian ini menggunakan model *effective relationship marketing* dari Evans dan Laskin (1994). Model *effective relationship marketing* ini terdiri dari *relationship marketing inputs* yang mencakup *Understanding customer expectation*, *Building service partnership*, *Total quality management*, *Empowering employess* dan *Relationship marketing outcomes* yang mencakup *customer satisfaction*, *Customer loyalty*, *Quality of product*, *Increased profitability*.

Dengan menggunakan model Evans dan Laskin (1994), ingin diketahui dampak dari implementasi *relationship marketing inputs* terhadap *relationship marketing outcomes* yang dihasilkan khususnya *customer loyalty*. Implementasi *relationship marketing* ini akan dilakukan pada bengkel *service* sepeda motor. Untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh *relationship marketing inputs* yang terdiri dari *understanding customer expectation*, *Building service partnership*, *Total quality management*, dan *empowering employees* terhadap *customer loyalty*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Konsep Relationship Marketing**

*Relationship marketing* merupakan semua kegiatan pemasaran yang diarahkan untuk membangun, mengembangkan dan mempertahankan kesuksesan pertukaran relasional (Morgan dan Hunt, 1994). Sedangkan menurut Evans dan Laskin (1994) *relationship marketing* diartikan sebagai proses dimana suatu perusahaan membangun aliansi jangka panjang dengan pelanggan dan calon pelanggan, bekerjasama untuk mencapai satu tujuan yang ditentukan. Tujuan tersebut dipenuhi dengan memahami kebutuhan konsumen, memperlakukan konsumen sebagai mitra, menjamin bahwa para pegawai memenuhi kepuasan konsumen dan memberikan kualitas yang baik pada konsumen.

Berry (1995) mendefinisikan *relationship marketing* sebagai cara untuk memperoleh loyalitas pelanggan dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Definisi tersebut menekankan bahwa *relationship marketing* merupakan tahap lebih lanjut setelah mendapatkan pelanggan baru, yaitu membina hubungan dengan pelanggan, mengubah menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan serta memperlakukan pelanggan sebagai pihak yang harus dibela oleh perusahaan.

Implementasi konsep *relationship marketing* memungkinkan adanya loyalitas pelanggan, karena *relationship marketing* berusaha memantapkan, memelihara, dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dengan menganggap pelanggan sebagai rekan atau *partner*. Konsep *relationship marketing* yang dirumuskan oleh Evans dan Laskin (1994) adalah terdiri dari *relationship marketing inputs* dan *relationship marketing outcomes*.

### **Relationship Marketing Inputs**

#### **1. Understanding Customer Expectations**

Memahami apa yang diharapkan oleh pelanggan adalah keharusan bagi perusahaan. Perusahaan dalam hal ini melakukan identifikasi apa yang diinginkan

oleh konsumen dan memasarkan barang dan jasa di atas tingkat mereka harapkan (Evans dan Laskin, 1994). Meskipun konsep tersebut sederhana banyak perusahaan mengalami kesulitan dalam melakukan identifikasi harapan-harapan pelanggannya. Hal tersebut terjadi karena adanya kesenjangan antara apa yang diinginkan konsumen dengan apa yang diberikan oleh perusahaan (sudut pandang konsumen) (Evans dan Laskin, 1994).

2. **Building Service Partnership**

Pelayanan kemitraan ada ketika suatu perusahaan bekerjasama secara erat dengan konsumen dan menambahkan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen atas suatu produk perusahaan. Menurut Evans dan Laskin (1994) terdapat beberapa pertimbangan dalam membangun pelayanan kemitraan, diantaranya adalah (1) kedua pihak yaitu pembeli dan penjual memiliki fokus yang sama mengenai kebutuhan spesifik yang ingin dicapai dan masing-masing harus merasa dalam posisi “win-win”, (2) kedua pihak merupakan kolaboratif yang harus bekerjasama mencapai tujuan yang sama dan (3) kedua pihak harus melakukan antisipasi adanya masalah.

3. **Total Quality Management**

*Total quality management* menggambarkan penekanan mutu yang memacu seluruh organisasi, mulai dari pemasok sampai pada konsumen (Render dan Heizer, 2001). *Total quality management* melibatkan koordinasi secara penuh untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan terus menerus mengadakan perbaikan pada setiap perusahaan. Evans dan Laskin (1994) menjelaskan bahwa fokus dari *total quality management* adalah meningkatkan kepuasan konsumen, mengutamakan pendekatan kualitas, menggunakan banyak dimensi kualitas, melibatkan dan memberdayakan pegawai untuk mencari cara melakukan tindakan yang lebih baik, dan memiliki orientasi proses.

4. **Empowering Employees**

Pemberdayaan secara umum berarti “*turning the front line loose*,” sehingga mendorong dan memberi penghargaan pada orang untuk melakukan inisiatif dan imajinatif (Bowen dan Lawler, 1992). Dari persepsi *relationship marketing*, berarti para pekerja berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menyelesaikan permasalahan konsumen.

## **Relationship Marketing Outputs**

1. **Customer Satisfaction**

Kepuasan adalah penilaian evaluatif pilihan terakhir dari transaksi tertentu (Selnes 1993). Dinyatakan, lebih lanjut kepuasan dapat dinilai secara langsung sebagai perasaan keseluruhan. Maka seseorang dapat puas dengan produk atau

jasa utama dan pada saat yang sama mengevaluasi hasil seperti rata-rata, dibandingkan yang seharusnya. Sedangkan definisi lain dijelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan akumulasi pengalaman pembelian konsumen dan pengalaman konsumsi (Andreassen, 1994).

2. Customer loyalty

Loyalitas merupakan komitmen yang mendalam untuk membeli atau berlangganan kembali produk atau jasa yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang, sehingga menyebabkan pembelian kembali merek yang sama atau seperangkat merek yang sama walaupun pengaruh situasi dan upaya-upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perubahan perilaku tersebut (Oliver, 1999).

Loyalitas pelanggan menunjukkan perilaku yang dimaksudkan berkaitan dengan produk atau jasa (Selnes, 1993). Hal ini termasuk kemungkinan pembelian mendatang atau pembaharuan kontrak jasa atau sebaliknya, seberapa mungkin konsumen akan beralih ke penyedia jasa atau merek lain.

3. Quality of Product

Mendapatkan produk yang berkualitas adalah harapan setiap pelanggan. Untuk mewujudkan hal ini adalah tugas perusahaan. Pemberian kualitas layanan superior tampaknya menjadi syarat untuk sukses, karena jika tidak maka dalam jangka waktu tidak lama bisnis semacam ini tidak akan kuat bertahan. Parasuraman, *et al.* (1988), memandang kualitas sebagai suatu bentuk evaluasi keseluruhan terhadap produk, sama halnya dengan sikap. *Relationship marketing* disini berfungsi sebagai pendorong bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan jasa.

4. Increased Profitability

Menghasilkan profit adalah tujuan perusahaan. Untuk berhasil proses *relationship marketing* harus mampu menghasilkan laba jangka panjang yang lebih tinggi. *Relationship marketing inputs* mungkin membutuhkan pengeluaran yang cukup besar. Tetapi, *outcomes* dari proses *relationship marketing* akan menghasilkan kinerja penjualan yang lebih baik, efisiensi biaya produksi dan pemasaran, jadi akan berdampak positif pada kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

### **Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Susanto dan Samuel (2013) pada sektor ritel menunjukkan hasil bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini ditunjukkan dari konsumen Mitra Sepuluh yang bersedia melakukan pembelian ulang pada Mitra sepuluh.

Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh Chrismardani (2009) pada perbankan menunjukkan hasil bahwa *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Dijelaskan bahwa upaya-upaya *relationship marketing*

yang terdiri dari *belonging, communication, personalization, rewarding, dan security and convenience* memberikan dampak pada *customer retention*, yang menunjukkan bahwa nasabah selalu ingin kembali.

Penelitian tentang *relationship marketing* juga dilakukan oleh Haruna (1997) pada perusahaan jasa penerbangan Bouraq Airlines, yang menunjukkan hasil bahwa atribut *relationship marketing inputs* yaitu *understanding customer expectation, empowering employees, building service partnership* dan *total quality management* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

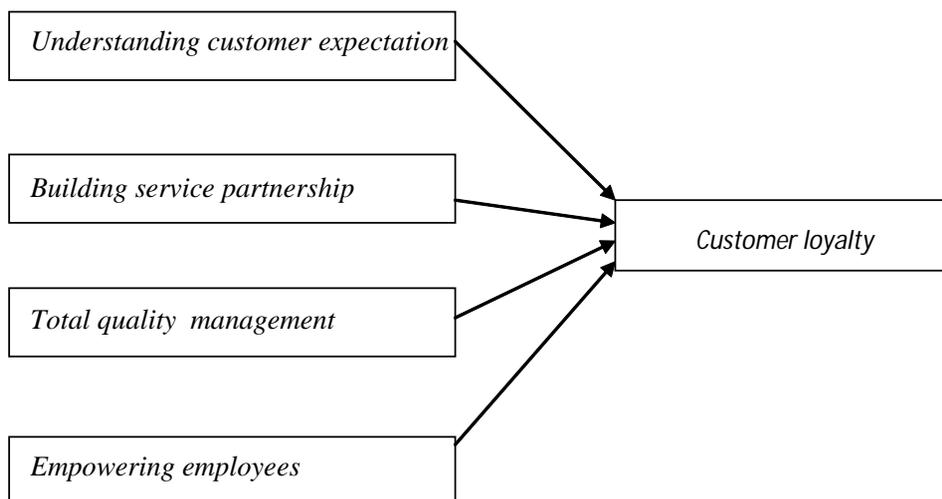
### **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

- H1 : *Understanding customer expectation* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.
- H2 : *Building service partnership* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.
- H3 : *Total quality management* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.
- H4 : *Empowering employees* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*

### **Model penelitian**

Berdasarkan kajian teori dan tujuan penelitian, maka berikut ini kerangka pemikiran dari penelitian.



Gambar: 1 Model Penelitian

## **METODA PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Penelitian ini dilakukan pada jasa layanan service sepeda motor yaitu Bengkel Mandiri Motor di Kota Yogyakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah datang ke layanan jasa service motor lebih dari dua kali.

### **Metoda Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu diberikan langsung kepada responden.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu sampel diambil didasarkan pada pemilihan anggota populasi atas dasar pertimbangan tertentu. Dasar pertimbangan yang diambil adalah pelanggan yang telah datang dua kali karena dianggap dapat melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden.

### **Variabel penelitian dan pengukuran**

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management*, dan *empowering employees*. Sedangkan variabel dependennya adalah *customer loyalty*. Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan indikator yang sebelumnya digunakan oleh (Evans dan Laskin, 1994).

### **Uji Kualitas Instrumen**

Metode pengujian instrumen dimaksudkan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana instrumen dapat menjadi alat pengukur yang valid dan stabil dalam mengukur suatu gejala yang ada.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan korelasi *Product Moment*, dengan bantuan program SPSS *for windows versi 20*, instrumen penelitian dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, dan dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan 100 responden yang diambil di bengkel Mandiri motor, maka berikut adalah hasil pengolahan data dan selanjutnya dapat diketahui karakteristik respondennya. Dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 75 orang atau 75,0%, sedangkan responden perempuan adalah berjumlah 25 orang atau 25%. Sedangkan berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berusia antara 25 tahun - 35 tahun berjumlah 51 orang atau 51,0%, sedangkan responden berusia di atas 35 tahun - 45 tahun berjumlah 24 orang atau 24,0% dan di atas 45 tahun berjumlah 25 orang atau 25,0%.

Berdasarkan pendidikan dapat diketahui responden dalam penelitian ini pendidikannya SMP yaitu berjumlah 21 orang atau 21,0%, pendidikannya SMA yaitu berjumlah 54 orang atau 54,0%, sedangkan responden yang pendidikannya Diploma/Sarjana berjumlah 25 orang atau 25,0%.

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel *relationship marketing inputs* terhadap *Customer loyalty*.

Tabel 1  
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Standardized Coefficients	Sig.	Ket.
<i>Understanding customer expectation (X1)</i>	0,203	0,024	Signifikan
<i>Building service partnership (X2)</i>	0,203	0,016	Signifikan
<i>Total quality management (X3)</i>	0,279	0,001	Signifikan
<i>Empowering employees (X4)</i>	0,286	0,002	Signifikan
R <sup>2</sup> Adj=0, 628      Sig. F hitung = 0.000			

### Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa *Understanding customer expectation*, *Building service partnership*, *total quality management* dan *Empowering employees* berpengaruh signifikan terhadap *Customer loyalty*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi masing-masing yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sedangkan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0.628 menunjukkan bahwa variabel *Understanding customer expectation*, *Building service partnership*, *Total quality*

*management*, dan *Empowering employees* mampu menjelaskan *Customer loyalty* sebesar 62.8% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka pembahasan yang dapat dilakukan mengenai pengaruh variabel *relationship marketing inputs* terhadap *customer loyalty* adalah bahwa *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *total quality management* dan *empowering employees* merupakan prediktor bagi *customer loyalty*. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi dari *relationship marketing inputs* seluruhnya dilakukan oleh pihak layanan service sepeda motor yang menjadi target penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Susanto dan Samuel (2013) dan Haruna (1997) mendukung hasil penelitian ini, dimana pelanggan bersedia melakukan pembelian ulang karena merasakan efek *relationship marketing* yang diterapkan oleh penyedia jasa. Untuk itu sangatlah penting bagi perusahaan atau penyedia jasa untuk menciptakan kesetiaan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan:

1. *Understanding customer expectation* berpengaruh terhadap *customer loyalty*
2. *Building service partnership* berpengaruh terhadap *customer loyalty*
3. *Empowering employees* berpengaruh terhadap *customer loyalty*
4. *Total quality management* berpengaruh terhadap *customer loyalty*

### **Saran**

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Pengelolaan pada *understanding customer expectation*, *building service partnership*, *empowering employees* dan *total quality management* harus terus ditingkatkan karena merupakan prediktor bagi *customer loyalty*. Upaya menjalin hubungan jangka panjang dapat terus dilakukan dengan menggunakan konsep *relationship marketing*.
2. Untuk penelitian mendatang dapat mengambil sampel pada industri jenis lainnya, seperti industri perhotelan, restoran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Anderssen, T.W., 1994, "Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector," *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7, No.2, pp.16-34.

- Berry, L., 1995, "Relationship Marketing of Service Growing Interest: Emerging Perspective," *Journal of The Academy Marketing Science*, Vol. 23, Fall, pp 236-245.
- Bowen, D. E and Lawler, E., 1992, "The Empowerment of service Workers: What, Why, How and When," *Sloan Management Review*, Spring, pp 31-39.
- Chrismardani, Yustina, 2009, Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Customer Retention Orientation* dan Dampaknya Pada *Relationship Outcome* dari Nasabah Bank Umum di Kota Malang, *Wacana*, Vol. 12, No. 2 April. hal. 299-310.
- Evan, Joel R. and Laskin, R.L., 1994, "The Relationship Marketing Proses: A Conceptualization and Aplication," *Industrial Marketing Management*, Vol. 23, pp. 439-452.
- Haruna, S., 1997, The Implementation of Relationship Proses By Bouraq: The Customer's Perspective," *Kelola Gadjah Mada University Business Review*, Vol. 15 hal. 24-37.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2009, *Marketing Management* (13th ed). New Jersey : Upper Saddle River.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Morgan, R. M. and Hunt, S. D., 1994, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 3, pp. 20-38.
- Oliver, R. L., 1999, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 63, No. 4, pp. 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., 1988, SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Render, B. and Heizer, J., 2001 *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Selnes, F., 1999, "An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty," *Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 9, pp 19-35.
- Susanto, Franky dan Samuel, Hatane, 2013, Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap *Loyalitas Pelanggan*, Mitra 10 Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, 1-15.

Yasin, A., 2001, Mengelola Pelanggan dengan Jaminan Mutu dan Relationship Marketing untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Lintas Ekonomi, *Majalah ilmiah*. Volume XVIII No. 2, pp. 10-25.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler., 2009, Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm 5th Edition. New York: McGraw Hill.



**PENERAPAN *ONE VILLAGE ONE PRODUCT* (OVOP)  
UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS UMKM  
EKONOMI KREATIVITAS SENTRA INDUSTRI BATIK  
DESA JARUM KECAMATAN BAYAT KABUPATEN KLATEN**

**Nany Noor Kurniyati**

Universitas Widya Mataram Yogyakarta  
nanykurniati@gmail.com

**Abstract**

*This study aims to examine the application of One Village One Product (OVOP) to improve the creativity of SMEs creative creative batik industry center Jarum Village Bayat District Klaten regency. The location of the research was conducted in Jarum Village, Bayat Sub-district, Klaten Regency, which has superior Batik product which is the target of OVOP program, and the Office of Industry and Trade and the Cooperative and SME Office as the main data source. This research uses descriptive qualitative research with the aim of giving Picture or describe the state of the object. The results showed that the application of One Village One Product (OVOP) Desa Jarum Bayat Sub-district of Klaten District in an effort to improve the creativity of SMEs is done by involving the active role of artisans and support by the village government. The creative economic activities carried out are oriented towards mutual interest and commitment to quality and product innovation development, so that business activities can grow together, there is no unhealthy competition or dropping each other.*

**Keywords:** *One Village One Product, Creativity, UMKM, Creative Economy*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perubahan pola pembangunan dengan konsep otonomi daerah memberikan peluang yang besar bagi daerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat di daerahnya. Dengan peluang desentralisasi yang ada tersebut, diharapkan setiap daerah dapat berkembang lebih pesat dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi

nasional yang memungkinkan terjadi pemerataan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

Sejalan dengan perkembangan dan pembangunan yang ada masalah yang besar dihadapi oleh daerah saat ini adalah keterbatasan akan sumber daya pembangunan, seperti; inftrastruktur, sumber daya manusia, teknologi dan pembiayaan, sehingga kondisi tersebut mengharuskan pemerintah daerah melakukan prioritas pembangunan di daerahnya, yang didalam penentuannya sangat tergantung kepada tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing daerah (rencana pembangunan dan strategi pembangunan daerah).

Perubahan paradigma pembangunan dari berbasis pada sumber daya alam (*natural resources basis*) sebagai keunggulan *comparative*, ternyata memunculkan permasalahan eksploitasi sumber daya alam, dan terbukti tidak berkelanjutan serta beresiko pada rendahnya daya dukung sumber daya lingkungan yang ada. Untuk itulah diperlukan sebuah paradigma baru yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Paradigma baru ini adalah sebuah konsep pembangunan yang berkelanjutan dengan berbasiskan pada kemampuan sumber daya manusia (teknologi, budaya, pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman) dalam mengelola sumber daya alam yang berorientasi pada keunggulan inti daerah (*regional core competences*).

Sumber daya pembangunan bertumpu pada kolaborasi antara ketersediaan sumber daya pembangunan yaitu, sumber daya alam, sumber daya manusia, teknologi, pasar, jaringan pemasok dan inftrastruktur ekonomi. Pembangunan yang bertitik tolak dari pengembangan keunggulan inti daerah inilah yang akan memberikan nilai tambah bagi daerah tersebut. Pandangan ini sejalan dengan semangat kemandirian daerah dalam UU Nomor 32 tahun 2004, melalui pemanfaatan sumber daya, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang dimiliki secara efisien dan optimal dalam rangka membangun daya saing daerah.

Dalam rangka mempercepat pengembangan UKM, maka dilaksanakan program pengembangan UKM dengan pendekatan OVOP (*One Village One Product*). Pendekatan OVOP merupakan upaya untuk mengurangi kesenjangan kegiatan pembangunan di kota dan pedesaan dengan mengembangkan ekonomi rakyat berbasis potensi lokal, mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat. Pada awalnya OVOP dicanangkan sebagai kebijakan dalam rangka mengatasi masalah depopulasi yang disebabkan generasi muda yang meninggalkan daerah asalnya dan menyebabkan lesunya industri setempat. Selain itu, konsepsi yang ditekankan dalam program ini, bahwa yang penting bukan hanya kemakmuran dari segi ekonomi (*Gros National Product*), tetapi juga kepuasan batin (*Gros National Satisfaction*) masyarakat setempat.

*One Village One Product (OVOP)* merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam wadah koperasi atau UKM. Program ini merupakan tindak lanjut dari Instruksi Presiden nomor 6 tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Instruksi Presiden nomor 5 tahun 2008 tentang Fokus Program Ekonomi Tahun 2008-2009 serta Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan IKM melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk di Sentra.

Definisi OVOP di Indonesia dari Deputy Menteri Bidang Pengkajian Sumber Daya UKM Kementerian Koperasi dan UKM RI adalah merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam wadah koperasi atau UKM.

Menurut Prayudi (2008), latar belakang munculnya OVOP ada tiga yaitu: pertama, adanya konsentrasi dan kepadatan populasi di perkotaan sebagai akibat pola urbanisasi dan menimbulkan menurunnya populasi penduduk di pedesaan. Kedua, untuk dapat menghidupkan kembali gerakan dan pertumbuhan ekonomi di pedesaan, maka perlu dibangkitkan suatu roda kegiatan ekonomi yang sesuai dengan skala dan ukuran pedesaan dengan cara memanfaatkan potensi dan kemampuan yang ada di desa tersebut serta melibatkan para tokoh masyarakat setempat. Ketiga, mengurangi ketergantungan masyarakat desa yang terlalu tinggi terhadap pemerintah daerah maupun pemerintah pusat.

Produk Unggulan Kabupaten Klaten sebagai komoditas andalan yang memiliki keunggulan kompetitif (*competitive advantage*), berdasarkan data Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah, maka yang menjadi Produk unggulan yang berkembang di Kabupaten Klaten sampai saat ini antara lain: klaster lurik, klaster keramik, klaster makanan olahan, klaster konveksi, bordir, sulam, klaster batik, klaster logam ceper, klaster desa wisata, klaster minapolitan, klaster meubel, dan klaster handycraft. Kesebelas produk tersebut telah mampu disejajarkan dengan produk sejenis dengan daerah lain. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa produk-produk tersebut bukan hanya terkenal tapi juga mampu menembus pasar regional, nasional dan internasional.

Pemerintah Kabupaten Klaten telah melakukan beberapa kegiatan yang sifatnya mengangkat produk unggulan Kabupaten Klaten, baik ditingkat lokal, regional, nasional maupun internasional. Pemerintah Kabupaten Klaten juga melakukan Pembinaan OVOP berbasis koperasi sekaligus memberikan bantuan peralatan kepada kelompok UMKM secara langsung.

Salah satu gambaran upaya nyata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Klaten dalam program OVOP, diantaranya produk batik yang menjadi salah satu

dari produk unggulan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Kabupaten Klaten Jawa Tengah, dengan mengoptimalkan pemasarannya. Saat ini promosi UMKM batik dan produk lainnya dari kabupaten maupun kota sedang dikembangkan dan banyak dipamerkan di kalangan masyarakat.

Seperti halnya, produk unggulan batik Brayat Kabupaten Klaten yang memiliki keunikan motif yang beragam dan mengangkat ciri khas setiap daerah telah mencapai pasar ekspor. Keunikan batik-batik Brayat yang beragam motifnya memiliki daya saing tersendiri jika disandingkan dengan produk khas daerah lain, karena batik Brayat selalu mengedepankan corak kedaerahan. Produk unggulan batik di Klaten, tersebar di Kecamatan Bayat, Kalikotes, dan Kemalang.

Pemerintah Kabupaten Klaten mengharapkan agar kegiatan ini dapat dilaksanakan berkesinambungan dimasa mendatang, tidak hanya OVOP, kegiatan lainnya juga diharapkan dapat saling bersinergi untuk mendukung usaha di tengah masyarakat, misalnya program kredit lunak yang dapat diperoleh bagi masyarakat dan koperasi, hingga pelaksanaan pelatihan, pembinaan dan perhatian pemerintah. OVOP bertujuan untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal, dari sumber daya yang bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, memiliki *image* dan daya saing yang tinggi. Selain itu, pengembangan UMKM yang berdaya saing tinggi di pasar domestik dan global serta mencari komoditas potensial di satu sentra yang memanfaatkan potensi lokal.

Permasalahan yang masih dihadapi oleh sebagian besar UMKM, produk unggulan tersebut nyatanya belum sampai menjadikan daya saing bagi daerah Kabupaten Klaten untuk memiliki nilai lebih, sehingga perlu adanya pemberdayaan dan pengelolaan produk unggulan tersebut dapat maksimal dan mampu menjadi ikon yang mendorong upaya mensejahterakan masyarakatnya dan meningkatkan pembangunan daerah. Potensi produk batik apabila dikembangkan melalui pembinaan dan usaha yang sungguh-sungguh dari pemerintah daerah akan mampu menjadi daya saing tersendiri. Atas pertimbangan potensi produk unggulan batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten, peneliti tertarik untuk mengangkat persoalan ini untuk dilakukan penelitian tentang bagaimana penerapan *One Village One Product* (OVOP) untuk meningkatkan kreativitas UMKM ekonomi kreatif sentra industri batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.

## **Permasalahan**

Penerapan OVOP untuk meningkatkan kreativitas UMKM ekonomi kreatif sentra industri batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten memerlukan strategi yang sesuai dengan prinsip mendasar OVOP dan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh industri produk batik di daerah sasaran. Atas dasar

potensi produk unggulan yang ada Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten di khususnya mengenai produk unggulan batik maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana penerapan *One Village One Product* (OVOP) untuk meningkatkan kreativitas UMKM ekonomi kreatif sentra industri batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten?”

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji penerapan *One Village One Product* (OVOP) untuk meningkatkan kreativitas UMKM ekonomi kreatif sentra industri batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.

### **Urgensi (Keutamaan) Penelitian**

Pengembangan desain produk unggulan batik Desa Jarum Kecamatan Bayat merupakan salah satu aspek dari keseluruhan aspek yang terkait dalam pendekatan OVOP untuk mengembangkan potensi daerah. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yang mencakup keseluruhan aspek terkait, yaitu aspek-aspek yang menjadi faktor penentu keberhasilan penerapan OVOP.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai bahan masukkan kepada penyelenggara pembinaan OVOP khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Serta Dinas Koperasi dan UKM sehingga dapat dirumuskan kebijakan untuk mengatasi permasalahan pola pembinaan UMKM dan penanggulangan kemiskinan. Selain itu penelitian ini dapat sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengembangan mutu dan meningkatkan strategi pembinaan OVOP yang telah berjalan, sehingga kelompok UMKM dapat menjadi pelopor program OVOP dapat menyebar ke seluruh desa/kelurahan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Penelitian Pendukung**

Penelitian serupa telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Meirina Triharini, Dwinita Larasati & R. Susanto (2014) berjudul “Pendekatan *One Village One Product* (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta”. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya ketidaksesuaian dalam penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam penerapan OVOP. Hal tersebut ditunjukkan dalam poin-poin sebagai berikut: 1) Prinsip local but global memiliki sedikit kesesuaian dengan penerapan program OVOP di Plered, hal ini berkaitan dengan pengembangan potensi kerajinan gerabah dan keramik hias yang

menjadi fokus utama pemerintah dalam program tersebut. 2) Prinsip *self-reliance* and *creativity* tidak teridentifikasi dalam penerapan OVOP di Plered. Hal ini disebabkan karena program OVOP yang bersifat top-down dari pemerintah pusat dan sosialisasi dari program OVOP yang relatif baru (sejak 2008). Program OVOP yang disusun oleh pemerintah juga tidak menitikberatkan pada pengembangan motivasi dan kreativitas perajin/pengusaha. Program OVOP juga tidak dititikberatkan kepada pengembangan kemandirian atau pemberdayaan masyarakat setempat. 3) Prinsip ketiga yaitu *human resources development* juga tidak ditemukan dalam pelaksanaan program OVOP di Plered. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya pembinaan terhadap masyarakat setempat, selain perajin/pengusaha. Selain itu, masyarakat juga tidak dilibatkan secara meluas dalam program OVOP.

Penelitian Lili (2009) menjelaskan beberapa model program sejenis OVOP di beberapa negara diantaranya di Melalui program sejenis OVOP ini beberapa negara di Asia Tenggara menemukan keunggulan bersaing berdasarkan potensi sumber daya dan *competitiveness* masing-masing produk negara tersebut. Satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. OVOP bertujuan untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal berdasarkan potensi sumber daya yang ada, bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan. Malaysia yang menerapkan codes untuk industri minyak sawitnya dan dalam kaitan produk pangan halal, negara ini disiapkan menjadi hub untuk pemasaran internasional. Thailand melaksanakan program *One Tambon One Product* (OTOP) untuk mengurangi kemiskinan sehingga dapat dengan mantap memasuki era industri yang berbasis pertanian. Pemerintah Thailand menerapkan Kebijakan proteksi dalam hal harga pada produk potensial seperti perkebunan karet. Selanjutnya menjelaskan Efektivitas dan keberhasilan OVOP tidak lepas dari 6 kunci sukses pelaksanaannya, yaitu: 1) kesadaran dan pemahaman sumber daya manusia tentang OVOP, 2) menggali potensi yang tersembunyi dari masing-masing desa/wilayah. 3) memperhatikan produk-produk yang memiliki nilai tambah lebih tinggi, 4) melanjutkan percobaan-percobaan dan usaha-usaha yang terus-menerus, 5) membangun pasar dan saluran distribusi, 6) pembinaan bakat dan kreativitas sumber daya manusia.

### **Kebijakan *One Village One Product* (OVOP)**

Konsep OVOP berasal dari Oita, Jepang dan diadopsi oleh berbagai negara di dunia. *One Village One Product* (OVOP) adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat sekaligus

meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya. Penerapan OVOP dalam rangka memajukan industri kerajinan memerlukan strategi yang sesuai dengan prinsip mendasar OVOP dan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh industri produk kerajinan di daerah sasaran. Dasar hukum pelaksanaan OVOP di Indonesia adalah berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 Tentang Percepatan Sektor Riil dan Pembangunan Usaha Mikro Kecil dan Menengah tanggal 8 Juni 2007 yang mengamanatkan pengembangan sentra melalui pendekatan *One Village One Product (OVOP)*.

OVOP merupakan suatu pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar global, dengan tetap memiliki ciri khas keunikan karakteristik dari daerah tersebut. Produk yang dihasilkan adalah produk yang memanfaatkan sumber daya lokal, baik sumber daya alam, maupun sumber daya manusia. Sumber daya alam ataupun produk budaya lokal serta produk khas lokal yang telah dilakukan secara turun temurun dapat digali dan dikembangkan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi sesuai tuntutan dan permintaan pasar. Dengan pembagian peran yang jelas dari masing-masing pemangku kepentingan, adanya perencanaan yang baik, adanya tahapan kegiatan dan komitmen bersama pemangku kepentingan untuk memperkuat IKM di tanah air, maka peningkatan efektivitas pengembangan IKM melalui pendekatan OVOP di sentra diharapkan dapat dicapai (Dirjen IKM, 2012:1).

OVOP diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia (Murayama, 2009). OVOP yang di Indonesia akan menjadi Satu Desa Satu Produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah (maksud dan pengertian satu desa dapat diperluas menjadi kecamatan, kabupaten/kota, maupun kesatuan wilayah lainnya sesuai dengan potensi dan skala usaha secara ekonomis) untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. OVOP bertujuan untuk menggali dan mempromosikan produk inovatif dan kreatif lokal berdasarkan potensi sumber daya yang ada, bersifat unik khas daerah, bernilai tambah tinggi dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan (Lili, 2009:14).

Adapun tujuan program dari pengembangan UMKM dengan pendekatan OVOP di sentra adalah untuk:

- 1) Mempercepat pengembangan UMKM.
- 2) Mengembangkan potensi produk unggulan dan memiliki keunikan daerah menjadi produk kelas dunia.
- 3) Meningkatkan pendapatan dan membangun kebanggaan masyarakat daerah yang memiliki produk unggulan dan unik di pasar global.

Sasaran yang hendak dicapai dalam implementasi program OVOP adalah:

- 1) Kerja sama dengan berbagai pihak yang saling menguntungkan.
- 2) Membangun *sustaiabiulity* (kesinambungan) berbagai aktivitas di perdesaan/daerah, yang antara lain dapat dilaksanakan melalui manajemen rantai suplai (*supply chain management*), penempatan kelembagaan korporasi dan peningkatan infrastruktur.
- 3) Menghasilkan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para petani serta masyarakat di sekitarnya.
- 4) Meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) terhadap pasar untuk para pelaku usaha/petani.

Prinsip Gerakan OVOP meliputi tiga prinsip, yaitu:

- 1) Lokal Tapi Global

Pengembangan Gerakan OVOP bertujuan untuk meningkatkan, mengembangkan dan memasarkan produk yang dapat menjadi sumber kebanggaan masyarakat setempat. Terutama yang dapat dipasarkan, baik di dalam maupun di luar negeri, sehingga tercapai tujuan “Lokal Tapi Global.”

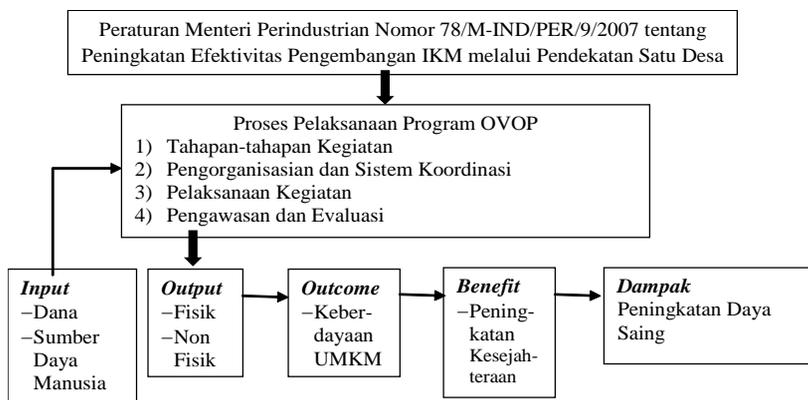
- 2) Kemandirian dan Kreativitas

Sebagai penghela Gerakan OVOP adalah masyarakat setempat. Agar mampu mandiri masyarakat harus mampu bangkit dan kreatif.

- 3) Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pemerintah Daerah harus menyadari dan mampu mendorong sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Mampu melakukan terobosan baru di sektor Pertanian, Industri, Pariwisata, Jasa, serta Pemasaran produknya, sehingga meningkatkan kualitas, produktivitas, dan daya saing.

### Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

## **METODA PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan memberikan gambaran atau mendiskripsikan keadaan objek.

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten, yang memiliki produk unggulan Batik yang menjadi sasaran program OVOP, dan Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Serta Dinas Koperasi dan UKM sebagai pusat sumber data utama.

### **Sumber Data**

1. Data Primer yaitu data yang diambil langsung dari sumbernya atau belum melalui pengumpulan dari pihak lain. Dalam penelitian, data ini mampu diolah sesuai dengan kehendak si peneliti dalam kaitannya dengan kebutuhan data untuk di analisa. Data primer penelitian ini adalah data dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan informan yang kemudian dijadikan sebagai subjek penelitian yakni pihak-pihak terkait dan *stake holder* yang berkaitan dengan pengembangan produk unggulan Batik Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung dari nara sumbernya langsung melainkan sudah dikumpulkan oleh pihak lain dan sudah diolah. Data sekunder berupa naskah, peraturan-peraturan, dokumentasi resmi, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi, yaitu suatu cara untuk memperoleh data melalui pengamatan langsung terhadap obyek penelitian. Obyek penelitian mempunyai tiga elemen penting yaitu: lokasi atau tempat suatu situasi, manusia-manusia pelaku yang memainkan peranan tertentu, dan kegiatan atau aktivitas para pelaku pada lokasi berlangsungnya suatu situasi tertentu.
2. Wawancara, adalah salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan kontak langsung guna mendapatkan informasi atau keterangan yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan penelitian.
3. Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumentasi, peraturan-peraturan dan notulen rapat. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan

melihat catatan, Koran, jurnal, internet, dan data tertulis lainnya sebagai bukti upaya yang sudah maupun yang belum dilaksanakan.

### **Fokus Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang diambil, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah penerapan *One Village One Product* (OVOP). Secara lebih rinci, fokus penelitian yang mengacu pada indikator pengukuran kinerja (Bastian, 2006: 267) dapat dilihat pada matrik berikut:

Tabel 1. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian	Aspek Kajian	Sub Aspek Kajian
Kinerja Penerapan OVOP	Masukan ( <i>Input</i> )	1) Dukungan dana pelaksanaan program OVOP 2) Dukungan Sumber Daya Manusia Pelaksana OVOP 3) Dukungan Sarana Prasarana 4) Kesiapan Data dan Informasi 5) Payung Hukum atau Pedoman Pelaksanaan Program OVOP
	Proses ( <i>Process</i> )	1) Pelaksanaan tahapan-tahapan kegiatan 2) Pengorganisasian dan sistem koordinasi 3) Pelaksanaan kegiatan 4) Pengawasan dan evaluasi
	Keluaran ( <i>Output</i> )	1) Keluaran fisik 2) Keluaran non fisik
	Hasil ( <i>Outcomes</i> )	Tingkat pencapaian atas hasil yang lebih tinggi yang menyangkut kepentingan banyak pihak
	Manfaat ( <i>Benefit</i> )	Pencapaian manfaat yang diharapkan
	Dampak ( <i>Impact</i> )	Peningkatan Daya Saing

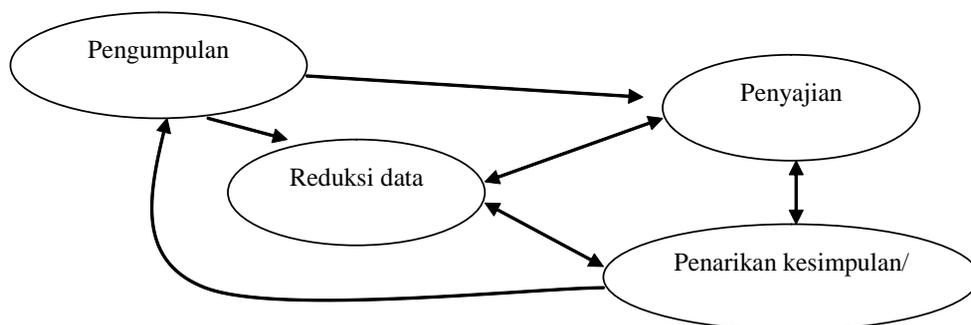
### **Teknik Analisis Data**

Analisis data di lapangan menggunakan teknik model Miles and Huberman. Menurut Miles dan Huberman (2007:16), dalam model analisis interaktif dinyatakan

bahwa analisis data tersebut terdiri 3 alur kegiatan, yaitu: reduksi data, data *display* (penyajian data) dan *conclusion drawing/ verification* (penarikan kesimpulan), sebagai berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*)  
Mereduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dari data yang diperoleh di lapangan. Dalam mereduksi data, peneliti akan dipandu tujuan yang akan dicapai.
2. Penyajian data (*data display*)  
Setelah data di reduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Susunan penyajian data yang baik dan jelas sistematikanya akan sangat membantu peneliti itu sendiri.
3. Penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*)  
Penarikan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan awal sudah didukung bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dari ketiga langkah analisis data tersebut, aktivitasnya berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Model seperti ini disebut model analisis interaktif yang dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. Analisis Model Interaktif**

## **HASIL PENELITIAN**

Informan yang ditetapkan dalam penelitian ini terdiri dari Kasi PMD Kecamatan Bayat, Kepala Desa Jarum, Sekretaris Desa Jarum dan Perajin Batik. Data lengkap kelompok informan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.  
Data Kelompok Informan

No.	Unsur Informan	Jumlah	Posisi
1.	Unsur Pemerintah Kecamatan Sekretaris Kecamatan dan Kasi PMD	2 orang	Informan Sekunder
2	Unsur Pemerintah Desa Kepala Desa Sekretaris Desa dan Kepala Dusun	3 Orang	Informan Kunci
3	Perajin Batik	3 Orang	Informan Kunci

Pemerintah Indonesia melaksanakan program OVOP sebagai salah satu upaya untuk memajukan potensi industri kecil dan menengah di daerah. OVOP bertujuan untuk mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat. Dengan tujuan ini, pelaksanaan program OVOP masih difokuskan hanya pada perajin dan pelaku UMKM pada suatu daerah.

Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah merupakan salah satu pusat kerajinan batik di Klaten, sebagai warisan budaya yang telah menghidupi sebagian besar masyarakat Desa Jarum yang terkenal dengan hasil batikannya yang halus. Pemerintah Kabupaten Klaten melihat potensi kerajinan batik sebagai salah satu atraksi utama yang dapat ditawarkan dalam pengembangan produk UMKM dan pariwisata berbasis budaya.

Berdasarkan hasil pengumpulan data penelitian, sekaligus menjawab rumusan masalah dalam penelitian, diperoleh gambaran yaitu penerapan *One Village One Product* (OVOP) Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten dalam upaya untuk meningkatkan kreativitas UMKM dilakukan dengan melibatkan peran aktif perajin dan dukungan oleh pemerintah desa. Aktivitas ekonomi kreatif yang dijalankan berorientasi pada kepentingan bersama dan komitmen terhadap mutu dan

pengembangan inovasi produk, sehingga aktivitas usaha dapat berkembang bersama, tidak terjadi persaingan yang tidak sehat atau saling menjatuhkan. Penjelasan secara rinci dari kesimpulan di atas, berdasarkan dimensi atau pendekatan proses yaitu:

Data hasil penelitian, baik melalui wawancara dengan narasumber maupun sumber data yang lain dapat disajikan berdasarkan aspek-aspek pelaksanaan program OVOP berbasis proses sebagai berikut.

### **Aspek Masukan (*Input*)**

Usaha batik telah menjadi daya tarik bagi warga Desa Jarum karena memiliki nilai ekonomi yang baik sebagai sumber penghasilan, usaha batik juga merupakan warisan turun-temurun dari generasi sebelumnya, sehingga sebagian besar warga Desa Jarum terlibat dalam menjalankan usaha kerajinan batik, baik sebagai mata pencaharian utama maupun sebagai pekerjaan sampingan. Di sisi lain, pemerintah desa memberikan peranan yang besar dalam mendukung keberlangsungan usaha kerajinan batik, diantaranya dalam memberikan pembinaan, pengawasan, perlindungan usaha dan fasilitasi terkait dengan program pemerintah.

Pada aspek masukan (*input*) menjelaskan dukungan dana pelaksanaan program OVOP, Dukungan Sumber Daya Manusia, Dukungan Sarana Prasarana, Kesiapan Data dan Informasi dan Payung Hukum atau Pedoman Pelaksanaan Program OVOP.

Pelaksanaan OVOP di Desa Jarum terus berkembang meskipun masih menghadapi beberapa kendala seperti dukungan sarana prasarana berupa akses transportasi dan infrastruktur jalan, sistem pengelolaan usaha. Kegiatan UMKM didasarkan atas kebersamaan dan mempertahankan kekhasan produk batik yang diwariskan secara turun-temurun, serta mengembangkan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan produk baru yang diminati oleh konsumen.

Pelaksanaan program OVOP di Desa Jarum Kecamatan Bayat, sebagian besar perajin batik menggunakan dana secara mandiri untuk semua kebutuhan dalam menjalankan usaha batik. Bantuan dana dari pemerintah dalam bentuk pinjaman bergulir kurang efektif untuk mendukung usaha batik yang dilakukan oleh para perajin karena jumlahnya yang sangat kecil. Terkait dengan modal usaha kerajinan batik, setiap perajin mengupayakan modal sendiri melalui bank atau pinjaman dari lembaga keuangan lainnya.

Berikut penjelasan dari salah satu pelaku UMKM Batik.

Setiap perajin menggunakan modal usaha sendiri, tidak menggantungkan bantuan dari pemerintah karena jumlah bantuan modal dari pemerintah sangat kecil, sehingga tidak cukup untuk menjalankan usaha batik.

Pendapat di atas dikonfirmasi oleh pemerintahan desa,

Pemerintah memang pernah memberikan bantuan berupa pinjaman bergulir, melalui program PDM DKE, P2KP dan PNPB Mandiri, tetapi jika dibagi kepada beberapa perajin, jumlahnya tidak mencukupi, sehingga setiap perajin lebih mencari pinjaman modal usaha sendiri. Pemerintah desa juga memiliki koperasi yang dapat memberikan bantuan modal, tetapi kekuatan modal koperasi juga masih kecil.

Lebih lanjut dijelaskan,

Tidak semua warga menjalankan usaha batik sendiri, ada juga warga yang hanya menjadi perajin dan bekerja untuk pemilik usaha batik.

Selanjutnya, tentang dukungan sumber daya manusia, dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan program OVOP di Desa Jarum memiliki kekuatan sumber daya manusia untuk memproduksi batik yaitu tersedia tenaga kerja yang cukup trampil karena secara turun-temurun, hingga saat ini kerajinan batik terus diperkenalkan dan diwariskan kepada generasi muda, sehingga sebagian besar warga sudah memiliki keterampilan membatik. Namun demikian jumlah pelaku UMKM yang trampil di bidang manajemen dan pemasaran masih terbatas.

Berikut penjelasan dari salah satu pelaku UMKM Batik

Untuk kebutuhan perajin batiknya, di desa Jarum tidak kekurangan tenaga kerja karena sebagian besar warga dapat membatik sejak kecil, meskipun memiliki mata pencaharian lain. Yang masih kurang adalah tenaga pemasaran dan pengelola unit usaha, sehingga biasanya kegiatan pemasaran dan pengelola usaha langsung ditangani oleh pelaku UMKM dengan keterampilan yang dimiliki.

Berikut penjelasan Kepala Desa.

Ketersediaan jumlah perajin cenderung stabil atau cukup. Kerajinan batik dapat menjadi mata pencaharian bagi warga. Jika sedang tidak ada pekerjaan, warga dapat membatik, atau dilakukan setelah pulang kerja. Bahkan jika perajin yang sudah mandiri secara perlahan memulai menjalankan usaha batik sendiri.

Pendapat di atas dikonfirmasi oleh Kasi PMD Kecamatan Bayat,

Keterampilan membatik sudah dimiliki warga Desa Jarum sejak kecil, tetapi program pelatihan untuk mengembangkan kemampuan sumber daya manusia juga sering dilakukan, baik oleh pemerintah daerah maupun program CSR dari perguruan tinggi dan swasta.

Dukungan sarana prasarana dalam penyelenggaraan program OVOP di Desa Jarum sudah cukup baik. Berbagai sarana prasarana terkait dengan melaksanakan usaha batik semua sudah tersedia, setiap perajin sudah menyediakan tempat produksi dan ruang *display* produk yang sudah siap dipasarkan. Sarana prasarana terkendala pada tersedianya infrastruktur jalan dan angkutan umum menuju Desa Jarum. Kondisi akses angkutan umum dan infrastruktur jalan menuju Desa Jarum masih belum memadai, sehingga kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan mengikuti pameran

atau pelanggan melakukan pemesanan kemudian pesanan dikirim melalui jasa pengiriman barang/paket.

Penjelasan oleh Perangkat Desa.

Hingga saat ini kita masih terkendala akses angkutan umum yang tidak langsung ke Desa Jarum dan infrastruktur jalan yang hanya dapat dilalui kendaraan kecil. Hal ini kurang mendukung kegiatan pemasaran di lokasi, bahkan pemerintah desa telah membuatkan *show room* yang cukup besar, tetapi karena jumlah pengunjung yang datang ke Desa Jarum sangat sedikit justru akan merusak produk yang sudah jadi karena terlalu lama dipajang. Kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui kegiatan pameran atau melalui pemesanan.

Terkait dengan kesiapan data dan informasi dalam penyelenggaraan OVOP di Desa Jarum belum dikelola dengan baik, sebagian besar pelaku UMKM menjalankan unit usahanya dengan sistem manajemen konvensional, bahkan semua administrasi dan keuangan masih dilakukan dalam pengelolaan sederhana. Data dan informasi penyelenggaraan OVOP hanya tersedia dalam daftar isian profil desa yang memuat tentang jumlah usaha dan perajin batik, sedangkan jumlah produksi, jenis produk dan nilai transaksi dari aktivitas UMKM kerajinan batik belum dikelola dengan baik.

Berikut penjelasan Perajin Batik.

Meskipun batik Jarum sudah cukup dikenal luas, tetapi pengelolaan data dan informasi batik Jarum masih dikelola secara sederhana. Mungkin bagi pelaku UMKM yang sudah memiliki toko atau butik sudah menggunakan manajemen yang lebih maju.

Penjelasan Kepala Desa.

Sampai saat ini pengelolaan UMKM masih dilakukan secara manual karena belum menjadi usaha yang skala besar dan tenaga kerja yang terlibat biasanya dari saudara atau tetangganya, jadi belum memerlukan pengelolaan usaha yang modern. Dahulu pernah ada program pengelolaan *online* yang diselenggarakan oleh PT.Telkom, tetapi akhirnya para perajin juga tidak mau sistem yang rumit.

Pembahasan terakhir pada aspek *input* tentang payung hukum atau pedoman pelaksanaan program OVOP di Desa Jarum dapat dijelaskan bahwa pedoman pelaksanaan UMKM dan payung hukum bagi perajin batik hanya didasarkan pada kesadaran masing-masing perajin dan pelaku UMKM dan komitmen untuk menjadikan usaha batik sebagai usaha bersama. Dalam hal ini pedoman yang menjadi dasar untuk melestarikan dan keberlangsungan usaha batik adalah setiap perajin dan pelaku UMKM memberikan kepada yang lain untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi serta menjalankan usaha, termasuk tidak ada batasan hak kekayaan intelektual atau hak paten terhadap salah satu produk. Dalam hal ini menjadi peran penting pemerintah desa untuk memberikan pembinaan dan pengawasan agar usaha batik di Desa Jarum dapat menjadi usaha bersama dan mempertahankan pangsa

pasar Desa Jarum sebagai sentra batik tulis di Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.

Berikut penjelasan Sekretaris Camat.

Program OVOP tidak terbatas pada satu jenis produk saja, berlaku untuk semua keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing desa. Tahapan dan kegiatan yang dilaksanakan semua sama, yang membedakan di Desa Jarum adalah warga tidak terlalu memperhatikan adanya payung hukum atau aturan khusus. Warga desa hanya berkomitmen untuk menjadikan kerajinan batik sebagai usaha bersama dan kepentingan bersama, tidak ada kegiatan untuk saling menjatuhkan atau persaingan yang tidak sehat.

Pemerintah Kecamatan hanya menghimbau kepada para pelaku usaha untuk mendaftarkan ijin usahanya dan melengkapi persyaratan usaha agar pemerintah dapat memberikan hak kepada pelaku usaha sebagai unit usaha yang sah.

Berdasarkan pembahasan pada masing-masing aspek masukan dalam pelaksanaan program OVOP, maka dapat digambarkan bahwa dalam pelaksanaan OVOP di Desa Jarum terus berkembang meskipun masih menghadapi beberapa kendala, seperti dukungan sarana prasarana dan pengelolaan usaha. Kegiatan UMKM didasarkan atas kebersamaan dan mempertahankan kekhasan produk batik yang diwariskan secara turun-temurun, serta mengembangkan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan produk baru yang diminati oleh konsumen. Untuk mendapatkan hak-hak yang diberikan oleh pemerintah, sebagai kelompok UMKM, para pelaku dihimbau untuk melengkapi administrasi persyaratan usaha yang sah.

### **Aspek Proses (*Process*)**

Aspek proses mencakup pelaksanaan tahapan-tahapan kegiatan, pengorganisasian dan sistem koordinasi, pelaksanaan kegiatan, pengawasan dan evaluasi. Pelaksanaan OVOP didasarkan pada kepentingan usaha bersama, setiap perajin memiliki kebebasan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi melalui produk yang dihasilkan serta dapat memasarkan produknya secara langsung kepada masing-masing pelanggannya atau melalui pusat pemasaran produk yang dikelola oleh pemerintah desa. Proses pembuatan batik terus mengembangkan inovasi produk dan mempertahankan batik tulis menggunakan bahan alami yang menjadi keunggulan. Pemerintah desa menjalankan peran untuk memberikan pembinaan, regenerasi, usaha pemasaran dan pengawasan, sehingga tidak terjadi upaya menjatuhkan usaha orang lain atau persaingan yang tidak sehat. Pemerintah desa menjalin komunikasi yang baik dengan setiap perajin, sehingga jika terjadi kendala atau berbagai hal yang harus dilakukan untuk mendukung program pemerintah dapat disampaikan secara efektif kepada para perajin.

Hasil pengumpulan data berdasarkan pelaksanaan tahapan-tahapan kegiatan dapat dijelaskan yaitu setiap kegiatan UMKM atau usaha batik sepenuhnya dilakukan oleh pelaku UMKM, yaitu mulai dari tahapan produksi, kegiatan pemasaran dan

pengembangan usaha. Pemerintah dalam hal ini melalui pemerintah desa hanya memfasilitasi jika ada kegiatan atau program yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah dan melibatkan para pelaku UMKM dan perajin. Pada dasarnya sentra kerajinan batik di Desa Jarum merupakan unit usaha perseorangan atau kelompok.

Selanjutnya, pengorganisasian dan sistem koordinasi dalam menjalankan UMKM kerajinan batik juga menjadi tanggung jawab bersama antara pelaku UMKM dan pemerintah desa. Selama ini kegiatan usaha masih menjadi tanggung jawab masing-masing pelaku usaha karena belum terbentuk Badan Usaha Milik Desa yang mewadahi para pelaku UMKM kerajinan batik.

Berikut penjelasan Sekretaris Camat.

Pada dasarnya usaha kerajinan batik di Desa Jarum merupakan unit usaha perorangan atau kelompok, sehingga keberlangsungan usaha sepenuhnya menjadi tanggung jawab para pelaku UMKM, baik dalam menentukan jenis produk, jumlah, pemasaran dan keperluan lain. Pemerintah hanya memfasilitasi dan memberikan pendampingan kegiatan UMKM sesuai dengan program kerja yang sudah ditetapkan.

Lebih lanjut dijelaskan,

Prioritas bagi pemerintah desa untuk mewadahi kegiatan UMKM adalah membentuk BUMDes. Hal ini bertujuan untuk memudahkan dan membantu para pelaku UMKM untuk mengelola dan memasarkan produk yang dihasilkan.

Di sisi lain, penjelasan oleh Pemerintah Desa,

Secara umum, para pelaku UMKM sudah mandiri, dalam rencana kerja ke depan mungkin akan dipertimbangkan untuk membentuk BUMDes. Selama ini pemerintah desa hanya melakukan pembinaan kepada kelompok perajin yang baru menjalankan usahanya, sedangkan para pelaku UMKM yang sudah berjalan dapat bekerja sama dengan koperasi. Pemerintah desa juga sudah memiliki *showroom* yang dapat dimanfaatkan para perajin. Artinya, jangan sampai pembentukan BUMDes justru menghambat kreativitas dan pemasaran yang sudah terbentuk.

Selanjutnya, dalam kegiatan pengawasan dan evaluasi, dilaksanakan secara bersama-sama pemerintah desa dengan seluruh warga, yaitu melalui forum musrenbangdes, termasuk dalam menyusun rencana kerja atau pembangunan desa.

Batik kain merupakan cikal bakal perajin batik tulis di Desa Jarum, terutama batik kain jarik, namun dengan berkembangnya permintaan pasar dan perkembangan mode, para perajin batik tulis Desa Jarum tidak hanya memproduksi batik berupa kain, melainkan juga sudah ada yang dipadukan dengan produk lain, yaitu kayu. Dalam perkembangannya, permintaan pasar produk batik kain sudah meluas pada batik pakaian, batik kain, hiasan, dan aksesoris rumah tangga lain seperti taplak, seprai, sajadah, sarung bantal, dan lain-lain.

### **Aspek Keluaran (*Output*)**

Aspek keluaran meliputi keluaran fisik dan non fisik. Dari hasil usaha batik yang dijalankan oleh para pelaku UMKM dan perajin, keluaran yang secara langsung dapat diperoleh oleh para pelaku UMKM adalah mendapatkan penghasilan atau sebagai mata pencaharian warga. Di sisi lain, para perajin batik dapat mengembangkan keterampilan yang pada akhirnya dapat menjalankan usaha batik sendiri seperti yang telah banyak dilakukan oleh warga.

Usaha batik menjadi daya tarik bagi masyarakat Desa Jarum karena dapat menjadi sumber penghasilan yang cukup baik dibandingkan menjalankan jenis pekerjaan yang lain atau dapat dilakukan sebagai pekerjaan tambahan. Di sisi lain, setiap perajin dan generasi penerus dapat terus mengembangkan kreativitas dan keterampilannya.

Bagi para pelaku UMKM dapat memperoleh produk yang berkualitas dari kreativitas dan keterampilan para perajin. Batik-batik yang ada di Kecamatan Bayat ini pemasarannya bukan hanya di Kabupaten Klaten, melainkan ke luar kota seperti Surakarta, Yogyakarta, Semarang, Jakarta, hingga ke luar negeri seperti Malaysia, Thailand, dan India.

Berikut penjelasan pelaku UMKM,

Dari usaha batik yang dijalankan, hasil yang diperoleh secara langsung adalah para perajin dapat menjadikan usaha kerajinan batik sebagai sumber penghasilan atau mata pencaharian, bahkan setelah perajin memiliki pengalaman yang cukup dan memiliki modal maka mereka akan menjalankan usaha sendiri. Bagi pelaku usaha tentunya memperoleh batik yang berkualitas karena para perajin rata-rata sudah memiliki keterampilan dasar membatik, dan tidak kesulitan mencari tenaga untuk membatik.

Pendapat yang sama disampaikan oleh perangkat desa,

Dengan berkembangnya kerajinan batik menjadi sentra batik di Desa Jarum, tentunya memberikan keuntungan bagi para pelaku UMKM dan para perajin. Kegiatan membatik tidak mengganggu aktivitas utama warga, sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan.

Keluaran dari pelaksanaan program OVOP kerajinan batik Desa Jarum dapat digambarkan yaitu setiap perajin batik Bayat mendesain produk batik sendiri dan mereka mengembangkan desain dengan belajar dan menambah pengetahuan serta selalu mengikuti tentang *fashion* atau *trend* yang sedang berkembang di pasaran.

Batik tulis Desa Jarum mempunyai ciri motif khas, yang tidak ada pada daerah industri batik lainnya. Motif batik khas Desa Jarum antara lain latar putih dengan motif kambil secukil/kopi pecah dan remukan. Kelebihan yang dimiliki oleh pembatik Desa Jarum adalah warna natural, yang merupakan pewarnaan kain batik dengan menggunakan bahan-bahan alami, seperti dari kulit pohon mahoni, kulit pohon duwet,

kulit pohon secang dan kulit pohon tangi yang menghasilkan berbagai warna, antara lain coklat, violet, merah hati, kuning dan gambir, serta warna-warna alami tersebut dapat dikombinasikan untuk memperoleh efek warna baru, sehingga akan mendapatkan banyak pilihan warna.

Keluaran produk kerajinan batik Desa Jarum yaitu batik kayu, merupakan hasil kreasi dan inovasi warga pembatik Desa Jarum. Hasil produk itu meliputi batik wayang, pigura, sandal dan hiasan-hiasan rumah tangga lainnya. Pembatik Desa Jarum membuka industri batik kayu dengan tujuan ingin menciptakan peluang pasar baru, dan berusaha melakukan kreasi-kreasi dengan media batik selain menggunakan media kain.

### **Aspek Hasil (*Outcomes*)**

Sejak dini masyarakat tertarik dan memiliki keterampilan untuk menjalankan usaha kerajinan batik karena setiap perajin telah memperkenalkan kerajinan batik dan melibatkan secara langsung kepada anaknya sejak usia Sekolah Dasar termasuk melalui keikutsertaan dalam perlombaan batik. Usaha batik menjadi daya tarik bagi masyarakat Desa Jarum karena dapat menjadi sumber penghasilan yang cukup baik dibandingkan menjalankan jenis pekerjaan yang lain atau dapat dilakukan sebagai pekerjaan tambahan.

Tingkat pencapaian atas hasil yang dicapai dari pengembangan program OVOP kerajinan batik Desa Jarum adalah penghasilan keluarga lebih tinggi dan berkaitan dengan kepentingan banyak pihak, yaitu mayoritas keluarga yang turut serta dalam kegiatan usaha batik memiliki penghasilan keluarga lebih layak dibandingkan dengan penghasilan penduduk yang memiliki mata pencaharian hanya sebagai buruh atau pekerja informal lainnya, sedangkan terkait dengan kepentingan bersama, warga Desa Jarum dapat melakukan pembangunan sarana prasarana dan fasilitas umum dan layanan sosial secara swadaya dari hasil kegiatan kerajinan batik.

Berikut penjelasan Kepala Desa Jarum.

Hasil yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat adalah penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan keluarga, bagi ibu-ibu rumah tangga dapat menjadikan batik sebagai pekerjaan sampingan setelah selesai mengurus rumah tangga, atau bagi anak-anak dapat membantu membatik setelah pulang sekolah dan upah membatik dapat digunakan untuk keperluan sekolah.

Di sisi lain, untuk kepentingan masyarakat, diantaranya kearifan lokal yang dimiliki dan hasil usaha batik dapat digunakan membantu pemerintah desa untuk membangun fasilitas umum atau layanan sosial, serta menarik minat pihak luar melakukan program sosial atau studi dan penelitian yang sangat berguna untuk mengembangkan aktivitas sosial dan kemasyarakatan.

Penjelasan tersebut dikonfirmasi oleh Kepala Seksi PMD Kecamatan Bayat, sebagai berikut:

Hasil yang dapat dirasakan secara langsung bagi warga Desa Jarum adalah hasil ekonomi dan sosial. Meningkatkan penghasilan keluarga dan mendukung program pemerintah desa dalam melaksanakan pembangunan fasilitas umum dan fasilitas sosial. Dari segi bisnis, pengembangan program OVOP mampu meningkatkan pangsa pasar dan daya saing karena produk batik Desa Jarum tidak hanya dipasarkan di wilayah Kabupaten Klaten, tetapi juga dipasarkan sampai ke manca negara.

Bagi para perajin atau pelaku usaha UMKM, keterampilan membatik dapat menghasilkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, selain itu juga dapat lebih memperkuat silaturahmi dan kerukunan antarwarga, seperti pendapat perajin di bawah ini.

Bagi kami, dengan membatik kami mendapatkan penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Hasil kajian aspek *outcomes* pelaksanaan program OVOP di Desa Jarum dapat dijelaskan yaitu secara umum warga mendapatkan penghasilan tambahan, baik sebagai perajin maupun menjalankan usaha batik. Tidak hanya menjadi penghasilan tambahan, tetapi juga warga dapat membantu pemerintah desa dalam melaksanakan pembangunan fasilitas umum dan fasilitas sosial. Hasil inovasi produk dan pengembangan keterampilan membatik, mendorong produk batik Desa Jarum mampu bersaing di pasar lokal maupun pasar manca negara.

### **Aspek Manfaat (*Benefit*)**

Usaha batik yang dijalankan memberikan manfaat (*benefit*) terhadap aktivitas sosial dan pembangunan desa pada umumnya, diantaranya setiap warga dapat mencukupi kebutuhan hidup dan mampu mendapatkan akses bidang pendidikan, kesehatan, dan dapat melaksanakan aktivitas sosial lainnya.

Hasil kajian aspek manfaat dapat dijelaskan yaitu kegiatan usaha batik dan kerajinan batik Desa Jarum memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat. Manfaat yang dapat dirasakan diantaranya tingkat ekonomi masyarakat yang stabil, sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga secara layak dan mengakses fasilitas umum dan layanan sosial seperti layanan kesehatan yang layak dan pendidikan sampai ke tingkat perguruan tinggi.

Manfaat lain yang dapat dicapai adalah keberadaan Desa Jarum sebagai sentra kerajinan batik menjadi lebih dikenal masyarakat luas. Meskipun terdapat beberapa kendala diantaranya kendala akses menuju Desa Jarum dan kegiatan usaha yang dilaksanakan masih menggunakan manajemen yang konvensional, tetapi tidak menjadi penghambat bagi para peminat batik untuk memperoleh Batik Jarum. Banyak peminat batik yang langsung datang ke Desa Jarum dari berbagai daerah seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, dan kota lainnya.

Adanya manfaat secara nyata yang dapat dirasakan bagi warga Desa Jarum, dijelaskan dalam kutipan wawancara dengan semua unsur sebagai berikut.

Bagi pelaku usaha batik.

Adanya OVOP di Desa Jarum, maka usaha kerajinan batik menjadi lebih hidup lagi, pelaku UMKM dan perajin lebih termotivasi karena Desa Jarum lebih dikenal sebagai sentra batik yang berkualitas. Tidak hanya melakukan pemasaran ke luar, tetapi banyak pengunjung yang langsung datang ke Desa Jarum untuk membeli batik.

Selanjutnya, keterangan dari pemerintah desa memberikan penjelasan,

Atas kerja sama semua warga dan pemerintah desa, program OVOP memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat, khususnya di bidang Ekonomi sebagai sumber pendapatan atau mata pencaharian warga. Setelah beberapa waktu mengalami kemunduran dan beberapa warga beralih profesi usaha Angkringan, sekarang warga sudah kembali menekuni kerajinan batik, terutama setelah batik ditetapkan sebagai warisan budaya asli Indonesia. Hal ini mendorong lahirnya pelaku UMKM baru.

Lebih lanjut diterangkan oleh Kasi PMD Kecamatan Bayat.

Manfaat bagi warga adalah menurunnya angka pengangguran dan menciptakan lapangan kerja yang lebih luas, setelah lulus menempuh pendidikan tidak hanya berorientasi untuk mencari pekerjaan di luar daerah, tetapi menjalankan usaha batik yang cukup menjanjikan sebagai alternatif mengembangkan bakat dan keterampilan sesuai dengan latar belakang pendidikan, sehingga UMKM di Kecamatan Bayat lebih berkembang.

Hasil penjelasan di atas memberikan gambaran bahwa program OVOP memberikan manfaat yang cukup besar terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Bayat. Kegiatan UMKM batik menjadi alternatif mengembangkan bakat dan keterampilan tanpa harus mencari pekerjaan di luar daerah. Saat ini kerajinan batik menjadi lebih berkembang dan banyak pelaku UMKM baru yang menjalankan kerajinan batik mendorong Desa Jarum dikenal sebagai sentra Batik Tulis berkualitas. Peningkatan daya saing produk batik mendorong daya saing dan jumlah penjualan.

### ***Aspek Dampak (Impact)***

Secara umum warga Desa Jarum memiliki tingkat kesejahteraan yang baik dari hasil usaha kerajinan batik yang dikembangkan. Usaha ekonomi kreatif yang dilaksanakan memiliki daya saing dan keunggulan dibandingkan dengan jenis usaha batik yang lain. Di sisi lain, Desa Jarum menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas bahkan sampai tingkat internasional sebagai sentra kerajinan batik alami dan destinasi wisata.

Secara umum pelaksanaan program OVOP kerajinan batik di Desa Jarum Kecamatan Bayat memberikan dampak positif terhadap pencapaian manfaat yang

diharapkan yaitu manfaat bidang ekonomi dan sosial masyarakat serta perkembangan daya saing usaha para pelaku UMKM.

Peningkatan daya saing produk batik ini dapat digambarkan dari pemasaran sampai ke luar negeri dan beberapa pemilik merk ternama di Indonesia langsung mendapatkan suplai produk batik dari Desa Jarum, langsung kepada para perajin batik.

Kerajinan membatik tidak hanya sebagai warisan leluhur warga Desa Jarum, tetapi juga memberikan manfaat ekonomis bagi warga yang menjalankannya. Terus berkembangnya usaha batik di Desa Jarum mendorong kepercayaan konsumen untuk membeli produk batik. Bahkan ada beberapa *brand* atau pemegang merk terkenal yang langsung memesan batik kepada perajin di Desa Jarum.

Selanjutnya, penjelasan dari Sekretaris Kecamatan sebagai berikut,

Dampak sosial yang dapat diperoleh dari program OVOP kerajinan batik di Desa Jarum adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat, hal ini mendorong desa lain untuk lebih giat menggali potensi desa masing-masing yang dapat dijadikan sebagai produk unggulan.

Kebijakan OVOP berbasis sentra produk batik Desa Jarum memberikan dampak di bidang ekonomi diantaranya usaha dan kerajinan batik memberikan manfaat ekonomi sebagai mata pencaharian atau sumber pendapatan keluarga, sehingga mampu memenuhi kebutuhan keluarga secara layak. Dampak sosial yang dirasakannya diantaranya kerukunan antarwarga dan menjalankan usaha kerajinan batik dengan dasar mengutamakan kepentingan bersama, sehingga kerajinan batik Desa Jarum berkembang secara bersama tanpa ada persaingan bisnis yang tidak sehat.

Selanjutnya, peningkatan daya saing produk didorong dari segmentasi pasar yang semakin baik dan jangkauan pemasaran yang menembus pasar manca negara, sehingga menumbuhkan kepercayaan konsumen terkait dengan jaminan kualitas produk.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Penerapan *One Village One Product* (OVOP) Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten dalam upaya untuk meningkatkan kreativitas UMKM dilakukan dengan melibatkan peran aktif perajin dan dukungan pemerintah desa. Aktivitas ekonomi kreatif yang dijalankan berorientasi pada kepentingan bersama dan komitmen terhadap mutu dan pengembangan inovasi produk, sehingga aktivitas usaha dapat berkembang bersama, tidak terjadi persaingan yang tidak sehat atau saling menjatuhkan.

Penjelasan secara rinci dari kesimpulan di atas berdasarkan dimensi atau pendekatan proses yaitu:

1. Aspek masukan (*Input*)

Dapat disimpulkan bahwa usaha batik telah menjadi daya tarik bagi warga Desa Jarum karena memiliki nilai ekonomi yang baik sebagai sumber penghasilan. Usaha batik juga merupakan warisan turun-temurun dari generasi sebelumnya, sehingga sebagian besar warga Desa Jarum terlibat dalam menjalankan usaha kerajinan batik, baik sebagai mata pencaharian utama maupun sebagai pekerjaan sampingan. Di sisi lain, pemerintah desa memberikan peranan yang besar dalam mendukung keberlangsungan usaha kerajinan batik, diantaranya dalam memberikan pembinaan, pengawasan, perlindungan usaha dan fasilitasi terkait dengan program pemerintah.

2. Aspek proses (*Process*)

Dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan OVOP didasarkan pada kepentingan usaha bersama, setiap perajin memiliki kebebasan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi melalui produk yang dihasilkan serta dapat memasarkan produknya secara langsung kepada masing-masing pelanggannya atau melalui pusat pemasaran produk yang dikelola oleh pemerintah desa. Proses pembuatan batik terus mengembangkan inovasi produk dan mempertahankan batik tulis menggunakan bahan alami yang menjadi keunggulan. Pemerintah desa menjalankan peran untuk memberikan pembinaan, regenerasi, usaha pemasaran dan pengawasan, sehingga tidak terjadi upaya menjatuhkan usaha orang lain atau persaingan yang tidak sehat. Pemerintah desa menjalin komunikasi yang baik dengan setiap perajin, sehingga jika terjadi kendala atau berbagai hal yang harus dilakukan untuk mendukung program pemerintah dapat disampaikan secara efektif kepada para perajin.

3. Aspek keluaran (*Output*)

Usaha batik menjadi daya tarik bagi masyarakat Desa Jarum karena dapat menjadi sumber penghasilan yang cukup baik dibandingkan menjalankan jenis pekerjaan yang lain atau dapat dilakukan sebagai pekerjaan tambahan. Di sisi lain, setiap perajin dan generasi penerus dapat terus mengembangkan kreativitas dan keterampilannya.

4. Aspek hasil (*Outcomes*)

Sejak dini masyarakat tertarik dan memiliki keterampilan untuk menjalankan usaha kerajinan batik karena setiap perajin telah memperkenalkan kerajinan batik dan melibatkan secara langsung kepada anaknya sejak usia sekolah dasar, termasuk melalui keikutsertaan dalam perlombaan batik.

5. Aspek manfaat (*Benefit*)

Usaha batik yang dijalankan memberikan manfaat (*benefit*) terhadap aktivitas sosial dan pembangunan desa pada umumnya, diantaranya setiap warga dapat mencukupi kebutuhan hidup dan mampu mendapatkan akses bidang pendidikan, kesehatan dan dapat melaksanakan aktivitas sosial lainnya.

6. Aspek dampak (*Impact*)

Secara umum warga Desa Jarum memiliki tingkat kesejahteraan yang baik dari hasil usaha kerajinan batik yang dikembangkan. Usaha ekonomi kreatif yang dilaksanakan memiliki daya saing dan keunggulan dibandingkan dengan jenis usaha batik yang lain. Di sisi lain, Desa Jarum menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas bahkan sampai tingkat internasional sebagai sentra kerajinan batik alami dan destinasi wisata.

### **Saran**

Saran yang dapat diajukan setelah melihat hasil simpulan di atas, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan, yang dapat direkomendasikan dalam upaya mengembangkan usaha ekonomi kreatif dan penelitian di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Sesuai dengan Kebijakan dan Program Pemerintah Pusat dan Daerah, Pemerintah Desa membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk mengelola kegiatan UMKM.
2. Pemerintah Desa mengupayakan kemudahan bagi perajin untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan harga yang lebih murah, misalnya menjalin kemitraan dengan produsen kain bahan batik dan pewarna batik karena selama ini perajin mencari sendiri bahan baku yang dibutuhkan dari Jogja, Solo, atau kota lain.
3. Merumuskan kebijakan peningkatan mutu produk dan jasa, serta pemahaman perajin terhadap mekanisme dan prosedur menjalankan usaha ekonomi kreatif.
4. Mengembangkan program OVOP terintegrasi dengan bidang lainnya, seperti pariwisata dan industri kerajinan di tingkat nasional maupun internasional.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dahliani, Lili. 2009. “*One Village One Product (OVOP) Tinjauan dari Manajemen Produksi Tanaman.*” *Jurnal Manajemen Perkebunan LPP COM*. Edisi Mei. LPP, Yogyakarta: hlm. 14-16.

Dirjen IKM. 2012. *Buku Petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi dan Pembinaan*

*Produk OVOP*. Kementerian Perindustrian, Jakarta.

Indra, Bastian. 2006. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Meirina Triharini, Dwinita Larasati & R. Susanto. 2014. *Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta*. ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 6, No. 1, 2014, 29-42.

Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif*, Buku Sumber tentang Metode-metode Baru. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Murayama, H. 2009. *A Case Study Archive of OVOP for Regional Development, The<sup>6th</sup> OVOP International Seminar*, Bali-Indonesia.

Prayudi. 2008. *Manajemen Isu – Pendekatan Public Relations*. Yogyakarta: Pustaka Adipura.



# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK, KUALITAS FASILITAS KAMPUS DAN KULITAS DOSEN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI STIE SBI YOGYAKARTA**

**Surawan Setyo Budi S.**

STIE SBI Yogyakarta  
surawanbudi@yahoo.com

## **Abstract**

*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta (STIE SBI) in order to improve the quality of the university by improving the services quickly and accurately (IT equipment, one-stop service), facilities with quality classrooms (AC, LCD projector, computer), quality improvement Lecturers (sending lecturers, encouraging lecturers in research), and many more facilities and support of universities in order to provide the best possible service for students.*

*This study aims to determine how the influence of academic service quality, quality of campus facilities and lecturer quality affect student satisfaction in STIE SBI. Respondent in this research is STIE SBI student with sampling method from 2011 to 2015. Data collecting method using questionnaire, measuring tool with Likert scale 5 point in validity and reliability test and analyzed by using regression and correlation analysis.*

**Keywords:** *campus services, campus facilities*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta adalah lembaga pendidikan tinggi yang dibangun ditengah-tengah kancah perjalanan bangsa untuk mencapai dan mengisi kemerdekaan dengan mewujudkan cita-cita bangsa melalui pembangunan nasional yang berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Oleh karena itu STIE SBI pada hakekatnya mengemban tugas untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dengan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, budaya dan seni serta membina dan menghasilkan ilmuwan dan tenaga ahli yang profesional.

Untuk mewujudkan cita-cita di atas, maka pendidikan formal merupakan salah satu jalan yang dapat ditempuh, untuk itu dapat melalui pendidikan tinggi, salah satunya PTS. Pada saat sekarang telah banyak muncul Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Yogyakarta. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang ketat, maka kita masing-masing PTS harus selalu meningkatkan mutu PTS masing-masing, agar jumlah mahasiswa yang masuk dan mendaftar senantiasa meningkat. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mutu Perguruan Tinggi adalah kualitas pelayanan terhadap mahasiswa, Fasilitas kampus yang memadai, serta dosen yang berkualitas. Dari ketiga faktor tersebut diharapkan PTS akan dapat mencerminkan mutu PTS itu sendiri.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh manajemen STIE SBI Yogyakarta adalah kepuasan mahasiswa terhadap apa yang di peroleh di STIE SBI Yogyakarta. Upaya yang dilakukan STIE SBI Yogyakarta dalam memenuhi kepuasan mahasiswa adalah

1. Layanan akademik adalah layanan satu pintu, layanan yang didukung oleh IT, sehingga akan memberikan layanan yang cepat dan akurat, memberikan layanan dengan senyuman, memberikan layanan yang tidak membuat mahasiswa kecewa.
2. Fasilitas yang memadai yaitu fasilitas yang diberikan dalam proses belajar mengajar, fasilitas pendukung yang membuat kenyamanan mahasiswa, serta fasilitas lain yang mendukung kegiatan mahasiswa.
3. Kualitas dosen yaitu dosen selalu ditingkatkan dengan jalan disekolahkan, diberi fasilitas mencari buku referensi, penelitian dan pengembangan yang lain.

Melihat upaya yang dilakukan STIE SBI Yogyakarta dalam rangka peningkatan mutu PTS-nya, untuk mendapatkan kepuasan mahasiswa, maka dalam penelitian ini akan mengambil judul” Pengaruh Kualitas Layanan Akademik, Kualitas Fasilitas Kampus dan Kualitas Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa”.

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, berikut identifikasi masalah pada penelitian ini :

1. Apakah Kualitas Layanan Akademik mempengaruhi kepuasan mahasiswa?
2. Apakah Kualitas Fasilitas Kampus mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa?
3. Apakah Kualitas Dosen mempengaruhi Kepuasan mahasiswa?
4. Apakah ketiga faktor mempengaruhi kepuasan mahasiswa?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan suatu pernyataan tentang apa yang akan dicapai atau apa yang diharapkan dari suatu penelitian, maka dengan demikian tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan akademik mempengaruhi kepuasan mahasiswa di STIE SBI.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas fasilitas kampus mempengaruhi kepuasan mahasiswa di STIE SBI.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas dosen mempengaruhi kepuasan mahasiswa di STIE SBI.
4. Untuk mempengaruhi ketiga faktor tersebut diatas mempengaruhi kepuasan mahasiswa di STIE SBI.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa di STIE SBI.
2. Bagi Instansi  
Bagi kepentingan kedinasan, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangan pemikiran dalam menentukan kebijakan selanjutnya dalam hal peningkatan mutu pendidikan untuk mendapatkan kepuasan mahasiswa.
3. Bagi Pembaca  
Sebagai bahan pertimbangan bila menghadapi atau menemukan permasalahan y sama

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI**

### **Kajian Pustaka**

Dalam penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini adalah pernah dilakukan oleh Irsutami (2015), dalam penelitiannya berjudul analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas belajar mengajar program magister akuntansi terapan, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasa cukup puas terhadap kualitas proses belajar mengajar yang diberikan namun terdapat beberapa dimensi kualitas/kepuasan yang harus menjadi perhatian penyelenggara MAKSI UGM untuk menciptakan tingkat kepuasan yang lebih maksimal.

Rosmida (2015), dalam penelitiannya yang berjudul analisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan pada biro administrasi akademik kemahasiswaan (studi kasus mahasiswa politeknik negeri bengkalis), hasil penelitian bahwa kualitas layanan di BAAK telah memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.

## Kualitas Layanan Akademik

Pengertian Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2007). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Menurut Kasmir (2005), Pelayanan merupakan rasa yang menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan konsumen atau menetapkan sesuatu dimana konsumen sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan guna memenuhi kebutuhan konsumen akan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Menurut Wyckof (dalam Lovecl, 1998) definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Goest dan Dais (1994) Mengemukakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kotler mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan, sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keuntungan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu:

- a. *Expected Service* ( Pelayanan yang diharapkan )
- b. *Perceived Service* ( Pelayanan yang diterima )

Apabila layanan yang diterima/ dirasakan sesuai dengan harapan maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Dan apabila pelayanan melebihi apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan pelayanan yang ideal. Dengan demikian baik tidaknya layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. (Bilson, 2001)

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Dalam penelitian ini yang dimaksud kualitas layanan akademik adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh STIE SBI guna memenuhi harapan dan keinginan mahasiswa.

## **Kualitas Fasilitas Kampus**

### **Pengertian Fasilitas**

Menurut Mauling (2006) fasilitas adalah prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah sesuatu. Fasilitas bisa pula dianggap sebagai suatu alat. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu organisasi tertentu.

Tulus (2003) mengemukakan bahwa sarana kuliah biasanya menjadi penunjang prestasi belajar. Sehingga bila kelengkapan fasilitas belajar sebagai sarana penunjang belajar di kampus memadai, diharapkan dapat mendorong kelaancaran proses belajar mengajar.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang digunakan untuk mempermudah sesuatu pekerjaan di kampus.

### **Pengertian Kampus**

Kampus secara harafiah adalah lapangan atau tegal. Ini diambil dari bahasa latin yaitu "Campus" yang memiliki arti lapangan. Kemudian di terjemahkan menjadi daerah lingkungan bangunan utama perguruan tinggi (universitas, akademi, sekolah tinggi) tempat semua kegiatan belajar mengajar dan administrasi berlangsung.

Biasanya kampus meliputi ruang kuliah, perpustakaan, penginapan atau asrama bagi murid dan siswa, serta ada tempat dijadikan taman yang digunakan sebagai tempat berdiskusi dan bersosialisasi.

### **Pengertian Fasilitas Kampus**

Fasilitas kampus adalah sarana dan prasarana yang menunjang proses belajar mengajar menjadi lancar, serta sesuatu yang menunjang pelayanan yang terkait dengan mahasiswa.

## **Pengertian Kualitas Dosen**

### **Pengertian Dosen**

Dosen adalah salah satu komponen yang esensial di Perguruan Tinggi keberadaan Dosen menjadi sangat penting terkait dengan Peran, Tugas,

Tanggungjawab untuk mewujudkan tujuan Pendidikan Nasional. Untuk menuju tujuan pendidikan nasional tersebut diperlukan Dosen yang Profesional, hal tersebut sesuai dengan UU No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen, dimana dosen dinyatakan sebagai pendidik profesional dan ilmuwan dengan tugas utama mentransformasikan, mengembangkan, dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (Bab 1 Pasal 1 ayat 2). Sehingga diperlukan evaluasi terhadap dosen agar dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya sejalan dengan apa yang diisyaratkan dalam undang-undang tersebut diatas, dengan demikian diharapkan kualitas dosen akan terus meningkat agar mutu mahasiswa juga meningkat maka dengan demikian mutu perguruan tinggi juga akan meningkat

### **Kualitas dosen**

Dosen dikatakan berkualitas adalah dosen yang memenuhi kualifikasi dalam bidang ilmu, moral dan sosial. Bidang ilmu dosen diharapkan dapat mentransformasikan ilmunya dengan baik, mengembangkan, dan menyampaikan ilmu dengan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi.

Disamping menyampaikan ilmu seorang dosen harus menyampaikan dan mendidik moral, etika dan perilaku yang baik, serta harus bisa memberikan contoh hubungan sosial yang baik.

### **Kepuasan Mahasiswa**

#### **Pengertian Kepuasan**

Menurut Supranto (2001) mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan sangat kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut.

Menurut Kotler (1988) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan total bukanlah hal yang mudah, Mudie dan

Cottom menyatakan bahwa kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu (Tjiptono, 1997).

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang, puas dari individu karena antara harapan dan kenyataan dalam memakai dan pelayanan yang diberikan terpenuhi.

### **Kepuasan Mahasiswa**

Kepuasan mahasiswa adalah perasaan senang, puas dari mahasiswa karena mahasiswa mendapatkan apa yang diharapkan dari kampus dan kenyataan, serta pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan.

### **Kerangka pikir**

Untuk mendapatkan kualitas lulusan yang baik tentu perguruan tinggi harus menciptakan kepuasan mahasiswa, dengan terciptanya kepuasan mahasiswa, tentu mendorong mahasiswa untuk belajar lebih baik atau memberikan motivasi mahasiswa dalam meraih ilmu di perguruan tinggi tersebut. Kepuasan dapat dicapai jika kualitas layanan akademik baik, sehingga semua pelayanan terhadap mahasiswa cepat, tepat, baik, dan kualitas fasilitas kampus, untuk memberikan layanan yang baik perlu adanya dukungan fasilitas yang baik, juga menyalurkan aspirasi, potensi, hobi yang mahasiswa miliki. Disamping kedua tersebut dosen berperan sangat penting dalam transformasi ilmu pengetahuan kepada mahasiswa, bagaimana dosen dalam menyampaikan materi, menguasai materi dan buku referensi dosen yang selalu update sangat penting dalam dunia pendidikan.

Peneliti mempunyai pandangan bahwa ketiga variabel tersebut sangat mempengaruhi tercapainya kepuasan mahasiswa dalam menempuh pendidikan di perguruan tinggi, sehingga dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- a. H1: Diduga ada pengaruh yang positif signifikan kualitas layanan akademik (X1) terhadap Kepuasan mahasiswa (Y)
- b. H2: Diduga ada pengaruh yang positif signifikan kualitas fasilitas kampus (X2) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)
- c. H3: Diduga ada pengaruh yang positif signifikan Kualitas dosen (X3) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)
- d. H4: Diduga ada pengaruh yang positif signifikan ketiga variable (X1, X2, X3) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

## **METODE ANALISIS**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Solusi Bisnis Indonesia Yogyakarta yang beralamat di Jalan Ringroad Utara No 17 Condong Catur Yogyakarta, selama satu bulan, yaitu pada bulan April 2016.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu data didapatkan langsung dari sumbernya dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada mahasiswa dengan sistem sampling di STIE SBI. Mahasiswa yang dimaksud adalah sebagian mahasiswa dari angkatan 2010 sampai mahasiswa 2015 dengan jurusan akuntansi dan manajemen, serta mahasiswa kelas reguler dan malam.

### **Populasi dan sampel**

Menurut Riduwan dan Lestari (1991:3) populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa STIE SBI Yogyakarta yang masih aktif.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti harus menggunakan dengan sampel. Sampel diambil secara acak pada mahasiswa STIE SBI Yogyakarta dalam angkatan 2010 sampai angkatan 2015 dan mahasiswa kelas reguler dan kelas malam. Besarnya sampel yang diambil 10% - 15% dari jumlah mahasiswa STIE SBI Yogyakarta yang masih aktif.

### **Variabel Penelitian**

Variabel dalam Penelitian ada variabel bebas terdiri dari kualitas layanan (X1), Kualitas fasilitas (X2), dan Kualitas dosen (X3), sedang variabel terikatnya adalah Kepuasan Mahasiswa (Y)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Kuesioner yang disampaikan kepada responden disertai dengan surat permohonan untuk menjadi responden dan penjelasan mengenai petunjuk pengisian. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian, yaitu: bagian pertama berisi tentang identitas responden, bagian kedua berisi sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang telah

terstruktur mengenai kualitas pelayanan akademik, kualitas fasilitas kampus, kualitas dosen dan kepuasan mahasiswa.

## **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat bantu pada waktu penelitian menggunakan pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Kuesioner digunakan untuk mengungkap data kualitas pelayanan akademik, kualitas fasilitas kampus, kualitas dosen dan kepuasan mahasiswa di STIE SBI yang berisi butir-butir pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden.

## **Uji Instrumen**

### **Uji Validitas**

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila Instrumen tersebut dapat melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang harus diukur (Tjahjono, 2009).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kesahihan setiap butir pertanyaan dalam angket atau kuesioner. Kuesioner yang baik harus dapat berfungsi sebagai alat pengumpul data yang tepat dan akurat. Uji validitas dilakukan terhadap seluruh butir pertanyaan dalam instrumen, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total melalui teknik *Person Correlation*.

### **Uji Reliabilitas**

Suatu alat pengukuran dikatakan reliabel apabila mendapatkan hasil yang tetap sama dari gejala pengukuran yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda. Instrumen dikatakan reliable apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dalam waktu yang berbeda akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain, realibilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran (Tjahjono, 2009).

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Normalitas**

Uji normalitas sebaran digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh termasuk berdistribusi normal atau tidak. Uji ini menggunakan uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov. Jika harga Z dari Kolmogorov Smirnov mempunyai signifikansi  $> 0,05$ , maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

## **Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut homogen atau tidak. Untuk itu perlu dilakukan dengan menggunakan metode Spearman Rank.

## **Multikolinieritas**

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut mempunyai hubungan linier diantara variabel bebas. Metode yang digunakan untuk mengetahui adalah menggunakan metode variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF melebihi dari 10 maka data tersebut mempunyai masalah tentang Multikolinieritas.

## **Analisis Data**

Analisis Regresi Berganda

Bentuk umum persamaan linier berganda adalah

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots$$

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

Koefisien Determinasi berguna untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi maka semakin besar pengaruh variabel tersebut.

## **Pengujian Hepotesis**

a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Variabel yang memiliki nilai t dengan signifikansi kurang dari 5% dapat dikatakan variabel bebas tersebut secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat. Jika hasil uji mempunyai signifikansi kurang dari 5%, maka secara keseluruhan variabel tersebut secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan.

## **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan analisa terhadap konstruk-konstruk dimana analisa dilakukan berdasarkan dari hasil pernyataan responden pada masing-masing

pertanyaan disetiap indikator. Analisis deskriptif ini dikemukakan cara-cara penyajian data dalam tabel maupun diagram yaitu penentuan rata-rata (mean). Arti dari *mean* atau disebut *mean aritmatika* adalah salah satu tipe dari rata-rata (*average*).

Menurut Umar (2000), analisa dilakukan dengan menggunakan nilai mean yaitu menentukan nilai besarnya kelas sebagai berikut :

$$\text{Nilai maksimum} = 5$$

$$\text{Nilai Minimum} = 1$$

$$\text{Rentang Skor} = (5 - 1) / 5 = 0,8$$

Kategori :

- 1,00 s.d 1,80 = sangat rendah
- 1,81 s.d 2,60 = rendah/buruk
- 2,61 s.d 3,40 = sedang/cukup
- 3,41 s.d 4,20 = baik/tinggi
- 4,21 s.d 5,00 = sangat baik

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Perguruan Tinggi STIE-SBI**

Perguruan Tinggi STIE-SBI berdiri sejak tahun 1994, telah berganti tempat/ lokasi kampus sebanyak 3 kali, serta berganti pimpinan sebanyak 6 kali sejak berdiri. Dengan visi dan misi ingin menjadi perguruan tinggi yang terkemuka di Indonesia dalam mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ekonomi dan bisnis yang berjiwa kewirausahaan di era global pada tahun 2025.

Perguruan Tinggi STIE-SBI ingin berbenah dan mengembangkan diri untuk tampil lebih baik dari tahun ke tahun dengan di tunjukan semakin meningkatkan fungsi dan peran sistem informasi yang digunakan STIE-SBI untuk program pembelajaran, pelayanan, dan kualitas dosen. Staf Pengajar Perguruan Tinggi STIE-SBI berjumlah 19 dosen dan memiliki 16 karyawan di berbagai bidang.

Tabel 4.1  
Daftar Pendidikan karyawan

No	Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Prosentase
1	Sarjana	2	4	38%
2	SMA	3	0	19%
3	Diploma	6	0	38%
4	SMP	1	0	6%
	Jumlah	12	4	100%

Tabel 4.2  
Daftar Pendidikan Dosen

No.	Pendidikan	Laki-laki	Perempuan	Prosentase
1	S2	17	0	76%
2	S3	2	0	12%

Dengan semakin meningkatnya peminat mahasiswa baru masuk ke STIE SBI, Institusi menyadari perlu adanya peningkatan fasilitas kampus yang menunjang proses pembelajaran antara lain:

1. Ruang kelas yang ber-AC, menggunakan LCD projector, komputer.
2. Komputer anjungan terkoneksi internet yang bisa digunakan mahasiswa sewaktu-waktu.
3. Perpustakaan yang buka setiap jam 08.00 – 20.00 Wib.
4. Ruang band
5. Lapangan Football
6. Lapangan badminton

Disamping fasilitas senantiasa semakin meningkat, juga pelayanan akademik, perpustakaan, informasi, selalu ditekankan untuk ditingkatkan.

Dengan adanya fasilitas dan layanan yang semakin lama semakin memadai, perlu juga adanya peningkatan kualitas dosen yang tidak boleh ketinggalan juga dalam mengembangkan pengetahuan, selalu uptodate dalam mengikuti keilmuan, mengikuti seminar, sekolah, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang selalu berkembang, sehingga kualitas dosen tidak akan diragukan lagi.

### Profil responden

STIE SBI mempunyai 1300 mahasiswa yang terbagi menjadi jurusan akuntansi dan jurusan manajemen. Mahasiswa STIE SBI sangat beragam jenis latar belakang, ada yang lulusan SMU, kejuruan, pindahan dari PT lain, dan lanjutan dari D3. Disamping itu berbeda latar belakang ekonomi, ada mahasiswa yang masih dibiayai oleh orang tuanya dan ada yang harus bekerja untuk membiayai sekolahnya sendiri, sehingga kuliah di STIE SBI ada yang memilih program reguler yang masuk pagi sampai siang, namun ada yang memilih program reguler sore, yang masuk sore sampai malam.

Mahasiswa dari angkatan 2010 - 2015 baik dari reguler maupun reguler sore yang aktif kuliah sebagai responden untuk mengisi kuesioner yang disebar, dari 100 kuesioner yang disebar kembalikan oleh responden sebanyak 100 kuesioner.

- a. Identitas responden berdasarkan tahun angkatan

Sebaran responden menurut tingkat tahun angkatan

No	Angkatan	Jumlah
1	2012	5
2	2013	9
3	2014	27
4	2015	50

- b. Identitas responden berdasarkan Jurusan

Sebaran responden menurut tingkat Jurusan

No	Jurusan	Jumlah
1	Akuntansi	42
2	Manajemen	49

- c. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Sebaran responden menurut jenis kelamin

No	Jurusan	Jumlah
1	Laki-laki	52
2	Perempuan	39

## **Pengujian**

Pengujian yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan diatas, peneliti menggunakan bantuan software aplikasi statistik yaitu sistem Aplikasi SPSS dengan versi 13.0.

## **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian instrumen pengumpulan data, validitas menggunakan validitas faktor yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

Hasil dari pengujian validitas tersebut menunjukkan bahwa semua item dari pernyataan adalah valid, terbukti bahwa koefisien dari item-item korelasi pearson antara item dengan total item menunjukkan angka kesemuanya  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa semua item dinyatakan Valid. (lampiran)

Zulganef, (2006) yang menyatakan bahwa suatu instrumen penelitian mengindikasikan reliabilitas yang memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70. Sementara hasil uji reliabilitas menunjukkan koefisien cronbach alpha adalah sebaga berikut:

Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Keputusan
Kualitas Layanan	0,956	Reabel
Kualitas Fasilitas Kampus	0,945	Reabel
Kualitas Dosen	0,956	Reabel
Kepuasan Mahasiswa	0,949	Reabel

## **Uji Asumsi Klasik**

### **Normalitas**

Dalam pengujian ini menggunakan metode kolmogorov-Smirnov mempunyai ketentuan data dikatakan berdistribusi normal bila koefisien kolmogorov-Smirnov  $> 0,05$ . Sementara hasil hitungan spss menunjukkan bahwa hasil uji normalitas kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

Hasil uji Normalitas

Variabel	Koefisien normalitas	Keputusan
Kualitas Layanan	0,192	Normal
Kualitas Fasilitas Kampus	0,927	normal
Kualitas Dosen	0,133	normal
Kepuasan Mahasiswa	0,299	normal

### **Otokolerasi**

Dalam uji autokolerasi digunakan untuk mengetahui apakah ada autokolerasi atau tidak. Uji ini menggunakan metode Durbin-Walson. Jika nilai koefisien Durbin Walson antara  $DU < \text{nilai koefisien} < 4-DU$ , maka tidak ada autokolerasi antar variabel. Hasil hitungan menggunakan spss menunjukan koefisien Durbin walson adalah 2,202.

Dengan  $N=91$  maka  $DU= 1,636$ , jadi  $1,636 < 2,202 < 2.364$ , hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada Otokolerasi.(Lampiran)

### **Multikolinearitas**

Dalam uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ultikolinearitas atau tidak. Pilihan metode pengujian yang dapat dipergunakan antara lain adalah uji VIF (Variance Inflation Factor), Kali ini saya akan membahas uji VIF dengan bantuan SPSS. Apabila nilai VIF di bawah 10, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

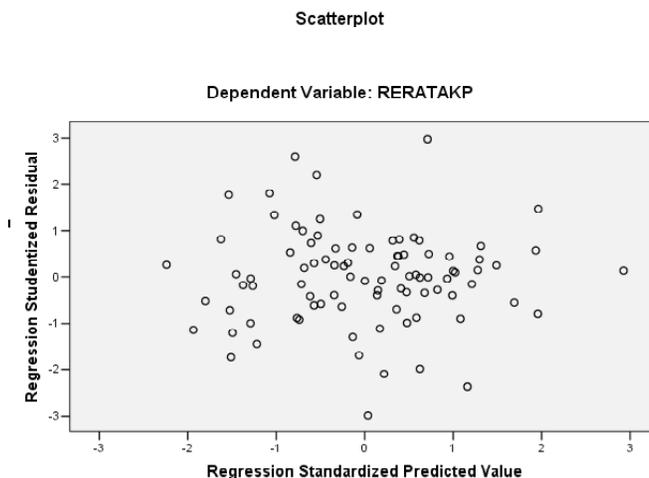
Hasil hitungan spss tentang multikolinearitas menunjukkan bahwa semua hasil VIF dibawah 10, maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.(Lampiran)

#### Hasil uji multikolinearitas

Variabel	VIF	Keputusan
Kualitas Layanan	2,666	Tidak ada
Kualitas Fasilitas Kampus	2,080	Tidak ada
Kualitas Dosen	1,946	Tidak ada

### **Heterokedastisitas**

Dalam heterokedastisitas menggunakan skala plot. Bila hasil uji gambar berpola menyebar atau tidak membentuk pola tertentu maka indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan spss menghasilkan gambar pola yang tidak teratur dan menyebar sehingga dapat diidentifikasi tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.1.:

## **Analisis Inferensial**

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu Kualitas layanan (X1), Kualitas fasilitas kampus (X2) dan kualitas dosen (X3) terhadap variabel dependen kepuasan mahasiswa (Y). Dari hasil uji linier berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,546 + 0,291X1 + 0,509 X2 + 0,077 X3$$

Dengan nilai konstanta sebesar 0,546 berarti jika X1, X2 dan X3 bernilai konstan (tetap) maka kepuasan mahasiswa bernilai 0,546. Nilai koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,291, artinya Jika nilai X2 dan X3 tetap dan nilai X1 mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan 0,291%. Nilai koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,509, artinya Jika nilai X1 dan X3 tetap dan nilai X2 mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan 0,509%. Nilai koefisien regresi variabel X3 sebesar 0,077, artinya Jika nilai X2 dan X1 tetap dan nilai X3 mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan mahasiswa akan mengalami kenaikan 0,077%. (Lampiran)

## **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) berguna untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil analisis diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,647, artinya 64,7% kontribusi kualitas layanan, kualitas fasilitas kampus dan kualitas dosen terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan sisanya 35,3% dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai R sebesar 0,805 artinya korelasi antara variabel independen dengan dependen cukup kuat (mendekati angka 1). (Lampiran)

## **Pengujian Hipotesis**

### **Uji t**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hasil signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Berikut ini hasil analisis Uji t yang dilakukan menggunakan spss:

### **Pengujian variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap variabel kepuasan Mahasiswa**

Hasil Uji t pada pengujian variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa mempunyai taraf signifikansi 0,000 atau signifikansi < 0,05) artinya koefisien regresi signifikan atau kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. (Lampiran)

### **Pengujian variabel Kualitas fasilitas kampus (X2) terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Hasil Uji t pada pengujian variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa mempunyai taraf signifikansi 0,000 atau signifikansi < 0,05) artinya koefisien regresi signifiksn atau kualitas fasilitas kampus berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. (Lampiran)

### **Pengujian variabel Kualitas dosen (X3) terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Hasil Uji t pada pengujian variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa mempunyai taraf signifikansi 0,000 atau signifikansi < 0,05) artinya koefisien regresi signifiksn atau kualitas dosen berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. (Lampiran)

### **Uji F**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengeruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dari hasil analisis uji F dengan menggunakan spss adalah sebagai berikut:

Pada Uji ANOVA, nilai  $F = .53,217$  dengan signifikansi = 0,000 Oleh karena  $sig. < 0,05$ , maka regresi dapat dipakai untuk memprediksi Kepuasan Mahasiswa atau secara bersama-sama kualitas layanan, kualitas fasilitas kampus dan kualitas dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada taraf kepercayaan 95%. (Lampiran)

### **Deskriptif**

Hitungan ini digunakan untuk mengetahui rata-rata dari hasil responden dalam menjawab kuesioner dalam setiap kelompok pernyataan yang diajukan. Hasil hitungan deskriptif tentang rata-rata tersebut adalah sebagai berikut:

Hasil rata-rata keempat variabel adalah

**Descriptive Statistics**

	N	Mean
RERATADSN	91	3,416
RERATALA	91	3,388
RERATASP	91	3,181
RERATAKP	91	3,433
Valid N (listwise)	91	

Dari tabel tersebut diatas rerata kepuasan mahasiswa mencapai 3,433 yang artinya kepuasan mahasiswa STIE SBI sudah cukup baik dengan didukung kualitas

dosen mencapai rerata 3,416, rerata layanan mencapai 3,388, rerata fasilitas mencapai 3,181.

## **Pembahasan**

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Mahasiswa adalah subyek dari semua kegiatan yang ada di sebuah institusi pendidikan, oleh karena itu pelayanan dengan mahasiswa tidak boleh diabaikan agar mahasiswa mendapatkan rasa nyaman, senang, dan puas dengan pelayanan di STIE SBI. Layanan Akademik di STIE SBI menjadi prioritas utama dalam memberikan service kepada mahasiswa. Pada penelitian ini kualitas layanan akademik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Kualitas layanan yang baik menjadi modal dasar yang sangat besar untuk mendapatkan kepuasan mahasiswa, sehingga mendorong mahasiswa atau alumni untuk menyebar luaskan pengalaman saat di STIE SBI.

Menurut Mauling (2006) fasilitas adalah prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah sesuatu. Fasilitas bisa pula dianggap sebagai suatu alat. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu organisasi tertentu. Pada penelitian ini Fasilitas kampus STIE SBI berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan fasilitas kampus yang memadai, mahasiswa merasa nyaman, sehingga mahasiswa akan lebih betah berada dikampus, melakukan proses belajar mengajar dengan enak dan bersemangat, disamping itu juga dapat menyalurkan bakat yang mahasiswa punya.

Tulus (2003) mengemukakan bahwa sarana kuliah biasanya menjadi penunjang prestasi belajar. Sehingga bila kelengkapan fasilitas belajar sebagai sarana penunjang belajar di kampus memadai, diharapkan dapat mendorong kelaancaran proses belajar mengajar. Dosen dikatakan berkualitas adalah dosen yang memenuhi kualifikasi dalam bidang ilmu, moral dan sosial. Bidang ilmu dosen diharapkan dapat mentransformasikan ilmunya dengan baik, mengembangkan, dan menyampaikan ilmu dengan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi. Dalam penelitian ini kualitas dosen berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dosen yang berkualitas tentu mempunyai wawasan yang luas, pengalaman mengajar yang banyak, serta penguasaan materi yang baik, sehingga dapat menarik minat mahasiswa untuk menerima pelajaran dengan tekun.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data terhadap tanggapan 91 responden mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Mahasiswa, maka dapat disimpulkan bahwa:

Faktor kualitas Layanan akademik, kualitas fasilitas kampus, dan kualitas Dosen, bila di uji parsial (satu persatu) semua variabel mempengaruhi positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa STIE SBI Yogyakarta. Begitu pula jika ketiga variabel tersebut secara infrensial (bersama-sama) dihitung sebagai variabel independen maka mempengaruhi positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa dapat dicapai jika ketiga variabel tersebut terpenuhi secara baik, namun jika belum bisa terpenuhi ketiganya maka yang harus diutamakan adalah kualitas fasilitas kampus.

Dengan melihat hasil hitungan deskriptif kepuasan mahasiswa mencapai 3,433 yang artinya kepuasan mahasiswa STIE SBI sudah cukup baik dengan didukung kualitas dosen mencapai 3,416, rerata layanan mencapai 3,388, rerata fasilitas mencapai 3,181.

### **Saran**

#### **Bagi Institusi**

Dalam institusi pendidikan kepuasan mahasiswa adalah saat utama guna mempertahankan mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikannya di institusi tersebut. Dengan tercapainya kepuasan mahasiswa akan mendorong dalam perkembangan institusi kedepan sebab alumni yang merasa puas saat menjadi mahasiswa di institusi tersebut, akan menyebarluaskan dan memberikan penilaian positif terhadap institusi tersebut. Marketing yang paling efektif adalah marketing dari alumni institusi itu sendiri. Untuk itu institusi pendidikan diharapkan untuk bisa memberikan kepuasan mahasiswa.

#### **Bagi ilmu pengetahuan**

Perlu adanya kajian yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa agar keuasan mahasiswa benar-benar dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan. Disamping itu perlu adanya pengembangan penelitian serupa dengan menambah variabel agar lebih kompleks.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Bilson. Simamora. 2001. *Memenangkan pasar yang efektif*.
- Irsutami. 2015. *Analisis tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas belajar mengajar program magister akuntansi terapan*.
- Rosmida. 2015. *Analisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan pada biro administrasi akademik kemahasiswaan politeknik bengkalis*.
- Kasmir, 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. disu Revisi. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2007. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2011. *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Goest and davis. 2004. *Quality Manajement Introduction To Total Quality Management For Production Prosessing And Rervice*, Third Edition New Jersey: Prentice Hall.
- Priyatno, Duwi, 2010, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Riduwan dan Lestari. 2008. *Rumus dan data dalam statistika*. Bandung Alfabeta.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta
- Tjahjono, H.K., 2009, *Metode Penelitian Bisnis 2.0, Edisi Pertama*, Visi Solusi Madani, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. ***Total Quality Manajemen. Edisi Revisi***. Andy: Yogyakarta
- Trihendradi, Cornelius, 2005, *Step by Step SPSS 13 Analisis Data Statistik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tulus, Tu'u. 2003. *Peran Disiplin pada Perilaku dan Prestasi Belajar*. Jakarta: Grasindo.