



Tim Editor

Editor in Chief

Dr. Muji Gunarto – Universitas Bina Darma

Editor Pelaksana

Lesi Agusria - Universitas Muhammadiyah Palembang

Associate Editors

Dr. Abdul Basyith – Universitas Muhammadiyah Palembang

Dr. Rismawati - STIESA Surabaya

Dr. Omar Hendro – Universitas Muhammadiyah Palembang

Dr. Hardiyansyah – Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serelo Lahat

Risqo Wahid, M.Sc. – Universitas Indo Global Mandiri

Fitriya, Ph.D. – Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serelo Lahat

DAFTAR ISI

Judul dan Penulis	Hal
Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Rumah Makan Seblak Nampol Di Masa Covid-19 <i>Adikah Soekarman, Roswaty Roswaty, Meilin Veronica</i>	73 - 83
Pengaruh Disiplin dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangs <i>Eka Damayanti, Hj. Luis Marnisah, Roswaty Roswaty</i>	84 - 94
Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Saat Terjadi Pandemi Covid 19 di Seberang Ulu II Kota Palembang <i>Muhammad Rudi Rahman Wijaya, Sri Rahayu, Nadia Afriliana</i>	97 - 105
Likuiditas Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Bursa Efek Indonesia <i>Lesi Agusria, Marselly Priciliya Ningrum</i>	106 - 118
Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Pada PT Sriwijaya Alam Segar Palembang <i>Totok Sudiyanto, Oktariansyah Oktariansyah, Sopian Sopian</i>	119 - 133

PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI *SOCIAL MEDIA* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN SEBLAK NAMPOL DI MASA COVID-19)

Adikah Soekarman¹⁾, Roswaty²⁾, Meilin Veronica³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

Email : andika.sukarman27@gmail.com¹⁾, roswaty@uigm.ac.id²⁾,
meilin.veronica@uigm.ac.id³⁾

Abstract

This study aims to analyze the effect of promotional strategies through social media on purchasing decisions (a case study of the Seblak Nampol restaurant during the Covid-19 period). The data used in this study were obtained from interviews and questionnaires filled out by 86 respondents. The research method used is simple linear regression analysis. The research results prove that promotion through social media has a significant positive effect on purchasing decisions. This research is expected to become additional literature on the topic of promotion through social media and help companies better understand consumer purchasing decisions

Keywords: promotion strategy, purchasing decisions, social media

Abstrak

This study aims to analyze the effect of promotional strategies through social media on purchasing decisions (a case study at the Seblak Nampol restaurant during the Covid-19 period). The data used in this study were obtained from interviews and questionnaires filled out by 86 respondents. The research method used is simple linear regression analysis. The results of the study prove that promotion through social media has a significant positive effect on purchasing decisions. This research is expected to become additional literature on the topic of promotion through social media and help companies better understand consumer purchasing decisions

Kata Kunci: strategi promosi, keputusan pembelian, *social media*

1. Pendahuluan

Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga emarketing. E-marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. Laporan Google, Temasek, dan Bain Company mencatat Indonesia memiliki nilai

ekonomi internet terbesar di Asia Tenggara selama 2019.

Strategi promosi menurut Moekijat dalam (Silfiani 2017) adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli. Menurut Tjiptono (dalam Ecclesia Sulistyowati dan Tri Wisudawati, 2020) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Rumah Makan Seblak Nampol merupakan rumah makan penyediaan khas Bandung yakni seblak, didirikan pada tahun 2015 oleh Anggi Dwi Astuti selaku pemilik rumah makan Seblak Nampol. Pada awal mulanya, pemilik membuka stand di acara Car Free Day setiap hari Minggu di Kambang Iwak. Melalui pemasaran online, dengan cara melakukan promosi di berbagai media sosial khususnya influencer instagram yang memiliki followers ratusan ribu, sejak itu Seblak Nampol mulai memiliki nama dan dikenal banyak orang.

Seiring dengan berjalannya waktu, jumlah penjual seblak di Palembang mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Hal ini berdampak persaingan semakin ketat dan berpengaruh pada tingkat penjualan di Rumah Makan Seblak Nampol. Akibatnya nama Rumah Makan Seblak Nampol kini mulai meredup dan tingkat penjualan mereka menurun sepanjang tahun 2020. Disamping banyaknya pesaing baru, penjualan semakin turun drastis juga disebabkan oleh penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada masa Pandemi Covid 19 dari awal April sampai pada awal bulan Juni yang memaksa Rumah Makan Seblak Nampol menutup semua cabangnya dalam dua bulan tersebut. Maka untuk menghadapi situasi persaingan dan meningkatkan tingkat penjualan tentunya Rumah Makan Seblak Nampol harus cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan dengan kembali menerapkan strategi pemasaran melalui online.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah adalah Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Seblak Nampol di masa Pandemi Covid-19?

Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui Bagaimana Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Seblak Nampol di masa pandemic Covid-19”

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran Menurut William J Stanton (2020) Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan suatu pertukaran dengan pasar yang dituju, dengan maksud untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Definisi marketing lainnya adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.

Fungsi Manajemen Pemasaran Menurut Sofjan Assauri (2016) mengklasifikasikan fungsi manajemen pemasaran menjadi 3 yaitu : 1.Fungsi penjualan serta pembelian. 2.Fungsi suplay fisik, yaitu menyangkut distribusi serta penyimpanan. 3.Fungsi penunjang, yaitu pengamanan, standarisasi serta grading, penanggungan terhadap resiko yang ada, informasi pasar, serta keuangan

2.2 Strategi Promosi

a. Definisi Strategi

Menurut A. Halim (2015) Strategi adalah suatu cara dimana sebuah lembaga dan organisasi mencapai suatu tujuannya sesuai dengan peluang serta ancaman pada lingkungan eksternal yang akan dihadapi serta kemampuan dan sumber daya.

b. Definisi Promosi

Menurut Martin L. Bell dalam Swastha dan Irawan (1990) promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Sedangkan menurut William G. Nikels dalam bukunya Swastha dan Irawan (1990) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran

2.3 Social Media

Media social atau jejaring sosial menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain. Social media merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara online. Social media yang berkembang sangat pesat di negara Indonesia ialah Facebook, Twitter dan Instagram. Dewasa ini, praktek pemasaran melalui social media mulai berkembang dan digunakan sebagai alat pemasaran produk mempromosikan merek dan brand suatu perusahaan.

2.4 Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian Dalam pengambilan keputusan merupakan suatu proses kegiatan pembelian yang tampak hanyalah satu tahap dari keseluruhan proses pembelian konsumen.

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen
 1. Faktor budaya
 2. Faktor social
- b. Psikologis

Indikator Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler (2015) ada empat indikator keputusan pembelian, yaitu :

1. Kemantapan pada sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam membeli produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
4. Melakukan pembelian ulang.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Data

a. Kualitatif

Digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik, pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Fauzi, Dencik & Asiati, 2019)

b. Kuantitatif

Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Fauzi et al. 2019).

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sujarweni (2018) teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi dari responden sesuai lingkup penelitian. Menurut Sujarweni (2018) ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang biasanya digunakan adalah :

a. Wawancara. Kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data lisan. Hal ini haruslah dilakukan secara mendalam agar kita mendapatkan data yang valid dan detail.

b. Observasi. Suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran nyata suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Selain itu observasi juga merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

c. Studi Dokumen. Metode pengumpulan data berbentuk surat, jurnal, buku, data tersimpan di website, dan lain-lain. Kajian dari bahan dokumenter yang tertulis bisa berupa buku teks, surat kabar, majalah, surat-surat, film, catatan harian, naskah, artikel dan sejenisnya bahan juga dapat berasal dari pikiran seseorang yang tertuang di dalam buku atau naskah-naskah yang terpublikasikan. Untuk dianalisis, diinterpretasikan, digali untuk menentukan tingkat pencapaian pemahaman terhadap topik tertentu dari sebuah bahan atau teks tersebut.

d. Kuisioner atau Angket. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuisioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden. Apabila peneliti dan misalnya menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data itu disebut responden, yaitu orang merespon atau menjawab

pertanyaan, baik tertulis maupun lisan. Alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lengkap sehingga lebih mudah diolah merupakan pengertian dari instrument penelitian. Dalam instrument penelitian terdapat variable dan indikatornya.

3.3 Teknik Analisis

Uji Validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Sugiyono (2016:241)

Uji Reliabilitas Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sugiyono 2016:168). Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan teknik Cronbach Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar. Menurut Sugiyono (2016:184), mengemukakan bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6.

Uji Normalitas Menurut Siregar (2017) data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi dapat dipakai statistik non parametrik. Menurut Sujarweni (2018) untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Chi Kuadrat (X^2). $X^2 = (f_1 - f_h) / f_h$ Keterangan : X^2 = Chi Kuadrat hitung f_h = frekuensi yang diharapkan f_1 = frekuensi / jumlah data hasil observasi Kriteria : 1. Chi kuadrat hitung > Chi kuadrat table maka data tidak berdistribusi normal 2. Chi kuadrat hitung < Chi kuadrat table maka data tidak berdistribusi normal.

4. Hasil dan Diskusi

Hasil Penelitian

Berdasarkan kuisoner yang dibagikan kepada responden, berikut ini akan dilakukan pembahasan yang bertujuan untuk membahas masalah penelitian dan menjawab tujuan penelitian. Responden merupakan seluruh karyawan pada PT. Jimmulya Palembang dengan jumlah sebanyak 48 orang dan pengelolaan data menggunakan bantuan SPSS V.23 for windows.

a. Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuisoner. Suatu kuisoner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisoner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisoner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlation) dengan nilai r tabel. jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

Tabel 1. Hasil Uji Variabel Penelitian Strategi Promosi (X)

Strategi Promosi 1	0,522	Valid
Strategi Promosi 2	0,767	Valid
Strategi Promosi 3	0,522	Valid
Strategi Promosi 4	0,639	Valid
Strategi Promosi 5	0,687	Valid
Strategi Promosi 6	0,574	Valid
Strategi Promosi 7	0,804	Valid
Strategi Promosi 8	0,764	Valid

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

Tabel 2. hasil validitas variabel keputusan pembelian (Y)

Keputusan Pembelian 1	0.754	Valid
Keputusan Pembelian 2	0,571	Valid
Keputusan Pembelian 3	0.625	Valid
Keputusan Pembelian 4	0,745	Valid
Keputusan Pembelian 5	0,683	Valid
Keputusan Pembelian 6	0,672	Valid
Keputusan Pembelian 7	0,759	Valid
Keputusan Pembelian 8	0,790	Valid

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

Maka hasil ini menunjukkan bahwa pada taraf signifikan 5% (0,05) seluruh butir instrumen kuisioner dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur penelitian. Dengan demikian, data yang ada dapat digunakan untuk dilakukan analisis selanjutnya

b. Uji Reliabilitas

Data Untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik

Cronbach Alpha (α) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai statistik Cronbach Alpha $> 0,60$ (Ghozali, 2013).

Tabel 4.3 strategi promosi (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	8

Tabel 4 strategi promosi (X)

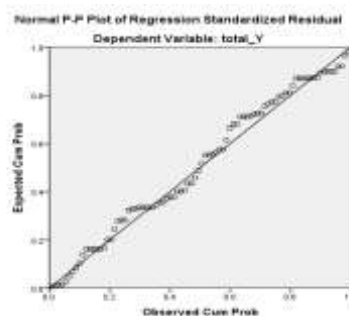
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	9

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 (sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari koisoner reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

c. Uji normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji stastistik menjadi tidak valid (Ghazali, 2013).



Gambar 4. 1 P-P Plot Of Regression Standartdizen Residual

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

Berdasarkan Gambar 1 diketahui grafik normal P-P Plot bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, dengan ini maka data residual terdistribusi secara normal.

d. Uji t

Tabel 5 Hasil menguji signifikan variabel strategi promosi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.399	3.858		4.769	.000
total_x	.473	.111	.422	4.264	.000

Dari hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai t-hitung (4,264) > t- tabel (1,988) dan sig 0,00 < 0,05 hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari penjelasan tersebut dapat menunjukan bahwa variabel inependen (strategi promosi) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang memilii nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,00.

dapat disimpulkan berdasarkan nilai hasil output spss bahwa strategi promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada rumah makan seblak nampol

e. Uji regresi linier sederhana

Tabel 6 Hasil menguji signifikan variabel strategi promosi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.399	3.858		4.769	.000
total_x	.473	.111	.422	4.264	.000

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

Hasil uji regresi sederhana menunjukan konstan $a = 18,399$ dan koefisien $b = 0,473$.

Sehingga persamaan regresi linier sederhana menjadi $Y = 18,399 + 0,473X$. Konstanta (a) sebesar 18,399 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai variabel strategi promosi ($X=0$), maka skor variabel keputusan pembelian sebesar 18,399 dan koefisien regresi variabel strategi promosi (X) mempunyai arah koefisien regresi positif dengan variabel keputusan pembelian

yaitu $b=0,473$ artinya : Jika variabel strategi promosi mengalami peningkatan sebesar 1 maka variabel keputusan pembelian akan mengalami peningkatan pula sebesar (0,473).

f. Uji koefisien korelasi

Table 4.7 Hasil Uji korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.168	3.585

a. Predictors: (Constant), total_x

b. Dependent Variable: total_Y

Sumber : hasil pengolahan dengan SPSS V.23

dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel strategi promosi terhadap variabel keputusan pembelian, mempunyai hubungan yang kuat karena memiliki nilai korelasi sebesar 0,422 (42,2%).

g. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Table 4.8 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.168	3.585

a. Predictors: (Constant), total_x

b. Dependent Variable: total_Y

Hasil sebagai berikut

$$R^2 = 0,178 \times 100\%$$

$$= 17,8 \%$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel strategi promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 17,8%, selebihnya

82,2% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil penelitian dengan menggunakan uji t pada variabel promosi (X) diperoleh nilai hitung diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,264 > 1,988$) dan taraf signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). jadi dapat disimpulkan variabel strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan seblak nampol.

Hasil analisis Regresi Linier Sederhana di peroleh persamaan Regresi $Y = 18,399 + 0,474 X$, hal ini dapat diartikan bahwa jika peningkatan variabel strategi promosi sebesar 1 unit maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 0,474. Selanjutnya apabila variabel strategi promosi (X) tidak berubah sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian (Y) adalah tetap sebesar 18,399.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Koefisien korelasi (R) diperoleh nilai sebesar 0,422. Jadi dapat disimpulkan terdapat hubungan yang kuat/erat antara variabel strategi promosi terhadap keputusan pembelian sebesar (42,2%)

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebesar 0,178. Hal ini menunjukkan besarnya kontribusi variabel strategi promosi (X) bisa menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 17,8%

sedangkan sisanya sebesar 82,2% bisa dijelaskan/ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Strategi promosi pada rumah makan seblak nampol di harapkan dapat terus meningkat agar keputusan pembelian pelanggan juga meningkat.

Diharapkan penelitian ini selanjutnya dapat membahas secara mendalam tentang strategi promosi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan seblak nampol. Serta diharapkan juga dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian secara lebih mendalam, misalnya dengan menambah variabel lain yang lebih berpengaruh (harga ,kualitas, tingkat kepuasan, dsb). Jika dibutuhkan, maka penelitian selanjutnya bisa menambah jumlah responden agar penelitian lebih akurat.

untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (Bebas) terhadap Y (Terikat).

Referensi

- Andika, F. (2018). Analisa Startegi Marketing Mix Kafe Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Perpektif Ekonomi Islam. Google Scholar, 2-4.
- Assauri, S. (2004). Manajemen Pemasaran: dasar, konsep dan strategi. Jakarta: PT. Grafindo Persada.

- B, J. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Cokelat Roso di Depok, Sleman, Yogyakarta. Google Scholar, 1-4.
- Budiawati, H. (2018). Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggahan Kripik Pisang Agung Di Kabupaten Lumajang. Google Scholar, 1-3.
- Calvindo, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multi Konsep Restoran 1914 Surabaya. Google Scholar, 2-4.
- Ekasari, N. (2016). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi. Google Scholar, 10.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). Metodologi Penelitian untuk manajemen dan akuntansi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Firdaus, A. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Efa Artha Utama Pekanbaru. Google Scholar, 1-3.
- Husein, U. (2005). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. A. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jilid 1. Ed.12: Erlangga.
- Nilai Ekonomi Internet Indonesia Terbesar di ASEAN pada 2019. (2019). Katadata.co.id, 12.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALVABETA CV.
- Sukma. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Websites. Google Scholar, 1-3.
- Swasta, B. D. (2015). Manajemen Pemasaran Moderen. Yogyakarta: Liberty.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Pengaruh Disiplin dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel

Eka Damayanti⁽¹⁾, Hj. Luis Marnisah⁽²⁾, Roswaty⁽³⁾

^{1),2),3)} Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri

Email : ekadamayanti757@gmail.com¹⁾, luismarnisah@uigm.ac.id²⁾, roswaty@uigm.ac.id³⁾

Abstract

This study aims to investigate the effects of discipline and job training on employee work productivity at the Regional Financial Services Authority Office 7 of Sumbagsel. The sample was selected using the saturated sample technique. Data of 60 respondents were collected through interviews and questionnaires. This study implemented the multiple linear regression method to analyze data. The finding prove that partially, each discipline and job training has a positive and significant effect on employees' productivity. This research can provide benefits for the Regional Financial Services Authority Office 7 of Sumbagsel. To increase employees' productivity, the institutional leader should optimize the discipline and job training factors.

Kata Kunci: disiplin, pelatihan kerja, produktivitas, manajemen SDM

1. Pendahuluan

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Sumber daya manusia adalah karyawan dan pekerja dalam suatu organisasi atau perusahaan berperan penting dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pengawasan dan pengendalian organisasi agar perusahaan mencapai tujuannya dengan baik. Menurut Zainal dkk (2015) Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi dari segi-segi perencanaan, Pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian.

Menurut Fahmi (2016) Disiplin adalah sebuah proses yang digunakan untuk menghadapi permasalahan kinerja, proses ini melibatkan manajer dalam mengidentifikasi dan mengkomunikasikan masalah-masalah kinerja kepada karyawan. Disiplin yang baik mencerminkan besarnya tanggung jawab seseorang terhadap tugas yang diberikan kepadanya. Hal tersebut dapat mendorong adanya gairah kerja, semangat kerja yang berdampak dengan tercapainya tujuan organisasi.

Pelatihan merupakan suatu cara untuk mengembangkan sumber daya manusia, karena dengan adanya pelatihan, perusahaan dapat membantu karyawan dalam memahami pengetahuan praktis dan penerapannya, untuk meningkatkan keterampilan, kecakapan, dan sikap yang di perlukan oleh organisasi dalam perusahaan untuk mencapai tujuan

Produktivitas Kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan usaha. Menurut Marwasyah (2016) Produktivitas Kerja adalah pengukuran kerja yang menitik

beratkan pada berapa lama suatu tugas dapat diselesaikan dan merupakan input terpenting dalam perencanaan SDM, estimasi biaya pegawai, penjadwalan kerja, penganggaran maupun dalam mendesain sistem insentif bagi pegawai.

Otoritas Jasa Keuangan adalah sebuah lembaga Negara yang memiliki fungsi dan tugas dalam penyelenggaraan sistem pengaturan dan pengawasan terhadap Otoritas Jasa Keuangan secara integritas. Dan disiplin kerja menunjukkan suatu kondisi atau sikap hormat yang ada pada karyawan. Sebab suatu program pelatihan yang baik harus mampu meningkatkan produktivitas kerja dan mempertahankan keunggulan karyawan secara kualitas dan kuantitas. data yang peneliti dapatkan dari tempat penelitian. Dari hasil wawancara peneliti kepada pihak manajemen OJK menjelaskan bahwa tingkat ke tidak disiplin, Minat karyawan untuk mengikuti pelatihan yang di selenggarakan OJK serta tingkat Produktivitas kerja karyawan semakin menurun. Berikut data ke tidak disiplin karyawan karyawan yang dimulai dari Januari hingga Mei 2020.

Tabel 1 Tingkat Rata-rata Kehadiran Karyawan Ojk

Aspek Penilaian	K	Januari	K	Februari	K	Maret	K	April	K	Mei
Datang tepat waktu	43	76,40%	39	71,90%	36	68,00%	34	63,38%	36	0,6%
Datang terlambat	4	7,50%	2	3,60%	5	8,90%	6	11,32%	7	11,66%
Pulang Cepat	5	8,90%	4	7,50%	3	6,70%	4	7,50%	4	06,6%
Alpa	2	3,60%	3	6,70%	1	1,80%	2	3,60%	1	01,6%
Izin	1	1,80%	2	3,60%	3	5,70%	3	6,70%	4	06,6%
Izin Dokter	1	1,80%	3	6,70%	5	8,90%	4	7,50%	5	08,3%
JUMLAH	56	100,00%	53	100,00%	53	100,00%	53	100,00%	60	100,00%

Sumber: Data Pra Penelitian Absensi Rata-rata OJK

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa rata-rata tingkat disiplin karyawan semakin menurun dalam kurun waktu tiga bulan antara bulan Maret sampai dengan Mei 2020. Fenomena di atas menyatakan bahwa sebenarnya produktivitas kerja karyawan OJK dapat dilihat dari disiplin kerja yang dilakukan sehari-hari. Selain tingkat kehadiran, indikator disiplin kerja juga ditunjukkan seperti (a). Kemampuan karyawan dalam memanfaatkan dan menggunakan perlengkapan dengan baik. (b). Disiplin kerja juga ditunjukkan dari kesediaan karyawan untuk mematuhi peraturan yang ditentukan lembaga.

Selanjutnya H. Hadari Nawawi (2003) Pelatihan berarti proses membantu karyawan untuk menguasai keterampilan khusus atau untuk memperbaiki kekurangan dalam melaksanakan pekerjaan. Pelatihan juga akan memberikan kesempatan bagi karyawan mengembangkan keahlian dan kemampuan dalam bekerja agar apa yang diketahui dan dikuasai dapat membantu karyawan untuk mengerti apa yang seharusnya dikerjakan dan mengapa harus dikerjakan, memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan keahlian.

Berdasarkan faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan di atas maka dilakukan prasurvey pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan mengajukan kuesioner prasurvey dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Rendahnya Minat Karyawan Untuk Mengikuti Pelatihan Kerja OJK pada

No	Indikator Pelatihan Kerja	Jumlah Jawaban	Persentasi
1	Terkait Pengetahuan: Kurangnya Pengetahuan Karyawan tentang tugas pokok OJK	14	23,4%
2	Kemampuan Berfikir: Karyawan Belum mampu berinovasi	18	0,3%
3	Sikap Karyawan: Karyawan kurang menyukai pekerjaan yang Monoton	7	11,7%
4	Kecakapan Karyawan: Keterampilan Karyawan dalam berbaur dengan masyarakat masih minim	21	0,35%
JUMLAH		60	100,0%

Bulan Januari sampai Mei 2020

Sumber: Data Pra Penelitian OJK

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui tidak semua karyawan yang mengikuti program pelatihan yang diselenggarakan Otoritas Jasa Keuangan dapat meningkatkan Pengetahuan tentang tugas Pokok OJK. Karyawan dengan tingkat pengetahuan dalam kategori rendah sebanyak 14 orang (23,4%). Karyawan yang belum mempunyai kemampuan berpikir untuk berinovasi sebanyak 18 orang (0,3%), hal ini terlihat dari belum banyaknya Terobosan baru yang dilakukan karyawan dalam menangani masalah atau kasus. Karyawan yang memiliki sikap kurang menyukai dengan pekerjaan yang Monoton atau bersiklus yang ditanggung sebanyak 7 orang (11,7%), hal ini terlihat dari karyawan yang masih suka mengulur-ulur waktu dalam pekerjaan. Karyawan yang belum memiliki kecakapan dan keterampilan dalam berbaur dengan masyarakat untuk memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai kasus-kasus investasi ilegal/bodong sebanyak 21 orang (0,35%), hal ini terlihat dari Maraknya kasus-kasus lembaga keuangan ilegal muncul di publik dan tidak mempunyai izin dari lembaga pemerintah.

Permasalahan berlanjut kepada Produktivitas kerja karyawan OJK juga yang mengalami penurunan dari target yang ditetapkan pihak OJK. Dari hasil survei ini peneliti menemukan produktivitas yang ditinjau dari efektivitas dan efisiensi kerja belum mengarah kepada pencapaian kerja yang belum atau kurang maksimal, hal ini ditunjukkan dari belum tercapainya target yang berkaitan dengan Tugas, Target dan Keberhasilan dalam menyelesaikan tugas. Berikut merupakan tabel nilai rata-rata penurunan produktivitas kerja karyawan OJK.

Tabel 3 Tingkat Rata-rata Produktivitas Kerja Karyawan Ojk

Bulan	Jumlah Karyawan	Tugas Selesai perbulan (Kasus)	Target penyelesaian perbulan (Kasus)	Total Produktivitas (Tim)
Januari	56	60	70	1,08%
Februari	53	51	70	0,96%
Maret	53	48	70	0,91%
April	53	54	70	1,02%
Mei	60	53	70	88,3%

Sumber: Data Olah Pra Penelitian OJK

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah:

- Bagaimana Pengaruh Disiplin Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel?
- Bagaimana Pengaruh Pelatihan Kerja Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel?
- Bagaimana Pengaruh Disiplin dan Pelatihan Kerja Karyawan Secara Simultan Terhadap Produktivitas Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel?

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui menganalisis dan membuktikan:

- Pengaruh Disiplin, Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel.
- Pengaruh Pelatihan Kerja Karyawan Secara Parsial Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel.
- Pengaruh Disiplin dan Pelatihan Kerja Secara Simultan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel.

H₁ : Diduga Disiplin Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel

H₂ : Diduga Pelatihan Kerja Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel

H₃ : Diduga Disiplin Dan Pelatihan Kerja Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbagsel

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Disiplin

Menurut Menurut Edy Sustrisno (2013) Disiplin adalah perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku, dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun tidak tertulis.

2.2 Pelatihan Kerja

Menurut Widodo (2015) pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang profesional di bidangnya. Pelatihan adalah proses pembelajaran yang memungkinkan guru melaksanakan pekerjaan yang sekarang sesuai dengan standar.

2.3 Produktivitas Kerja

Menurut Anoraga (2016) Sebagai konsep ekonomi, produktivitas berkenaan dengan usaha atau kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang berguna untuk pemenuhan kebutuhan hidup manusia dan masyarakat pada umum, produktivitas kerja dapat diartikan sebagai kemampuan meningkatkan produktivitas.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Data

Menurut Sujarweni V. W (2015) terbagi atas 2 yaitu:

- a. Data kuantitatif dilakukan dengan cara statistik, yakni menganalisa dengan berbagai dasar statistik dengan cara membaca tabel, grafik atau angka yang telah tersedia kemudian dilakukan beberapa uraian atau penafsiran dari data-data tersebut.
- b. Data Kualitatif data yang diperoleh dari tidak berbentuk angka, seperti gambaran umum perusahaan, hasil kuesioner, dan informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang menunjang penelitian. Dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai untuk melakukan penelitian pada Kantor Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels menggunakan metode menurut Sugiyono (2014) yaitu :

- a. Wawancara, Merupakan kegiatan data dengan teknik tanya jawab secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian. Daftar wawancara digunakan agar arah wawancara tetap terkendali dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan penelitian
- b. Kuesioner, Teknik pengumpulan data dengan memberikan dan mengajukan pertanyaan yang telah disiapkan kepada responden yang bersangkutan dari jawaban itulah penulis dapat melengkapi data dan menarik kesimpulan.
- c. Dokumen, Diperoleh sebagian besar data yang tersedia dalam berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, dan laporan, yang di simpan/diarsipkan perusahaan.

3.3 Populasi

Merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan ditarik kesimpulannya populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 Orang karyawan OJK.

3.4 Sampel

Sampel menurut Fitriya, Dencik, Asiati, (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul

mewakili (representative). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Sampel pada penulisan ini meliputi semua karyawan sebanyak 60 Orang karyawan OJK.

3.5 Teknik Analisis

- a. Uji Validitas
- b. Uji Reliabilitas
- c. Uji Normalitas
- d. Uji t Parsial
- e. Uji F
- f. Analisis Linier Berganda
- g. Analisis Koefisien Korelasi (R)
- h. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan menyebarkan 60 kuesioner kepada 60 responden yang terdiri dari Seluruh Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels. di mana sampel yang digunakan ialah sampel jenuh dengan. Pengelolaan data menggunakan SPSS v.23 maka didapat hasil penelitian sebagai berikut.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Hasil uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur tepat atau tidak indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan menggunakan program SPSS V.23. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 60 responden, maka r_{tabel} $df=n-2$ dengan taraf signifikan 5%, $df=60-2=58$, maka $r_{tabel} = 0,254$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$ dan $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini dengan menggunakan r_{hitung} dan r_{tabel} , sebagai berikut:

Tabel 4 Validitas Variabel Disiplin (X1)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,515	0,254	Valid
X1.2	0,533	0,254	Valid
X1.3	0,645	0,254	Valid
X1.4	0,572	0,254	Valid
X1.5	0,725	0,254	Valid
X1.6	0,914	0,254	Valid
X1.7	0,537	0,254	Valid
X1.8	0,536	0,254	Valid
X1.9	0,600	0,254	Valid
X1.10	0,551	0,254	Valid

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan perbandingan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variabel Disiplin (X1) dinyatakan valid.

Tabel 5 Validitas Variabel Pelatihan Kerja (X2)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,725	0,254	Valid
X2.2	0,880	0,254	Valid
X2.3	0,917	0,254	Valid
X2.4	1,005	0,254	Valid
X2.5	0,669	0,254	Valid
X2.6	0,494	0,254	Valid
X2.7	0,502	0,254	Valid
X2.8	0,502	0,254	Valid
X2.9	0,504	0,254	Valid
X2.10	0,645	0,254	Valid

Sumber :Pengelolaan Data Dengan SPSS V.23

Berdasarkan perbandingan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variabel Pelatihan Kerja (X2) dinyatakan valid.

Tabel 6 Validitas Variabel Produktivitas Kerja (Y)

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,566	0,254	Valid
Y.2	0,733	0,254	Valid
Y.3	0,783	0,254	Valid
Y.4	0,812	0,254	Valid
Y.5	1,017	0,254	Valid
Y.6	0,756	0,254	Valid
Y.7	0,502	0,254	Valid
Y.8	0,504	0,254	Valid
Y.9	0,763	0,254	Valid
Y.10	0,799	0,254	Valid

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan perbandingan antara $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variabel Produktivitas Kerja (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya dan handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik cronbach's alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach' alpha $> 0,60$.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

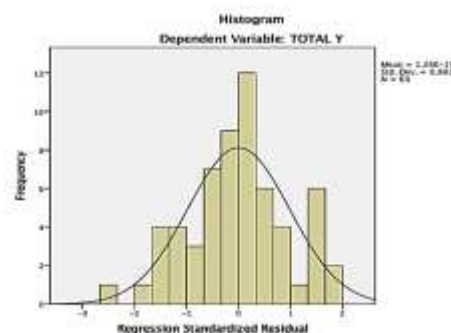
Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Disiplin	0,878	0,60	Reliabel
Pelatihan Kerja	0,732	0,60	Reliabel
Produktivitas Kerja	0,937	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengelolaan Data Dengan SPSS Versi 23

Nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner digunakan variabel Disiplin dan Pelatihan kerja terhadap Produktivitas Kerja semua dikatakan reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

4.2.3 Hasil Uji Normalitas

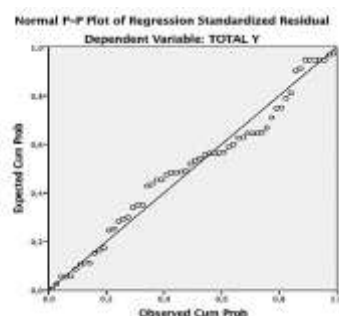
Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, dan rasio.



Sumber: hasil pengelolaan dengan SPSS Version 23

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas – Histogram

Berdasarkan Gambar 1 di atas Berdasarkan tampilan grafik normal Plot yang tersaji di atas dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal.



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas – P-P Plot

Berdasarkan gambar 2 grafik P-P Plot juga menunjukkan kesimpulan, dari tampilan di atas terlihat bahwa ada data yang sedikit menyebar keluar dari garis diagonal, sehingga masih dapat dinyatakan normal.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

Tabel 8 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	38,732	4,376		-1,758	,084		
	Disiplin	,916	,141	,670	6,509	,000	,495	2,021
	Pelatihan Kerja	,246	,117	,216	2,102	,000	,495	2,021

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)
Sumber data diolah dengan SPSS V.23

Berdasarkan data Tabel 8 di mana hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 38,732 + 0,916X_1 + 0,246X_2 + e$$

4.2.5 Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, berikut disajikan output uji parsial dari variabel Independent Disiplin (X1) terhadap variabel dependen Produktivitas Kerja (Y). Dan pengaruh Pelatihan Kerja (X2) terhadap Produktivitas Kerja (Y).

Tabel 9 Uji T Variabel Disiplin

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	38,732	9.509		4.073	,172		
	Disiplin	0,094	,203	,081	11,056	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Sumber data diolah dengan SPSS v.23

Pada Tabel 9 diperoleh kesimpulan uji t parsial variabel Disiplin (X1) berdasarkan nilai signifikansi output SPSS. Dasar pengambilan keputusan Uji t Parsial (regresi linier berganda) berdasarkan nilai hitung dan tabel

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015) jika nilai thitung > ttabel maka artinya variable independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependent (Y). Dengan rumus $t\text{-tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 60-2-1) = (0,025 ; 57) = 2,002$

H1 : Nilai Disiplin (X1) berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja (Y) dikarenakan nilai $X1 < 0.05$ maka konstanta berpengaruh terhadap model regresi. Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh Disiplin (X1) terhadap Produktivitas (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan. Nilai thitung $11,056 > t\text{-tabel } 2,002$ sehingga dapat disimpulkan bahwa Disiplin (X1) berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja (Y).

Tabel 10 Uji t Variabel Pelatihan Kerja

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,528	4,708		1,811	,075		
	Pelatihan kerja	,786	,108	,692	7,307	,000	1,000	1,000
a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja								

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Sumber data diolah dengan SPSS V.23

H2 : Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Pelatihan Kerja (X2) terhadap Produktivitas Kerja (Y), Sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $7,307 > t\text{-tabel } 2,001$ sehingga dapat disimpulkan Bahwa Pelatihan Kerja (X2) pengaruh terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Y).

4.2.6 Uji F Simultan

Menurut Imam Ghazali (2015) jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$ maka artinya variabel Independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 11 Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1476,300	2	738,150	66,925	,000 ^b
	Residual	628,684	57	11,030		
	Total	2104,983	59			
a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja Y						
b. Predictors: (Constant), Disiplin X1, Pelatihan Kerja X2						

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja Y

b. Predictors: (Constant), Disiplin X1, Pelatihan Kerja X2

Sumber data diolah dengan SPSS v.23

Rumus $F_{\text{tabel}} (k ; n-k) = (2 ; 60-2) = (2 ; 58) = 3,16$

Berdasarkan tabel 4.14 Disiplin dan Pelatihan kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan memiliki nilai F_{hitung} sebesar $66,925 > F_{\text{tabel } 3,16}$. dan signifikansi sebesar 0,000. Karena tingkat signifikansi adalah $0,000 (0,000 < 0,05)$ maka hipotesis diterima, sehingga dapat

dikatakan bahwa Disiplin dan Pelatihan Kerja berpengaruh secara simultan, terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels.

4.2.7 Analisis Koefisien Korelasi (R)

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji koefisien korelasi ganda atau hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu atau lebih variabel dependen. (Fauzi et al. 2019)

Tabel 12 Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,837 ^a	,701	,691	3,321	1,772
a. Predictors: (Constant), Pelatihan Kerja X2, Disiplin X1					
b. Dependent Variable: Produktivitas Kerja Y					

Sumber data diolah dengan SPSS 23

Tabel 4.9 menunjukan hasil koefisien korelasi (R) = 0,837, Dari hasil Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels adalah Sangat Kuat/Erat Sebesar 83,7%

4.2.8 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013) Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya kontribusi hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Angka koefisien determinasi dilihat dari hasil perhitungan SPSS dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 13 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,837 ^a	,701	,691	3,321	1,772
a. Predictors: (Constant), Pelatihan Kerja X2, Disiplin X1					
b. Dependent Variable:Produktivitas Kerja Y					

Sumber data diolah dengan SPSS V.23

Dari tabel 4.16 di atas didapatkan Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,701. Nilai *R Square* ini menandakan besarnya kontribusi variabel independen (X1) dan (X2) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 70.1% . Dan sisanya sebesar 29.9% bisa di jelaskan atau di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ini ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian dengan menggunakan uji t dari variabel Disiplin Kerja (X1) di peroleh nilai thitung > ttabel ($11,056 > 2,002$) dan nilai signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan variabel Disiplin (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji t dari variabel Pelatihan Kerja (X2) di peroleh nilai thitung > ttabel ($7,307 > 2,002$) dan signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan variabel Pelatihan Kerja (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels.

Hasil penelitian dengan menggunakan uji F diperoleh Fhitung > Ftabel ($66,925 > 3,16$) dan signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan secara simultan variabel Disiplin (X1) dan Pelatihan Kerja (X2) berpengaruh signifikan terhadap Produktivitas Kerja (Y) Karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis koefisien korelasi (R) menunjukan nilai sebesar 0,837. Jadi dapat disimpulkan hubungan antara Variabel Disiplin (X1) dan Pelatihan Kerja (X2) dengan Produktivitas Kerja (Y) karyawan Otoritas Jasa Keuangan Regional 7 Sumbangsels adalah sangat erat dengan Perolehan (83,7%).

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis Koefisien Determinasi (R²) diperoleh nilai sebesar 0,701. Hal ini menunjukan besarnya kontribusi variabel Disiplin (X1) dan Pelatihan Kerja (X2) dapat menjelaskan variabel Produktivitas Kerja Karyawan (Y) pada Lembaga Otoritas Jasa Keuangan Sumbangsels, sebesar 70,1%, sisanya sebesar 29,9% bisa dijelaskan / dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti pada penelitian ini.

Dari kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini, maka ada beberapa saran yang penulis berikan yang berhubungan dengan Disiplin, Pelatihan kerja, dan Produktivitas Kerja Karyawan yaitu antara lain:

Pelatihan yang dilakukan hendaknya lebih mengarah ke pengembangan Minat karyawan dalam bekerja, dan harus selalu diperbarui.

Dalam memberikan pelatihan kepada Karyawan diharapkan selalu menggunakan tenaga pelatih yang memiliki kualitas yang dapat diandalkan, dan di harapkan kegiatan pelatihan yang dilakukan mampu memberikan jaminan bahwa program-program yang telah ditetapkan dapat berjalan atau dilaksanakan sesuai standar yang telah ditetapkan oleh Lembaga/Pemerintah.

Pelatihan yang diberikan kepada karyawan hendaknya harus dianggap sebagai proses untuk menciptakan tenaga kerja yang handal sesuai dengan minat dan kemampuan masing-masing karyawan.

Dibutuhkan partisipasi semua karyawan baik atasan dan bawahan di lingkungan kerja untuk selalu menegakkan tanggung jawab serta pemahaman yang baik mengenai disiplin, Pelatihan yang bermanfaat serta memberikan Motivasi kepada seluruh karyawan.

Refrensi

Zainal, Veithzal Rivai, dkk. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Edisi Ketujuh*. Raja Grafindo Persada. Jakarta

- Fahmi, Irham. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk manajemen dan akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marwansyah. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Dua*. Cetakan keempat. Bandung: CV. Alfabeta,
- H. Hadari Nawawi, (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif, Cetakan ke-7*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Widodo, S. E. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anogara, Sinungan. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE
SAAT TERJADI PANDEMI COVID 19 DI SEBERANG ULU II
KOTA PALEMBANG**

Muhammad Rudi Rahman Wijaya, Sri Rahayu, Nadia Afriliana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Palembang
rudiwijayamrrw97@gmail.com, ayu_mir67@yahoo.com,

Abstract

The formulation of the problem in this study is, is there an effect of risk perception and consumer trust on online purchasing decisions during the Covid-19 pandemic in Seberang Ulu II, Palembang City. This study aims to determine the effect of risk perception and consumer confidence on online purchasing decisions during the Covid-19 pandemic in Seberang Ulu II, Palembang City. The research was conducted using associative research methods. The population in this study were residents in the Seberang Ulu II District of Palembang City. The sampling technique used purposive sampling method with a sample size of 100 people. The data used are primary data. Data collection method through questionnaire. The data analysis used is qualitative and quantitative analysis. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, F test, t test and coefficient of determination (R²) with a significant level of 5%. The results showed that there was an effect of risk perception and consumer trust on online purchasing decisions during the Covid-19 pandemic in Seberang Ulu II, Palembang City. This is evidenced by the results of multiple linear regression $Y = 1.457 + 0.294X_1 + 0.289X_2$. The results of the F test show that there is a positive and significant influence on risk perceptions and consumer trust on purchasing decisions with the value of $F_{count} (33.127) > F_{table} (3.09)$ with a significant $0.000 < sig \alpha = 0.05$. The t-test results revealed that the perception of risk had a significant influence on purchasing decisions with a $t_{count} (3.221) > t_{table} (1.66)$ with a significance of $0.002 < sig \alpha = 0.05$. Consumer trust has an effect on purchasing decisions with $t_{count} (3.415) > t_{table} (1.66)$ with a significance of $0.001 < sig \alpha = 0.05$. The determination coefficient test of 0.394 (39.4%) variables of risk perception and consumer confidence is able to explain online purchasing decisions during the Covid-19 pandemic in Seberang Ulu II, Palembang City. Meanwhile, 60.6% is explained by other factors outside the research.

Kata Kunci: Persepsi Risiko, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Pemasaran di era globalisasi sekarang tidak terlepas dari peran teknologi informasi dan komunikasi yang semakin lama semakin berkembang. Perkembangan teknologi saat ini telah mengalami pertumbuhan sangat pesat seiring dengan era globalisasi yang menuntut kecepatan arus informasi. Salah satu perkembangan teknologi informasi saat ini adalah teknologi jaringan internet. Internet yang saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Kehadiran teknologi internet ini memberi manfaat komunikasi tanpa batas pada pengguna internet. Dengan mudahnya mengakses internet dimana saja dan kapan saja, memungkinkan banyak hal baru yang ditimbulkan dari perkembangan internet tersebut.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet tersebut maka menimbulkan sebuah pemikiran baru bagi pelaku bisnis terutama dalam mengatasi masalah pada sistem penjualan secara konvensional atau bertatap muka secara langsung. Masyarakat memanfaatkan

teknologi informasi dan komunikasi ini untuk membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet atau yang sering disebut dengan belanja online.

Belanja secara online memiliki keunggulan yang dapat dirasakan bagi penggunanya seperti tidak perlu keluar rumah ataupun pergi ketempat belanja, yang dibutuhkan hanyalah memesan barang yang dibutuhkan dan kemudian barang tersebut akan dikirim kerumah. Hal ini tentu sangat berguna melihat situasi dan kondisi saat ini seluruh dunia sedang dilanda wabah virus corona atau sering disebut dengan Covid-19 yang membuat semua orang harus melakukan semua kegiatannya dengan cara Work From Home (WFH) atau melakukan segala aktivitas dari rumah.

Melakukan pembelian secara *online* tidak hanya menawarkan kemudahan bagi konsumen, kemudahan yang ditawarkan tentunya akan memunculkan risiko bagi konsumen dan juga dapat memberikan dampak yang merugikan. Apalagi dalam keadaan saat ini yang memaksa semua orang untuk melakukan transaksi secara *online*. “Tidak sedikit kasus penipuan yang terjadi pada konsumen dalam belanja *online* dikarenakan tidak adanya interaksi tatap muka antara konsumen dan produsen sehingga risiko yang ada juga semakin besar” (Sukawati, 2018)

Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian online adalah kepercayaan konsumen. Saat belanja online pembeli tidak pernah bertemu dengan penjual online maka dari itu diperlukan kepercayaan dari pembeli kepada penjual. “Apabila tidak ada kepercayaan dari konsumen maka transaksi online tidak mungkin terjadi karena kepercayaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online” (Yunita,dkk, 2019).

Sri Rahayu, Zuhriyah, dan Silvia Bonita (2015) melakukan penelitian yang berjudul ‘Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian secara *online* di Kota Palembang.

Sukawati (2018) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui internet di Kota Makassar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk meneliti bagaimana konsumen dalam membuat keputusan pembelian melalui internet dipengaruhi oleh kepercayaan, harga, dan kualitas produk.

Nahla Rahma Yunita, Hadi Sumarsono, dan Umi Farida (2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Buka Lapak”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian *online* di Buka Lapak.

Dwi Septi Haryani (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Tanjung Pinang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tanjung Pinang.

Heksawan Rahmadi dan Deni Malik (2016) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Pada Tokopedia.Com di Jakarta Pusat”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian *E-Commerce* pada Tokopedia di Jakarta Pusat.

Adakah pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara *online* saat terjadi Pandemi Covid-19 di Seberang Ulu II Kota Palembang?

Untuk mengetahui persepsi risiko dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara *online* saat terjadi pandemi Covid-19 di Seberang Ulu II Kota Palembang.

2. Kajian Pustaka

2.1. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam buku Donni (2017:61) Perilaku konsumen (*consumer behavior*) diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologi (Donni, 2017:82-86).

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Faktor Pribadi
4. Faktor Psikologis

2.2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. (Irham Fahmi, 2016:57). Setiap keputusan membeli mempunyai struktur atau indikator yang mencakup beberapa komponen (Sudaryono, 2016:119).

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Tempat Pembelian
4. Jumlah Produk
5. Waktu Pembelian
6. Cara Pembayaran

2.3. Persepsi Risiko

Dunn et al dalam buku Sumarwan, dkk (2011:258-259) mendefinisikan persepsi risiko ialah konsekuensi negatif yang diantisipasi seorang konsumen terkait dengan situasi pembelian suatu produk. Indikator persepsi risiko menurut Sumarwan, dkk (2011) yaitu:

Risiko keuangan

Komponen persepsi risiko finansial berhubungan dengan kekhawatiran akan kerugian finansial atau moneter yang mungkin dialami sebagai konsekuensi dari pembelian suatu produk. Risiko finansial dapat dialami ketika kondisi keuangan konsumen memburuk akibat suatu keputusan pembelian, misalnya mengalami penipuan kartu kredit.

Risiko sosial

Sehubungan dengan kekhawatiran konsumen akan seperti apa pendapat orang lain atas pembelian suatu produk yang telah dilakukannya. Misalkan seseorang memakai pakaian

dengan model yang sudah tidak trendy lagi, maka kekhawatiran akan kemudian di jauhi oleh kelompok pergaulannya menjadi risiko sosial. Secara umum penilaian negatif diri konsumen oleh kalangan sosialnya sebagai akibat dari keputusan pembelian menerangkan risiko sosial.

Risiko kinerja

Berhubungan dengan kekhawatiran apakah suatu produk akan berkinerja sebagaimana yang diharapkan atau apakah suatu merek yang berbeda justru akan memberikan kinerja yang lebih baik. Beberapa produk, terutama jasa, konsumen memiliki risiko kehilangan waktu akibat mengantri atau menunggu perolehan akses pelayanan.

Risiko psikologis

Berhubungan dengan kekhawatiran kemungkinan hilangnya citra diri (*Self image*) akibat pembelian atau pemakaian suatu produk akibat tidak sesuainya produk dengan kepribadian konsumen atau dengan bagaimana konsumen mempersiapkan dirinya.

Risiko fisik

Berhubungan dengan kekhawatiran mengenai keamanan produk dan potensi membahayakan diri atau orang lain akibat dari pemakaian suatu produk.

Risiko Waktu

Berhubungan dengan kekhawatiran dengan kerugian hilangnya atau tersia-siakannya waktu akibat pembelian suatu produk. Sebagai contoh, waktu yang diperlukan untuk melakukan pembelian, menunggu pengiriman, atau tersia-siakannya karena harus mengembalikan atau menukar barang.

2.4. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian (Ba dan Pavlo 2002 dalam (Donni, 2017). Indikator Kepercayaan menurut McKnight *et al* dalam buku Donni (2017) yaitu:

Niat Baik (*Benevolence*)

Berkaitan dengan seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen secara berkelanjutan.

Integritas (*Integrity*)

Integritas berkenaan dengan seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Ada pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online saat terjadi pandemi Covid-19 di Seberang Ulu II Kota Palembang.

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan asosiatif. Populasi infinite dan Sampel 100 responden menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kesalahan 5%. Data yang diperlukan data primer. Metode pengumpulan data kuesioner (angket). Analisis data kualitatif yang dikuantitatifkan, uji instrument validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data regresi linier berganda.

4. Hasil Dan Pembahasan

Sebelum melakukan pengujian dengan regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji instrument yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS Versi 16. Dengan nilai r_{tabel} 0,374 maka didapat seluruh r hitung dari setiap pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan r_{tabel} maka setiap butir pernyataan dinyatakan valid. Keseluruhan indikator yang digunakan pada setiap butir pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel (dapat dipercaya) karena nilai cronbach's alpha pada variabel diatas 0,60.

Selanjutnya analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu motivasi dan disiplin kerja terhadap variabel dependen kepuasan karyawan baik secara parsial maupun bersama-sama dapat dilihat melalui uji F dan uji t.

Tabel 1. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1.457	.223	
Persepsi Risiko	.294	.091	.339
Kepercayaan	.289	.085	.359

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Perhitungan Data SPSS Versi 16, 2020

Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat digambarkan dengan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y=1,457+0,294X_1+0,289X_2$$

Nilai konstanta sebesar 1,457 menunjukkan bahwa jika persepsi risiko dan kepercayaan nilainya 0, maka dengan asumsi keputusan pembelian tetap/konstan.

Tabel 2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12.273	2	6.136	33.127	.000 ^a
Residual	17.967	97	.185		
Total	30.240	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Risiko

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 2 di atas nilai F_{tabel} dengan α 5% adalah 3,09, maka dapat dijelaskan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} 33,127 > F_{\text{tabel}} 3,09$ hal ini diperkuat dengan nilai signifikan $F 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel persepsi risiko (X1) dan Kepercayaan (X2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara online saat terjadi pandemi covid-19 di Seberang Ulu II Kota Palembang.

Tabel 3. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.457	.223		6.525	.000
Persepsi Risiko	.294	.091	.339	3.221	.002
Kepercayaan	.289	.085	.359	3.415	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas, nilai t_{tabel} sebesar 1,66 maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Persepsi Risiko (X1) dan Kepercayaan (X2) secara satu-persatu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebagai berikut:

Persepsi Risiko (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,221 $>$ nilai t_{tabel} sebesar 1,66 yang diperkuat oleh nilai $\text{Sig } t 0,002 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya ada pengaruh dan signifikan antara persepsi risiko (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan demikian berarti secara satu-persatu hipotesis terbukti.

Kepercayaan (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,415 $>$ nilai t_{tabel} sebesar 1,66 yang diperkuat oleh nilai $\text{Sig } t 0,001 < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya ada pengaruh dan signifikan antara kepercayaan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan demikian berarti secara satu-persatu hipotesis terbukti.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 ^a	.406	.394	.43039

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Risiko

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel diatas, diperoleh nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,394 artinya variabel persepsi risiko dan kepercayaan mampu berkontribusi terhadap naik turunnya keputusan pembelian, dengan besarnya kontribusi yang disebabkan sebesar 39,4%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 39,4\% = 60,6\%$ dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengujian secara simultan (uji-F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh dan signifikan antara persepsi risiko (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara online. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Heksawan Rahmadi & Deni Malik dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com di Jakarta Pusat”. Dengan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian e-commerce pada Tokopedia.com di Jakarta Pusat.

Pengujian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel persepsi risiko (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara online. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel persepsi risiko, peneliti menemukan bahwa sebagian besar responden setuju jika persepsi risiko memiliki dampak yang baik dan mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nahla Rahma Yunita, dkk (2019) yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak” dengan hasil penelitian persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online di Bukalapak.

Pengujian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel kepercayaan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara online. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel kepercayaan, peneliti menemukan bahwa sebagian besar masyarakat setuju jika kepercayaan memiliki dampak yang baik dan mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukawati (2018) yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makassar” dengan hasil penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui internet di Kota Makassar.

5. Kesimpulan

Ada pengaruh persepsi risiko dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama dan satu persatu terhadap keputusan pembelian secara online saat terjadi pandemi Covid-19 di Seberang Ulu II Kota Palembang. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 33,127 > 3,09 dan masing-masing nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,66.

Para penjual atau pembisnis yang melakukan bisnis secara *online* harus lebih memperhatikan dan memperbaiki lagi kualitas layanan serta kualitas dari produk mereka untuk meminimalisir tingkat persepsi risiko dari konsumen dan akan menambah tingkat kepercayaan konsumen sehingga keputusan pembelian akan meningkat.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*. Besarnya faktor persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* adalah 39,4% dan sisanya merupakan faktor-faktor lain selain dari faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Bagi konsumen agar dapat membuat suatu keputusan pembelian yang tepat dengan lebih memperhatikan lagi sistem transaksi yang ditawarkan oleh produsen/penjual.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Serves).
- Danang Sunyoto. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Serves).
- Donni Juni Priansah. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Dwi Septi Haryani. (2019). "Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online di Tanjung Pinang". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen STIE Pembangunan Tanjung Pinang*, Vol. 8, No. 2.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi.
- Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). Metodologi Penelitian untuk manajemen dan akuntansi. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Hasan, M. Iqbal. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik II (Statistik Inferensif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Heksawan Rahmadi dan Deni Malik. (2016). "Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com di Jakarta Pusat". *Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, Vol. 3, No. 1.
- Imam Ghozali. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irham Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Keller K.L dan Philip Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Nahla Rahma Yunita, dkk. (2019). "Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Bukalapak". *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, Vol. 3, No. 1.
- Rinto Rante Rerung. (2018). *"E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi. Cetakan 1"*. Yogyakarta: Deepublish
- Sri Rahayu, Zuhriyah, dan Silvia Bonita. (2015). "Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Kota Palembang". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 13, No. 3.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sukawati. (2018). "Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Kota Makassar". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Negeri Makassar*, Vol. 1, No. 2.

Ujang Sumarwan, Dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen : Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*. Bogor: IPB Press

Website: Penetrasi internet di Indonesia, <https://tekno.kompas.com/>. (www.google.com di akses Mei 2020)

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Likuiditas dan *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Bursa Efek Indonesia

Lesi Agusria* dan Marselly Priciliya Ningrum*

Universitas Muhammadiyah Palembang

lesi.agusria@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of liquidity and leverage on profitability in the food and beverage sub-sector companies of the Indonesia Stock Exchange. The formulation of the problem in this study is whether there is an effect of liquidity and leverage on profitability in the food and beverage sub-sector companies on the Indonesia Stock Exchange. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015-2019. The sample in the study amounted to 12 companies taken using purposive sampling method. The results of the research on the F test indicate that there is an effect of liquidity and leverage simultaneously on profitability. Whereas the t test shows that there is a partial effect of liquidity on profitability, however, leverage does not have a partial effect on profitability.

Keywords: *Liquidity, Leverage and Profitability*

1. Pendahuluan

Industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor ini menjadi salah satu dari sejumlah sektor yang dijadikan prioritas utama dalam mendorong industri penggerak ekonomi nasional. Industri makanan dan minuman diharapkan bisa memperkuat pendalaman struktur dan rantai nilai industrinya melalui kemitraan strategis dengan sektor skala kecil dan menengah. Sehingga industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Pada umumnya, perusahaan didirikan untuk jangka waktu yang tidak terbatas atau sesuai kemampuan perusahaan-perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup aktivitasnya. Dalam mewujudkan hal tersebut, pihak manajemen perusahaan harus mengoptimalkan pencapaian keuntungan atau laba agar dapat mempertahankan aktivitas perusahaan, baik yang berjangka pendek maupun jangka panjang.

Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam mengukur hasil usaha dan perkembangan perusahaan dalam setiap periodenya adalah dengan menyusun laporan keuangan. Dimana untuk menilai posisi keuangan serta kemajuan-kemajuan perusahaan dalam laporan keuangan, terdapat faktor yang paling penting untuk mendapatkan perhatian bagi pimpinan perusahaan, yaitu likuiditas, leverage, rentabilitas dan profitabilitas perusahaan (Kasmir, 2018:05).

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan pada laba yang dihasilkan dari penjualan atau pendapat investasi (Kasmir, 2018:196). Hal ini sejalan dengan pendapat Irham Fahmi (2014:81) bahwa Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

Aktivitas aset yang terjadi dalam sebuah perusahaan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan seberapa besar laba yang akan diperoleh perusahaan. Semakin lama waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melakukan produksi, maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan baik untuk pemeliharaan ataupun biaya produksi. Lamanya periode perputaran dari beberapa faktor yang ada, akan berpengaruh terhadap biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam menghitung tingkat keuntungan, suatu perusahaan dapat menggunakan indikator *return to asset ratio* (ROA). Menurut Indah Ayu Felany dan Saparilah Worokinasih (2018:120) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan yaitu *leverage* dan likuiditas.

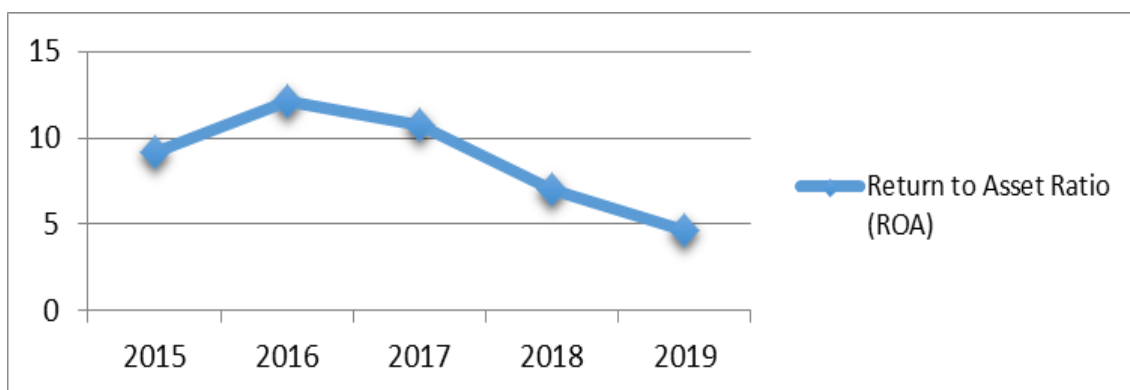
Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Kasmir, 2018:129). Rasio likuiditas sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja. Semakin cepat perputaran modal kerja suatu perusahaan, semakin cepat pula kas yang di investasikan dalam komponen modal kerja kembali lagi menjadi kas. Sehingga berlebihan kas pada modal kerja, akan berpengaruh pada tingkat likuiditas perusahaan, karena kas yang bertambah terutama pada aktiva lancar, akan dapat digunakan untuk menutupi semua kewajiban jangka pendek perusahaan tersebut.

Makin tinggi Likuiditas, maka makin baiklah posisi perusahaan dimata konsumen. Oleh karena terdapat kemungkinan yang lebih besar bahwa perusahaan akan dapat membayar kewajiban tepat pada waktunya. Di lain pihak ditinjau dari segi sudut pemegang saham, likuiditas yang tinggi tidak selalu menguntungkan karena berpeluang menimbulkan dana-dana yang menganggur yang sebenarnya dapat digunakan untuk berinvestasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan perusahaan. Sehingga untuk mengetahui tingkat likiditas serta seberapa besar modal kerja yang dialokasikan perusahaan untuk operasi perusahaan, dapat digunakan rasio lancar atau yang lebih dikenal dengan *current ratio*. Pemilihan *current ratio* karena rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya.

Leverage adalah resiko yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme (Kasmir, 2018:151). Perusahaan-perusahaan yang memiliki rasio utang relatif tinggi akan memiliki ekspektasi pengembalian yang juga

lebih tinggi ketika perekonomian sedang berada dalam kondisi normal, namun memiliki risiko kerugian ketika perekonomian mengalami masa resesi. Karena dalam masa resesi operasinya tidak menghasilkan cukup laba untuk memenuhi pembayaran bunga, kas akan menyusut dan perusahaan kemungkinan akan perlu mendapatkan dana. Dalam prakteknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan memiliki beberapa pilihan dana sumber dana yang dapat digunakan. Pemilihan sumber dana ini tergantung dari tujuan, syarat-syarat, keuntungan, dan kemampuan perusahaan tentunya. Sehingga untuk mengukur perbandingan total utang dengan total aktiva dapat digunakan *debt to asset ratio*. Alasan pemilihan DAR sebagai indikator adalah karena rasio ini menggunakan aktiva sebagai pembanding dari hutang perusahaan yang mungkin memiliki resiko dan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Rasio keuangan suatu perusahaan dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu. Demikian pula yang terjadi Subsektor makanan dan minuman di Bursa efek Indonesia. Berdasarkan pengolahan rata-rata tingkat likuiditas, leverage dan profitabilitas pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019 dapat dilihat pada grafik dibawah ini:

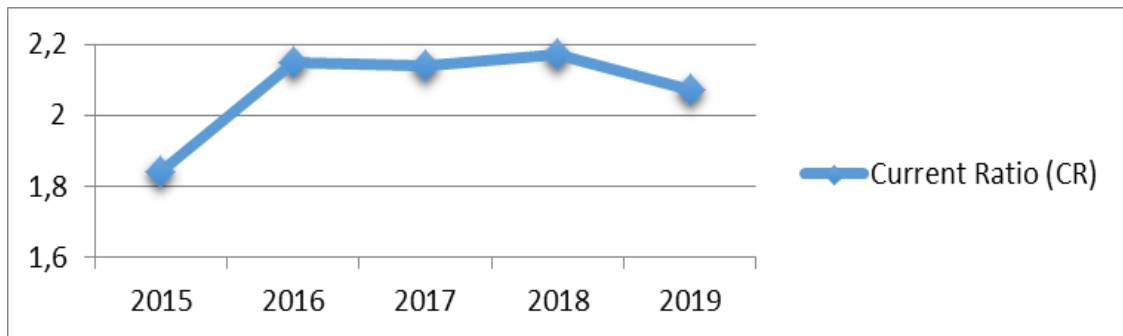


Gambar 1. Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman BEI periode 2015-2019

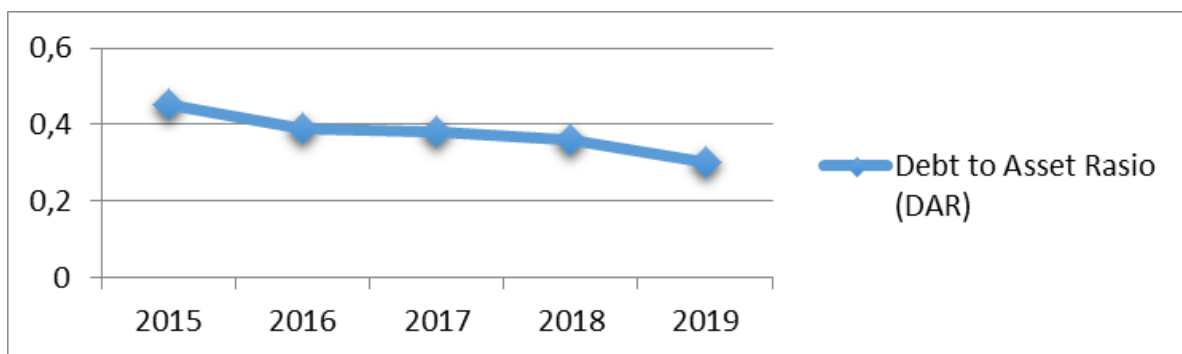
Berdasarkan gambar 1.I diatas memberikan informasi mengenai rata-rata Return On Asset selama 5 tahun periode 2015-2019. Rata-rata ROA mengalami fluktuasi dari tahun ketahun yaitu pada tahun 2015 rata-rata ROA sebesar 9,15. Pada tahun 2016 ROA mengalami peningkatan sebesar 12,10. Sedangkan pada tahun 2017 sampai dengan 2019 ROA mengalami penurunan kembali sebesar 4,64. Hal ini menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada periode tertentu lebih besar pada tahun 2016 dibandingkan pada tahun 2019 yang lebih rendah.

Gambar 2 di bawah memberikan informasi rata-rata CR yang mengalami fluktuasi dari tahun ketahunya yaitu pada tahun 2015 rata-rata CR sebesar 1,84. Pada tahun 2016 CR mengalami peningkatan sebesar 2,15. Sedangkan pada tahun 2017 CR mengalami penurunan kembali, sebesar 2,14. Tahun 2018 CR mengalami kenaikan kembali, yaitu sebesar 2,17. Lalu

mengalami penurunan kembali tahun 2019 sebesar 2,07. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan membayar kewajiban atau hutang yang harus dipenuhi dengan aktiva lancar lebih rendah pada tahun 2015 dibanding tahun 2018 yang lebih tinggi.



Gambar 2. Likuiditas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman BEI periode 2015-2019



Gambar 3. Leverage pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman BEI periode 2015-2019

Gambar 1.3 diatas memberikan informasi mengenai rata-rata *Debt to Asset Ratio* selama 5 tahun periode 2015-2019. Rata-rata DAR mengalami penurunan dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2015 sebesar 0,45 mengalami penurunan hingga tahun 2019 sebesar 0,30. Hal ini menunjukkan perbandingan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh aktiva dimana pada tahun 2019 lebih rendah dibandingkan tahun 2015 yang lebih tinggi.

Pada variabel *current ratio* (CR), menggambarkan tahun 2017 lebih besar dari pada tahun 2018. Namun rata-rata nilai ROA pada tahun 2018 mengalami penurunan dibandingkan pada tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi likuiditas perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin rendah.

Pada variabel *debt to asset ratio* menggambarkan rata-rata DAR tahun 2018 ke 2019 mengalami penurunan. Pada tahun 2019, persentase ROA mengalami penurunan dibandingkan persentase ROA pada tahun 2018. Sehingga menggambarkan resiko gagal bayar

karena terlalu banyak pendanaan yang dilakukan dengan hutang. Hal tersebut akan mengurangi profitabilitas karena banyak kas yang digunakan untuk membayar hutang.

Penelitian mengenai profitabilitas telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, tetapi masih terdapat hasil penelitian yang berbeda-beda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lovi Anggarsari (2018) menunjukkan bahwa *leverage* dan likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan Linda Ratnasari (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap profitabilitas, likuiditas berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian yang dilakukan Debby Ayu Puspita (2018) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, namun Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas.

2. Literature Review

2.1 Kajian teoritis

a) Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2018:196). Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah return on assets yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

b) Likuiditas

Rasio Likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban `(utang) jangka pendek. Rasio yang dapat digunakan untuk mengukur likuiditas adalah *current ratio*. Rasio ini bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar (Kasmir, 2018:129). Adapun rumus dari *current ratio* (CR) sebagai berikut :

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

c) Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang (Kasmir 2018:150). Pada penelitian ini rasio yang digunakan adalah debt to asset ratio. Untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara total aktiva dengan total utang, digunakan rumus :

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

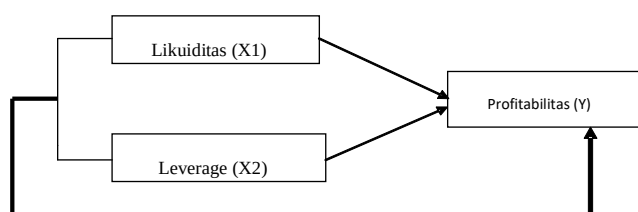
3. Metode Riset

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan (pengaruh) antara satu variabel dengan variabel lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa data laporan keuangan yang diambil dari neraca dan laporan laba rugi pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 yang terdapat melalui situs resmi www.idx.co.id.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini, ditetapkan untuk periode 5 tahun sejak tahun 2015 pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdapat 13 perusahaan yang memenuhi kriteria *purposive sampling*.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga jenis yaitu variabel dependen (variabel terikat) yang diukur dengan Profitabilitas dan variabel independen (variabel bebas) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Likuiditas (X1) dan *Leverage* (X2).

Gambar 2.1
Model Kerangka Pemikiran



Berdasarkan gambar kerangka pemikiran tersebut, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- Ada pengaruh likuiditas, *leverage* terhadap profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.
- Ada pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.
- Ada pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.

4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Deskriptif

Pengujian dengan analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan hubungan (pengaruh) Variabel likuiditas, *leverage* terhadap profitabilitas dan diolah menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 1. Analisis Deskriptif Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia

	Descriptive Statistics		
	Mean	Std. Deviation	N
ROA	7,2797	7,24229	65
CR	2,3555E2	193,97083	65
DAR	,3356	,20248	65

Berdasarkan hasil Analisis asosiatif yang meliputi nilai *mean* dan standar deviasi menunjukkan bahwa standar deviasi CR lebih besar dari mean sedangkan standar deviasi ROA dan DAR lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa data terdistribusi secara merata dengan jumlah N yaitu 65.

4.1.2 Analisis Keuangan

4.1.2.1 Analisis Profitabilitas

Tabel 2. Profitabilitas (*Return on Asset*) Perusahaan Sub Sektor Makanan dan minuman Di Bursa Efek Indonesia

Nama Perusahaan	2015	2016	2017	2018	2019
AISA	4,12	7,77	-9,71	-6,8	0,6
CEKA	7,17	17,51	7,71	3,4	0,15
ICBP	11,01	12,56	11,21	10,51	0,13
INDF	4,04	6,41	5,85	3,73	0,05
MLBI	15,65	12,17	16,67	11,63	0,41
ROTI	10	9,58	2,97	1,63	6,43
SKLT	5,32	3,63	3,61	2,81	5,69
STTP	9,67	7,45	9,22	7,78	16,75
ULTJ	14,78	16,74	13,72	11,14	15,62
ALTO	6,58	6,15	5,82	5,47	-6,67
DLTA	18,5	21,25	20,87	16,63	22,29
MYOR	11,02	10,75	10,93	6,26	5,11
PSDN	-6,87	-5,61	4,65	-2,24	-6,2

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa profitabilitas tertinggi terjadi pada perusahaan DLTA tahun 2019 yaitu sebesar 22,29%. Tingginya tingkat profit perusahaan hal itu menunjukkan bahwa laba bersih yang diperoleh perusahaan lebih besar dibandingkan dengan total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Profit yang tinggi perusahaan dapat memenuhi kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek. Selain itu juga perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham. Sehingga pemegang saham senang dalam menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Karena perusahaan dinilai dapat

menggunakan aktiva yang dimiliki dengan efektif dan efisien, sehingga profit yang dicapai perusahaan dapat maksimal.

Tingkat profit terendah terjadi pada perusahaan PSDN tahun 2018 yaitu sebesar -2,24%. Rendahnya profit perusahaan akan dapat membuat perusahaan diambang kehancuran, jika masalah tersebut tidak cepat teratasi oleh perusahaan, karena perusahaan akan dinilai tidak dapat mengelola aktiva yang dimiliki dengan efektif dan efisien. Sehingga perusahaan harus memperhatikan naik turunnya profit perusahaan, hal ini dilakukan guna untuk mengambil langkah yang tepat di masa yang akan datang, karena investor dalam menanamkan modal cenderung mencari perusahaan dengan tingkat profit yang stabil atau tingkat profit yang mengalami suatu kenaikan secara berlanjut.

3.1.2.2 Analisis Likuiditas

Tabel 3. Likuiditas (*Current Ratio*)Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia

Nama Perusahaan	2015	2016	2017	2018	2019
AISA	162,29	237,56	116,25	41,1	15
CEKA	153,47	218,93	222,44	339,93	480
ICBP	232,6	240,68	242,83	202,01	254
INDF	170,53	150,81	150,27	113,1	75
MLBI	11,42	12,95	10,57	15,61	11,07
ROTI	205,34	296,23	225,86	271,43	169
SKLT	119,25	131,53	126,31	124,13	13
STTP	157,89	165,45	264,09	308,91	285
ULTJ	374,55	484,36	419,19	507,28	444
ALTO	134,44	147,83	144,04	157,98	88
DLTA	642,37	760,39	863,78	728,18	805
MYOR	236,53	225,02	238,6	284,4	342
PSDN	121,07	105,98	115,9	120,28	76

Sumber: Hasil olah data, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa tingkat likuiditas tertinggi terjadi pada perusahaan DLTA tahun 2017 yaitu sebesar 863,78. Tingginya likuiditas akan menjadi sinyal yang tidak baik bagi perusahaan karena terjadinya penumpukan modal pada aktiva lancar. Hal tersebut akan dapat berdampak pada profit yang akan dicapai oleh perusahaan. Aktiva lancar yang terlalu tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak efektif dan efisien dalam menggunakan modal. Karena modal yang dimiliki oleh perusahaan lebih baik digunakan untuk berinvestasi dibandingkan ditanamkan pada persediaan, kas maupun pada piutang perusahaan. Karena jika modal ditanamkan pada kas, persediaan dan piutang tingkat pengembalian profit semakin lama yang akan berdampak pada penurunan laba atau laba yang dicapai perusahaan tidak maksimal. Namun jika modal yang digunakan untuk investasi jangka panjang di luar perusahaan, itu

akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Sehingga profit kedepannya akan dapat maksimal.

Likuiditas terendah terjadi pada perusahaan MLBI tahun 2019 yaitu sebesar 11,42. Rendahnya likuiditas menunjukkan bahwa aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan SKLT pada tahun tersebut lebih kecil. Rendahnya aktiva lancar menunjukkan bahwa modal yang digunakan lebih banyak untuk investasi dibandingkan ditanamkan pada kas, piutang maupun persediaan perusahaan. Perusahaan dalam menggunakan aktiva lancar harus lebih berhati-hati dan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, agar modal yang dimiliki dapat digunakan dengan efektif dan efisien, sehingga keuntungan yang dicapai oleh perusahaan dapat maksimal.

3.1.2.3 Analisis *Leverage*

Tabel 4. *Leverage (Debt to Asset Ratio)* Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia

Nama Perusahaan	2015	2016	2017	2018	2019
AISA	0,56	0,54	0,61	0,35	0,005
CEKA	0,57	0,38	0,35	0,24	0,053
ICBP	0,38	0,36	0,36	0,35	0,032
INDF	0,53	0,47	0,47	0,49	0,038
MLBI	0,21	0,20	0,23	0,26	0,011
ROTI	0,56	0,51	0,38	0,34	0,029
SKLT	0,6	0,48	0,52	0,55	0,019
STTP	0,47	0,5	0,41	0,38	0,039
ULTJ	0,21	0,18	0,19	0,16	0,069
ALTO	0,53	0,51	0,54	0,49	0,015
DLTA	0,18	0,15	0,15	0,16	0,067
MYOR	0,54	0,52	0,51	0,56	0,002
PSDN	0,48	0,57	0,57	0,61	0,012

Tabel 4 menunjukkan bahwa *leverage* tertinggi terjadi pada perusahaan PSDN tahun 2017 yaitu sebesar 0,57 kali. Tingginya *leverage* akan berdampak pada tingkat risiko pada perusahaan. Semakin tinggi *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dialami perusahaan. Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya.

Leverage terendah terjadi pada perusahaan AISA tahun 2019 sebesar 0,005 kali. Rendahnya rasio ini menunjukkan bahwa semakin rendah pula perusahaan dibiayai dengan utang. Maka rasio yang dimiliki oleh perusahaan juga semakin rendah. Hal ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan dalam mengambil keputusan dalam utang harus mempertimbangkan terlebih dahulu seberapa ekuitas yang dimiliki perusahaan, karena jika tidak perusahaan dikhawatirkan tidak mampu membiayai utang-utangnya. Jika hal itu terjadi perusahaan bisa dilikuidasi, karena dianggap tidak mampu membiayai utang-utang yang dimiliki oleh perusahaan. Maka

dari itu perusahaan harus tetap menjaga kestabilan antara ekuiti dengan utang, agar keuntungan yang diperoleh tidak seutuhnya digunakan untuk membiayai utang.

4.1.3 Proses Pengujian

4.1.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam pengelolaan data dengan menggunakan regresi linier berganda digunakan beberapa tahap untuk mencari pengaruh variabel Likuiditas dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia yang mana dapat diketahui dari hasil persamaan regresi.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang diteliti pada variabel Likuiditas (X_1), *Leverage* (X_2) terhadap Profitabilitas (Y) dapat digambarkan dalam persamaan regresi linier berganda $Y = 2,263 + 0,022 X_1 - 0,568 X_2$

Persamaan regresi linier berganda tersebut memiliki nilai konstanta yaitu sebesar 2,263, yang menyatakan bahwa, jika Likuiditas, *Leverage* bernilai 0 atau tetap maka profitabilitas akan mengalami kenaikan sebesar 2,263.

Hasil perhitungan koefisien variabel Likuiditas sebesar 0,022 yang berarti terdapat pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas. Artinya bahwa apabila likuiditas meningkat sebesar 1% maka profitabilitas (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,022.

Hasil perhitungan *Leverage* memiliki nilai koefisien sebesar 0,568 yang berarti terdapat pengaruh *Leverage* terhadap profitabilitas. Artinya apabila *leverage* meningkat sebesar 1%

Tabel 5. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	2,263	1,942		1,165	,248
CR	,022	,004	,592	5,548	,000
DAR	-,568	3,817	-,016	-,149	,882

a. Dependent Variable: ROA

maka Profitabilitas (Y) mengalami penurunan sebesar 0,568.

3.1.3.2 Uji Hipotesis

Hasil pengujian uji F penelitian tersaji dalam tabel dibawah ini :

Tabel 6. ANOVAb

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1196,246	2	598,123	17,164	,000a
Residual	2160,604	62	34,848		
Total	3356,850	64			

a. Predictors: (Constant), DAR, CR

b. Dependent Variable: ROA

Hasil pengujian Uji t didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1(Constant)	2,263	1,942		1,165	,248
CR	,022	,004	,592	5,548	,000
DAR	-,568	3,817	-,016	-,149	,882

a. Dependent Variable: ROA

4.3 Pembahasan

Tabel Uji F menunjukkan nilai $F_{hitung} (17,164) > F_{tabel} (3,14)$ dengan signifikan $F 0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel Likuiditas dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini disebabkan karena likuiditas yang diukur dengan current ratio menunjukkan perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar. Sehingga semakin tingginya CR akan semakin tinggi tingkat risiko yang akan diterima oleh perusahaan, karena bisa terjadi penahanan dalam penagihan piutang. Sedangkan debt to asset ratio menunjukkan perbandingan total utang terhadap total asset.

Rasio ini juga sama pengaruhnya yaitu berdampak negative terhadap profitabilitas, hal ini dikarenakan semakin tingginya rasio DAR akan semakin tinggi risiko yang diterima perusahaan

Pada pengujian Uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5.548 > t_{tabel} 1,66940$ dengan signifikan t sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh likuiditas secara parsial terhadap profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. Nilai signifikan t_{hitung} variabel *Leverage* terhadap Profitabilitas $t_{hitung} -0,149 < t_{tabel} 1,66940$ dan signifikan *Leverage* $0,882 > \alpha 0,05$ menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh *Leverage* secara parsial terhadap Profitabilitas pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. Hasil ini memperkuat pendapat dikemukakan oleh Van Horne, dan Wachowicz (2009) bahwa likuiditas perusahaan berbanding terbalik dengan profitabilitas. Maksudnya adalah semakin tingginya likuiditas perusahaan yang diukur dengan rasio CR akan semakin rendah profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki current ratio tinggi menunjukkan bahwa tingkat aktiva lancar perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan utang lancar perusahaan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji F diperoleh bahwa variabel Likuiditas dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas pada perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa Likuiditas berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia.

Referensi

- Anggarsari, L., & Seno Aji, T.O.N.Y (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, perputaran modal kerja dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas (sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 64(4). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24799>, 20 Okt 2020.
- Ayu puspita, Debby (2018) Pengaruh perputaran modal kerja, ukuran perusahaan, leverage dan likuiditas terhadap profitabilitas perusahaan animal feed di BEI periode 2012-2015, *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(1) <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22800>, 20 Okt2020.

-
- Fahmi Irham (2014) *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Paar Modal*. Jakarta: ALFABETA
- Felany, Indah Ayu, & Worokinasih, S (2018) Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada tahun 2012-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58(2), 119-128
- Kasmir (2018) *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers.
- Ratnasari, L. (2016). Pengaruh leverage, likuiditas, ukuran perusahaan terhadap mterhadap profitabilitas pada perusahaan otomotif di BEI. *Jurnal Ilmu DAN Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6). [file:///C:/Users/User/Downloads/45027-109-94437-1-10-20181227%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/45027-109-94437-1-10-20181227%20(1).pdf), 20 Oktober 2020

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu Pada PT Sriwijaya Alam Segar Palembang

Totok Sudiyanto¹, Oktariansyah Oktariansyah², Sopian Sopian³

^{1,2}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Palembang,*

³*Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Darma Pratama,*

totoktajir1978@gmail.com,

rianbro82@univpgri-palembang.ac.id, akangsopi@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine how to control the inventory of wheat flour raw materials at PT. Sriwijaya Alam Segar in 2015-2019. One of the control techniques is to use the EOQ method to minimize costs, RoP to determine when orders are placed, and SS. Based on the analysis that has been carried out on the problems that have been proposed, it can be concluded that the company in carrying out inventory control has not implemented a method that is in accordance with the economic ordering procedure, because the company still uses estimates in ordering merchandise without any other considerations, because there is no benchmark. used to determine the order quantity, so that there are often excess and shortage of stock.

Keywords: *Raw Material, Inventory, EOQ*

1. Pendahuluan

Dunia bisnis sekarang ini terus bersaing ketat untuk menciptakan berbagai kebutuhan konsumen yang semakin tinggi dan semakin cerdas memilih kebutuhan yang berkualitas. Mulai dari kalangan menengah sampai kalangan atas selalu menuntut kualitas yang terbaik dan dengan harga yang lebih ekonomis.

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk menghasilkan laba atau keuntungan yang besar. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah karena hal itu dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu mengenai masalah kelancaran persediaan.

Dalam upaya untuk melayani kebutuhan masyarakat dalam bidang penyediaan makanan, maka perusahaan harus mempunyai persediaan yang cukup jika terjadi kendala pada suatu

saat perusahaan tidak bisa memenuhi persediaan karena banyaknya permintaan dari konsumen atau faktor lainnya yang dapat merugikan sebuah perusahaan. Adanya persediaan merupakan faktor yang memicu peningkatan biaya, penetapan jumlah persediaan juga harus diperhatikan, karena jika terlalu banyak mengakibatkan pemborosan dalam biaya simpan dan jika terlalu sedikit mengakibatkan kekurangan dalam persediaan yang dapat merugikan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar jika permintaan melebihi permintaan yang diperkirakan. Persediaan dapat diartikan sebagai barang-barang yang disimpan dan dapat digunakan untuk dijual pada periode waktu yang akan datang.

Manajemen persediaan yang baik merupakan kunci keberhasilan setiap perusahaan, seperti perusahaan manufaktur yang merupakan sebuah badan usaha yang mengoperasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengubah bahan-bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual.

Pada perusahaan industri (manufaktur), kegiatan utamanya adalah memproses bahan baku menjadi barang jadi dan kemudian dijual. Proses ini tentu memerlukan proses dan waktu yang lebih lama sehingga modal yang diinvestasikan untuk persediaan cukup besar dan perputarannya menjadi relatif lebih lambat, hal ini rentan akan kejadian kelebihan persediaan yang mengakibatkan pemborosan pada modal, sedangkan kekurangan pada persediaan mengakibatkan proses produksi terganggu, maka manajemen persediaan pada perusahaan manufaktur harus mendapatkan perhatian manajemen yang sangat serius agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan persediaan.

PT. Sriwijaya Alam Segar merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan yaitu produk merk mie sedap. Sama seperti perusahaan lainnya, PT. Sriwijaya Alam Segar juga memiliki persediaan bahan baku yang lengkap yang dapat menunjang kegiatan penjualannya, di perusahaan ini pengendalian persediaan mereka masih menggunakan perkiraan dalam pemesanan barang dagangan.

Perusahaan juga harus memperhatikan persediaan yang dimiliki cukup untuk memenuhi permintaan dari konsumen dan kebutuhan operasinya, tetapi kelebihan jumlah persediaan juga dapat mengurangi solvensi akibat mengedapnya dana karena persediaan yang berlebihan, jika itu terjadi perusahaan akan mengalami kerugian karena menurunnya harga jual dan kerusakan persediaan produk.

Oleh karena itu perusahaan PT. Sriwijaya Alam Segar harus teliti dalam hal perencanaan persediaan bahan baku sehingga dapat menghitung tingkat pembelian optimal agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan persediaan bahan baku agar dapat menghemat biaya dan tidak menghambat proses produksi untuk memenuhi permintaan konsumen

2. Literature Review

2.1. Pengertian Pengendalian

Pengendalian yaitu kebijaksanaan, prosedur dan praktik yang diterapkan oleh pihak manajemen untuk mengelola suatu perusahaan dalam usaha mencapai tujuan secara efektif dan efisien, mencakup atas koreksi dan kekurangan, kelemahan dan penyimpangan yang ada serta penyesuaian operasi agar sesuai dengan sasaran untuk membandingkan hasil dengan rencana. Hasil pengendalian sangat penting dalam mencapai sasaran.

Hasibuan (2016:241), menyatakan pengendalian merupakan proses pengaturan berbagai faktor dalam suatu perusahaan, agar pelaksanaan sesuai dengan ketetapan-ketetapan dalam rencana.

Badrudin (2017:215) menyatakan pengendalian merupakan pengukuran dan perbaikan terhadap pelaksanaan kerja bawahan, agar rencana-rencana yang telah dibuat untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan dapat terselenggara.

Tujuan pengendalian

Tujuan pengendalian adalah sebagai berikut (Hasibuan, 2016: 242):

1. Supaya proses pelaksanaan dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari rencana.
2. Melakukan tindakan perbaikan, jika terdapat penyimpangan-penyimpangan.
3. Sesuai tujuan yang dihasilkan berdasarkan dengan rencananya.
4. Menjaga keamanan harta milik suatu organisasi.
5. Memeriksa ketelitian dan kebenaran data akuntansi. Memajukan efisiensi dalam operasi.
6. Meningkatkan akuntabilitas.

2.1.1. Asas-asas Pengendalian

Asas-asas pengendalian, yaitu (Badrudin, 2017: 217):

1. Asas tercapainya tujuan (*Principle of assurance of objective*). Artinya pengendalian harus tertuju kearah tercapainya tujuan dengan melaksanakan perbaikan untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan dari perencanaan.
2. Asas efisiensi pengendalian (*Principle of efficiency of control*). Artinya pengendalian itu efisien, jika dapat menghindari penyimpangan dari rencana, sehingga tidak menimbulkan hal-hal lain yang diluar dugaan.
3. Asas tanggung jawab pengendalian (*Principle of control responsibility*). Artinya pengendalian hanya dapat dilaksanakan jika manajer bertanggung jawab terhadap pelaksanaan rencana.
4. Asas pengendalian terhadap masa depan (*Principle of future control*), artinya pengendalian yang efektif harus tertuju arah pencegahan penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi, baik waktu sekarang maupun yang akan datang.
5. Asas pengendalian langsung (*Principle of direct control*), artinya teknik control yang paling efektif yaitu mengusahakan adanya manajer bawahan yang berkualitas baik. Pengendalian itu dilakukan oleh manajer, atas dasar bahwa manusia itu sering berbuat salah. Cara yang paling cepat untuk menjamin adanya pelaksanaan yang sesuai dengan rencana adalah mengusahakan sedapat mungkin para petugas memiliki rencana yang baik.
6. Asas refleksi rencana (*Principle of reflection plans*), artinya pengendalian harus tersusun dengan baik sehingga memperlihatkan karakter dan susunan rencana.

7. Asas penyesuaian dengan organisasi (*Principle of organization suitability*), artinya pengendalian harus dilakukan dengan struktur organisasi. Manajer dengan bawahannya merupakan sarana untuk melaksanakan rencana. Dengan ini pengendalian yang efektif disesuaikan besarnya kekuasaan manajer, sehingga mencerminkan struktur organisasi.
8. Asas pengendalian individual (*Principle of individual of control*), artinya pengendalian dan teknik pengendalian harus sesuai dengan kebutuhan manajer. Teknik pengendalian harus ditujukan terhadap kebutuhan-kebutuhan akan informasi setiap manajer. Ruang lingkup informasi yang dibutuhkan itu berbeda satu sama lain, tergantung pada tingkat dan tugas manajer.
9. Asas standar (*Principle of standard*), artinya pengendalian yang efektif dan efisien memerlukan standar yang tepat dan digunakan sebagai tolak ukur pelaksanaan dan tujuan yang akan dicapai.
10. Asas pengendalian yang efektif dan efisien memerlukan adanya perhatian yang ditunjukkan terhadap faktor-faktor yang strategis dalam perusahaan.
11. Asas pengecualian (*The exception principle*), artinya efisiensi dalam pengendalian membutuhkan adanya perhatian yang ditunjukkan terhadap faktor pengecualian yang dapat terjadi dalam keadaan tertentu ketika situasi berubah atau tidak sama.
12. Asas pengendalian fleksibel (*Principle of flexibility of control*), artinya pengendalian harus luwes untuk menghindari kegagalan pelaksanaan rencana.
13. Asas peninjauan kembali (*Principle of review*), artinya sistem pengendalian harus ditinjau berkali-kali, agar sistem yang digunakan berguna untuk mencapai tujuan.
14. Asas tindakan (*Principle of action*), artinya pengendalian dapat dilakukan apabila ada ukuran-ukuran untuk mengoreksi penyimpangan-penyimpangan rencana, organisasi, staffing, dan directing.

2.1.2. Jenis-jenis Pengendalian

Hasibuan (2016:244) Jenis-jenis pengendalian, yaitu:

- 1) Pengendalian karyawan (*Personel control*), pengendalian ini ditunjukkan kepada hal-hal yang ada hubungan dengan kegiatan karyawan. Misalnya apakah bekerja sesuai dengan rencana, perintah, tata kerja, disiplin, absensi, dan sebagainya.
- 2) Pengendalian keuangan (*Financial control*) pengendalian ini ditunjukkan kepada hal-hal yang menyangkut keuangan, tentang pemasukan dan pengeluaran, biaya-biaya termasuk perusahaan pengendalian anggarannya.
- 3) Pengendalian produksi (*Production control*), pengendalian ini ditunjukkan untuk mengetahui kualitas dan kuantitas produksi yang dihasilkan, apakah sesuai dengan standar atau rencananya.
- 4) Pengendalian waktu (*Time control*), pengendalian ini ditunjukkan kepada pengguna waktu, artinya apakah waktu untuk mengerjakan suatu pekerjaan sesuai atau tidak dengan rencana.

- 5) Pengendalian teknis (*Technical control*), pengendalian ini ditunjukkan kepada hal-hal yang bersifat fisik, yang berhubungan dengan tindakan dan teknis pelaksanaan.
- 6) Pengendalian kebijaksanaan (*Policy control*), pengendalian ini ditunjukkan untuk mengetahui dan menilai, apakah kebijaksanaan-kebijaksanaan organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan yang telah digariskan.
- 7) Pengendalian penjualan (*Sales control*), pengendalian ini ditunjukkan untuk mengetahui, apakah produksi atau jasa yang dihasilkan terjual sesuai dengan target yang ditetapkan.
- 8) Pengendalian inventaris (*Inventory control*), pengendalian ini ditunjukkan untuk mengetahui, apakah inventaris perusahaan masih ada semuanya atau ada yang hilang.
- 9) Pengendalian pemeliharaan (*Maintenance control*), pengendalian ini ditunjukkan untuk mengetahui, apakah semua inventaris perusahaan dan kantor dipelihara dengan baik atau tidak, dan jika ada yang rusak apa kerusakannya, apa masih dapat diperbaiki atau tidak.

2.1.3. Proses dan cara-cara pengendalian

proses pengendalian dilakukan secara bertahap melalui langkah-langkah berikut (Hasibuan, 2016: 245):

- 1) Menentukan standar-standar yang akan digunakan dasar pengendalian.
- 2) Mengukur pelaksanaan atau hasil yang telah dicapai.
- 3) Membandingkan pelaksanaan atau hasil dengan standar dan menentukan penyimpangan jika ada.
- 4) Melakukan tindakan perbaikan, jika terdapat penyimpangan agar pelaksanaan dan tujuan sesuai dengan rencana.

2.1.4. Cara-cara pengendalian atau pengawasan ini dilakukan sebagai berikut:

- 1) Pengawasan langsung adalah pengawasan yang dilakukan sendiri secara langsung oleh seorang manajer.
- 2) Pengawasan tidak langsung adalah pengawasan jarak jauh, artinya dengan melakukan laporan yang diberikan oleh bawahan.
- 3) Pengawasan berdasarkan kekecualian adalah pengendalian yang dikhususkan untuk kesalahan-kesalahan yang luar biasa dari hasil atau standar yang diharapkan.

3. Macam-macam pengendalian

Hasibuan (2016:248) pengendalian ini dikenal atas beberapa macam, yaitu:

- 1) *Internal control* (pengendalian intern), adalah pengendalian yang dilakukan oleh seseorang atasan kepada bawahannya.
- 2) *Extrnal control* (pengendalian ekstren), adalah pengendalian yang dilakukan oleh pihak luar.

- 3) *Formal control* (pengendalian resmi), pemeriksaan yang dilakukan oleh instansi atau pejabat resmi dan dapat dilakukan secara intern maupun ekstern.
- 4) *Informal control* (pengendalian konsumen), adalah penilaian yang dilakukan oleh masyarakat atau konsumen, baik langsung maupun tidak langsung.

2.2. *Pengertian Persediaan*

Ragkuti (2018:1) mengemukakan bahwa persediaan adalah sebagai aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu, atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan/proses produksi, ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.

Revino (2015:26) mengemukakan bahwa persediaan, ditinjau dari dua sisi yaitu, sisi yang berkenaan dengan biaya atau finansial maka persediaan berarti uang, aset atau tunai dalam bentuk barang. Sedangkan sisi yang berkenaan dengan operasional, maka hal ini akan dilihat dari sudut pandang material atau barang secara fisiknya itu sendiri, baik berupa bahan baku, barang setengah jadi atau pun barang jadi yang siap jual.

Tampubolon (2014:190) mengemukakan bahwa Persediaan merupakan fungsi dari manajemen operasional, dan harus membentuk suatu sistem yang permanen melalui pengujian-pengujian, antara lain bagaimana persediaan diklasifikasi dan bagai mana mencatat persediaan dan dipelihara secara akurat.

Dari definisi diatas persediaan ada dua yaitu berupa finansial dan operasional yang berperan sama pentingnya untuk menunjang berjalanya perusahaan yaitu sejumlah bahan-bahan dalam proses yang terdapat dalam perusahaan untuk proses produksi, serta barang-barang jadi/produk yang disediakan untuk memenuhi permintaan dari konsumen atau langganan setiap waktu.

Pada prinsipnya persediaan mempermudah atau memperlancar jalannya operasi perusahaan pabrik, yang harus dilakukan secara berturut-turut untuk memproduksi barang-barang, serta selanjutnya menyampaikannya kepada para langganan atau konsumen. Persediaan memungkinkan produk-produk dihasilkan pada tempat yang jauh dari langganan dan tau sumber bahan mentah. Dengan adanya persediaan, produksi tidak perlu khusus buat konsumen, atau sebaliknya konsumsi didesak supaya sesuai dengan kepentingan produksi.

Agus Ristono (2013:2) Persediaan (*Inventory*) merupakan suatu teknik yang berkaitan dengan penetapan terhadap besarnya persediaan barang yang harus diadakan untuk menjamin kelancaran dalam kegiatan operasi produksi, serta menetapkan jadwal pengadaan dan jumlah pemesanan barang yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan.

Stevenson dan Chuong (2014:179) persediaan (*inventory*), adalah stok atau simpanan barang-barang.

Kasmir (2015:41) persediaan merupakan sejumlah barang yang disimpan oleh perusahaan dalam suatu tempat (gudang). Persediaan merupakan cadangan perusahaan untuk proses produksi atau penjualan pada saat dibutuhkan.

2.2.1. Jenis-jenis persediaan

Jenis-jenis persediaan sebagai berikut (Heizer dan Render, 2015: 554:

- 1) Persediaan bahan mentah (*raw material inventory*) Telah dibeli, tetapi belum diproses. Persediaan ini dapat digunakan untuk memisahkan (untuk menyaring) pemasok dari proses produksi. Meskipun demikian pendekatan yang lebih disukai menghapus variabilitas pemasok dalam kualitas, Jumlah, atau waktu pengiriman sehingga tidak diperlukan pemisahan.
- 2) Persediaan barang dalam proses (*work in proses WIP inventory*) Komponen-komponen atau bahan mentah yang telah melewati beberapa proses perubahan, tetapi belum selesai. WIP itu ada karena untuk membuat produk diperlukan waktu (disebut juga waktu siklus) mengurangi waktu siklus akan mengurangi waktu persediaan WIP.
- 3) MRO (*maintenance/refair/operating*) Persediaan yang disediakan untuk perlengkapan pemeliharaan/perbaikan/operasi (*maintenance/refair/operatin MRO*) MRO ada karena kebutuhan dan waktu untuk pemeliharaan dan perbaikan dari beberapa peralatan tidak dapat diketahui. Walaupun permintaan untuk MRO ini sering kali merupakan fungsi dari jadwal pemeliharaan, permintaan MRO lain yang tidak terjadwal harus diantisipasi.
- 4) Persediaan barang jadi (*finish good inventory*) Produk yang telah selesai dan tinggal menunggu pengiriman. Barang jadi dapat dimasukkan kepersediaan karena permintaan pelanggan dimasa yang akan datang tidak diketahui.

2.2.2. Fungsi-fungsi persediaan

Menurut Heizer dan Render (2015: 553), persediaan dalam suatu perusahaan fungsinya dapat dibedakan dengan beberapa cara, fungsi persediaan yaitu:

- 1) Untuk memberikan pilihan barang agar dapat memenuhi permintaan pelanggan yang diantisipasi dan memisahkan perusahaan dari fluktuasi permintaan. Persediaan ini digunakan secara umum pada perusahaan ritel.
- 2) Untuk memisahkan beberapa tahapan dari proses produksi. Contohnya, jika persediaan sebuah perusahaan berfluktuasi, persediaan tambahan mungkin diperlukan agar bisa memisahkan proses produksi dari pemasok.
- 3) Untuk mengambil keuntungan dari potongan jumlah karena pembelian dalam jumlah besar dapat menurunkan biaya pengiriman barang.
- 4) Untuk menghindari inflasi dan kenaikan harga.

2.2.3. Pengendalian Persediaan

Martono (2010:3) pengendalian persediaan adalah sebagai suatu kegiatan menentukan tingkat dan komposisi dari pada persediaan bahan baku, barang dagangan, dan barang hasil produk sehingga perusahaan dapat melindungi kelancaran produksinya dan penjualan perusahaan dengan efektif dan efisien.

Ristono (2013:4) Suatu pengendalian persediaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan sudah tentu memiliki tujuan-tujuan tertentu.

2.3. Pendekatan Manajemen Persediaan

Ahmad (2018:174) manajemen persediaan terdiri dari beberapa pendekatan berikut ini:

2.3.1. Pendekatan tradisional

Sistem manajemen persediaan dengan pendekatan tradisional menganggap ketidakpastian permintaan konsumen mengakibatkan ketidakpastiaan produksi dan pembelian sehingga perusahaan harus memiliki persediaan.

Ada beberapa tujuan yang mendorong pendekatan tradisional perlu diadakan persediaan antara lain:

1. Untuk menyeimbangkan biaya penyimpanan dan pemesanan
2. Untuk memuaskan permintaan pelanggan
3. Untuk memanfaatkan potongan harga
4. Untuk berjaga-jaga jika terjadi kenaikan harga
5. Untuk menjaga kelancaran proses produksi

Persediaan bisa diusahakan selalu berada diantara batas minimal dan batas maksimal dengan langkah-langkah berikut:

2.3.1.1. Economic Order Quantity (EOQ)

Ahmad (2018:175) *Economic Order Quantity* (EOQ) atau *Economic Lot Size* (ELS) adalah suatu metode manajemen persediaan yang paling terkenal dan paling tua sejak 1914 yang dikenalkan oleh FW. Haris. Martono (2010:85) rumus EOQ :

$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times R \times S}{P \times I}}$$

Keterangan:

EOQ = Kuantitas pemesanan yang ekonomis dalam unit/tablet
R = Jumlah kebutuhan barang setiap periode
S = Biaya pesanan per persan
P = Biaya barang per unit/tablet
I = Persentase biaya penyimpanan

2.3.1.2. Recorder Point (ROP)

Menurut Ahmad (2018:175) titik pemesanan ulang adalah titik waktu dimana pesanan baru harus dilakukan. Waktu tunggu menurut Ahmad (2018:175) adalah waktu yang diperlukan untuk menerima kuantitas pesanan ekonomi ketika pesanan dilakukan. Martono (2010: 88) *Recorder Point* dihitung dengan rumus perhitungan:

$$RoP = (L/T \times AU) + SS$$

Keterangan :

LT = Lead Time
AU = Pemakaian rata-rata
SS = Safety Stock

2.3.1.3. Safety Stock (SS)

Ahmad (2018:176) persediaan pengamanan (*safety stock*) adalah persediaan ekstra yang disimpan sebagai jaminan dalam menghadapi permintaan yang berfluktuasi. Martono (2010:88) *Safety Stock* dihitung dengan rumus:

$$\text{Pemakaian Maksimum} - \text{Pemakaian rata-rata}$$

Keterangan :

Safety stock = persediaan pengamanan

Lead Time = waktu tunggu

2.3.1.4. Persediaan Maksimum

Jika perusahaan yang harus memelihara persediaan pengaman pada saat bahan atau barang yang dipesan datang, persediaan akan menunjukkan tingkat minimal, yaitu sebesar persediaan pengaman sehingga setelah bahan yang dipesan diterima, persediaan akan naik kembali ke tingkat maksimal, yaitu sebesar persediaan pengaman ditambah *Economic Order Quantity* (EOQ).

2.3.2. Pendekatan Just In Time (JIT)

Ahmad (2018:177) *just in time* (JIT) adalah suatu pendekatan manufaktur dengan mempertahankan produksi yang harus ditarik dari seluruh sistem melalui adanya permintaan dan bukannya mendorong seluruh sistem dengan skedul yang tetap untuk mengantisipasi permintaan.

Perusahaan yang menerapkan *just in time* (JIT) akan mendapatkan keuntungan antara lain:

- Modal kerja dapat ditunjang dengan adanya persediaan karena pengurangan-pengurangan biaya persediaan
- Lokasi yang tadinya untuk menyimpan persediaan dapat digunakan untuk aktivitas lain sehingga produktivitas meningkat.
- Waktu untuk melakukan aktivitas produksi berkurang, sehingga dapat menghasilkan jumlah produk lebih banyak dan lebih cepat merespon konsumen.
- Tingkat produk cacat berkurang sehingga mengakibatkan penghematan dan kepuasan konsumen meningkat.

2.3.3. Pendekatan Teori Kendala

Ahmad (2018:179) teori kendala seperti *just in time* (JIT) meletakkan manajemen persediaan ditempat yang penting untuk dibandingkan sudut pandang tradisionalnya. Teori ini beranggapan bahwa menurunkan persediaan akan menurunkan biaya-biaya sehingga

berdampak pada kenaikan penghasilan bersih.

2.4. Pengertian Bahan Baku

Menurut Mulyadi (2014 : 275) menyatakan: “Bahwa bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi”. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengelolaan sendiri. Didalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain. Pemakaian bahan baku dalam proses produksi terdapat pada perusahaan manufaktur berbeda dengan perusahaan dagang yang tidak mengenal adanya bahan baku. Seperti telah kita ketahui sebelumnya perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi kemudian menjual barang jadi tersebut, jelaslah bahwa kegiatan perusahaan manufaktur adalah mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Bahan baku perannya sangat utama dalam perusahaan manufaktur sebab dengan adanya bahan baku perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya (berproduksi). Agar perusahaan dalam berproduksi dapat berjalan lancar maka perusahaan haruslah memiliki persediaan bahan baku sehingga kapan pun akan berproduksi perusahaan tinggal menjalankannya dengan bahan yang tersedia sebelumnya.

3. Metode Penelitian

Sugiyono (2013:2), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Ada dua jenis metode penelitian yaitu:

1. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, tehnik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
2. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah sekprimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowbaal, tehnik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan rumus EOQ, RoP, SS.

Sugiyono (2013:59) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel penelitian yaitu Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku pada PT Sriwijaya Alam Segar Palembang.

Pengendalian persediaan menurut Ristono (2013:4) adalah suatu pengendalian persediaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan sudah tentu memiliki tujuan-tujuan tertentu.

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Sedarmayanti (2011:121), populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan persediaan bahan baku pada PT Sriwijaya Alam Segar Palembang.

Kemudian sampel menurut Fauzi, Dencik & Asiati (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan persediaan bahan baku pada tahun 2015 sampai 2019.

Sumber data dalam penelitian ini ada dua macam (Sugiyono, 2013:62), yaitu:

1. Data Primer, adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Data Sekunder, adalah sumber data yang diperoleh atau didapat dalam bentuk data yang sudah jadi atau dalam bentuk dokumen

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan penulis adalah data Sekunder.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh atau didapat dalam bentuk data yang sudah jadi atau bentuk dokumen.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus metode analisis deskriptif kualitatif yaitu data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

4. Hasil dan Pembahasan

Jumlah penggunaan bahan baku, besarnya biaya pemesanan setiap kali pesan dan biaya penyimpanan per karung pada PT. Sriwijaya Alam Segar Palembang tahun 2015-2019.

Tabel 1. Jumlah penggunaan biaya pesan perpesan dan biaya penyimpanan perkarung bahan baku tepung terigu pada tahun 2015-2019

Tahun	Kebutuhan Barang Tiap Periode (karung)	Biaya Barang Perkarung (Rp)	Biaya pesanan perpesan (Rp)
2015	50.000 ton	75.000	37.500.000
2016	50.000 ton	75.000	37.500.000
2017	75.000 ton	100.000	75.500.000
2018	80.000 ton	125.000	100.000.000
2019	100.000 ton	125.000	125.000.000

Sumber : Analisis data sekunder

Dari hasil analisis dapat diketahui jumlah pemesanan optimal bahan baku tepung terigu setiap kali pesan, frekuensi pemesanan optimal, serta biaya total minimal yang dikeluarkan selama

satu tahun produksi. Persediaan bahan baku menurut metode Economic Order Quantity dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Kuantitas Pemesanan dan Frekuensi Optimal Menurut Metode Economic Order Quantity Tahun 2015 – 2019

Tahun	Kuantitas perpesanan (karung)	Frekuensi (kali)
2015	22.360	2
2016	22.360	2
2017	33.541	2
2018	35.777	2
2019	44.721	2
Rata-rata	31,751.8	2

Sumber : Analisis data sekunder

Recorder Point

Tabel 3. Recorder Point Optimal Bahan baku tepung terigu tahun 2015 – 2019

Tahun	Recorder point
2015	24,5
2016	24,5
2017	48,6
2018	74
2019	121
Rata-rata	58.52

Sumber : Analisis Data Sekunder

Besarnya persediaan pengaman (Safety Stock) dipengaruhi oleh besarnya penggunaan bahan baku tepung terigu setiap tahun produksi menentukan besarnya standar deviasi

Tabel 4. Besarnya safety Stock bahan baku tepung terigu optimal tahun 2015-2019

Tahun	kebutuhan rata-rata perhari	lead time	pemakaian maksimum perhari	Safety Stock
2015	4	5	8	20
2016	4	5	8	20
2017	6	7	12	42
2018	6,7	10	13	63
2019	8	14	16	112
rata-rata safety stock				50

Sumber : Analisis Data Sekunder

4.1. Pembahasan

Setelah melakukan penelitian, peneliti dapat menentukan pemesanan ekonomis untuk membantu pengendalian persediaan PT. Sriwijaya Alam Segar. Berdasarkan analisis pengendalian persediaan yang dilakukan peneliti dengan menggunakan alat analisis metode Economic Order Quantity (EOQ), Recorder Point (RoP), dan Safety Stock (SS) dapat diketahui pada tahun 2015 tepung terigu jika menggunakan metode tersebut tidak akan mengalami kekurangan persediaan stock karena setelah dilakukan penelitian untuk mengurangi jika terjadinya kekurangan stock didapat hasil dari penelitian EOQ yaitu 2 kali pemesanan setahun dengan kuantitas pemesanan 22.360 karung dengan RoP saat persediaan bersisa 90 karung dan SS sebanyak 20 karung perhari,

Pada tahun 2016 persediaan tepung terigu tidak mengalami pengurangan ataupun penambahan persediaan, jadi perhitungan dengan menggunakan metode Economic Order Quantity (EOQ), Recorder Point (RoP), dan Safety Stock (SS) sama saja, yaitu dapat diketahui setelah dilakukan penelitian untuk mengurangi jika terjadinya kekurangan stock didapat hasil dari penelitian EOQ yaitu 2 kali pemesanan setahun dengan kuantitas pemesanan 22.360 karung dengan Rop saat persediaan bersisa 90 karung dan SS sebanyak 20 karung perhari.

Pada tahun 2017 persediaan tepung terigu jika menggunakan metode tersebut, setelah dilakukan penelitian didapat hasil penelitian EOQ yaitu 2 kali pemesanan setahun dengan kuantitas pemesanan 33.541 karung dengan RoP saat persediaan 48.6 karung dan SS sebanyak 42 karung perhari.

Pada tahun 2018 persediaan tepung terigu jika menggunakan metode tersebut, setelah dilakukan penelitian didapat hasil penelitian EOQ yaitu 2 kali pemesanan setahun dengan

kuantitas pemesanan 35.777 karung dengan RoP saat persediaan 74 karung dan SS sebanyak 63 karung perhari.

Pada tahun 2019 persediaan tepung terigu jika menggunakan metode tersebut, setelah dilakukan penelitian didapat hasil penelitian EOQ yaitu 2 kali pemesanan setahun dengan kuantitas pemesanan 44.721 karung dengan RoP saat persediaan 121 karung dan SS sebanyak 112 karung perhari

1) Kesimpulan

Kesimpulan

Pembelian bahan baku tepung terigu untuk produksi mie yang optimal menurut metode *Economic Order Quantity* selama tahun 2015-2019 di PT. Sriwijaya Alam Segar untuk setiap kali pesan lebih besar daripada kebijakan perusahaan. Pembelian bahan baku tepung terigu rata-rata untuk periode tahun 2015-2019 sebesar 31,751.8 karung per pemesanan.

Rata-rata kuantitas persediaan pengaman menurut metode *Economic Order Quantity* untuk periode tahun 2015-2019 adalah sebesar 84,72 karung , dibulatkan menjadi 85 karung.

Rata-rata titik pemesanan kembali (*reorder point*) menurut metode *Economic Order Quantity* di Pabrik Mie Musbar yaitu pada saat persediaan di gudang tinggal 51,4 karung, dibulatkan menjadi 50 karung. Jadi Pabrik harus memesan kembali pada saat persediaan bahan baku di gudang tinggal 50 karung.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran kepada perusahaan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan adalah:

Bagi pihak manajemen Pabrik Mie Musbar kedepannya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan metode EOQ dalam melakukan pembelian persediaan tepung terigu, karena dengan metode *EOQ* perusahaan dapat melakukan penghematan biaya persediaan sehingga penghematan yang diperoleh pabrik dapat dialokasikan untuk kebutuhan lain.

Pabrik sebaiknya menentukan besarnya persediaan pengaman (*safety stock*), titik pemesanan kembali (*reorder point*), untuk menghindari resiko kehabisan bahan baku (*stock out*) dan juga kelebihan bahan baku sehingga dapat meminimalisasi biaya bahan baku bagi PTSriwijaya Alam Segar Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Gatot Nazir. 2018.*Manajemen operasi*, Bumi Aksara, Jakarta.

Badrudin. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen*, Alfabeta, Bandung.

Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metodologi Penelitian untuk manajemen dan akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat

- Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen, dasar, pengertian, dan masalah*. PT Bumi Aksara. Jakarta
- Heizer, Render. 2015. *Manajemen Operasi*. Salemba Empat. Jakarta
- Martono, Harjinto, 2010. *Manajemen keuangan*, Penerbit Ekonisia. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2014. *Sistem Akuntansi*. Cetakan Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Rangkuti, 2018. *Manajemen Persediaan*, PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Revino. 2015. *Manajemen Material*. Djambatan. Jakarta
- Ristono, Agus. 2013. *Manajemen Persediaan*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sedarmayanti.Hidayat, Syaifudin. 2011. *Metodologi Penelitian*. CV Madar Maju. Bandung
- Stevenson, Choung. 2014. *Manajemen Operasi*. Salemba Empat. Jakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tampubolon, 2014. *Manajeme Oprasional*. Jakarta. Ghalia Indonesia

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



Training & Research Institute – Jeramba Ilmu Sukses
Jln. Brigjen Hasan Kasim No 22 Palembang, Indonesia
www.journal.jis-institute.org

Email: contact@jis-institute.org

