Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257

Wesite: https://journal.jis-institute .org | email: jnmpsdm@jis-institute.org |

VOLUME 05, NO 2
JUNI 2024



Publisher:
Training & Research Institute – Jeramba Ilmu Sukses
Jl. Brigjend Hasan Kasim No. 22 Palembang, Indonesia

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Editorial Teams

Editor-in-Chief

Dr. Abdul Basyith - Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang

Associate Editors

Amanda Setiorini - Universitas Krisnadwipayana, Jawa Barat

Toman Sony Tambunan - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi LMII, Sumatera Utara

Charisma Ayu Pramuditha - STIE Multi Data Palembang, Sumatera Selatan

Dr. Elvera - STIE Lembah Dempo, Sumatera Selatan

Dedy Ansari Harahap - Universitas Islam Bandung, Jawa Barat

Dita Amanah - Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara

Published by:

JNMPSDM
JURNAL NASIONAL MANAJEMEN PEMASARAN & SDM

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

DAFTAR ISI

JUDUL DAN PENULIS	Pages
Pengaruh Locus of Control dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV Klasindo Plafon PVC *Mestika Lestari Malau, Ridlwan Muttaqin, Asti Nur Aryanti*	*84 - 99*
Pengaruh Nilai Pelanggan (Customer Value) Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Survei Pada Pelanggan Mixue Ice Cream & Tea) *Corrinna Salsabila Amelia, Almira Dwi Yuliarti, Abdul Yusuf*	*100 - 114*
Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Digital Dalam Pengembangan UMKM Terasi Toboali Kabupaten Bangka Selatan *Sumarno*	*115 - 127*
Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian di Sego Pedas Basman Cabang UNSIKA *Intan Liani Nestiti, Elin, Abdul Yusuf*	*128 - 138*
Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis CHSE Terhadap Loyalitas Wisatawan Dimediasi Kepuasan Wisatawan (Studi Wisatawan Luar Daerah di Kawasan Borobudur) *Ivo Novitaningtyas, Clarisa Alfa Lionora, Andhatu Achsa, Budi Hartono, Siti Nurhidayah, Hesti Agustin*	*139 - 151*
Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kompensasi, dan Work-Life Balance terhadap Labor Turnover (Studi pada CV Rinjani) *Feby Azhar Awan, Rama Chandra Jaya*	*152 - 170*
Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri di Kota Palembang *M. Sondy Hidayat, Choiriyah*	*171 - 183*
Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Gula Dezan Berkah dengan Business Model Canvas dan Analisis SWOT *Siti Rohmawati, Fanji Wijaya*	*184 - 198*
Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Seblak Prasmanan Teh Windy di Karawang	*199 - 210*

Aulia Ifada, Davina Meita Rizqiyanti, Abdul Yusuf	
Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Matahari Department Store Cabang Festival Citylink Bandung *Fanji Wijaya, Oktaviani Dameria*	*211 - 228*
Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Makanan Sehat Warung Lotek Ibu Cucu *Fanji Wijaya, Siti Nurpatimah*	*229 - 241*
Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Keterampilan Komunikasi Terhadap Public speaking Mahasiswa Prodi Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan *Alfi Nura, Mita Rosalina Situmorang*	*242 - 254*
Pengaruh Kepemimpinan Motivasi Kerja dan Kompetensi Terhadap KinerjaPegawai Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir *Ida Kartika, Muhammad Idris, Trisniarty Adjeng Moelyati*	*255 - 270*
Strategi pengembangan bisnis Tour dan Travel pada PT. Tiwikrama Tour Indonesia *Aldira Abroury Moeryawan, Fanji Wijaya*	*271 - 283*

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh *Locus of Control* dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV Klasindo Plafon PVC

Mestika Lestari Malau*, Ridlwan Muttaqin, Asti Nur Aryanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun,
Penulis Korespondensi: tarimalau80@student.inaba.ac.id
ridlwan.muttaqin@inaba.ac.id, asti.nuraryanti@inaba.ac.id

Article Information:
Received: May 31, 2024, Accepted: Juni 07, 2024, Published: June 10, 2024

Abstract:

This research examines the influence of locus of control and work discipline on employee performance at CV Klasindo Plafon PVC. This research uses multiple linear regression analysis and involves a population of 35 employees. Employee performance is the dependent variable, while the independent variables are the locus of control and work discipline. The aspects of employee performance cover the amount of work produced, the quality of that work, punctuality, attendance, and teamwork skills. Locus of control is divided into internal and external. Work discipline encompasses effective time management, task accountability, and attendance records. Data was collected using observation and questionnaires. Various statistical methods, such as partial hypothesis testing, simultaneous analysis, and coefficient of determination, shall be used in the analysis. The research results show that locus of control and work discipline positively and significantly affect employee performance individually and collectively.

Keywords: Locus of Control, Work Discipline, Employee Performance

1. Pendahuluan

Lingkungan bisnis global kini lebih kompetitif dan cepat berkembang dibandingkan masa lalu, dengan kemajuan signifikan seperti perluasan layanan industri dan beragamnya kebutuhan masyarakat (Muttaqin & Saputro, 2023). Pesatnya evolusi lingkungan bisnis, yang didorong oleh kebebasan berwirausaha dan kemajuan teknologi, telah menyebabkan meningkatnya persaingan, sehingga menimbulkan tantangan bagi dunia usaha, khususnya dalam hal peningkatan kinerja karyawan, Lengkong et al. dalam (Muttaqin et al., 2023). Pengelolaan SDM secara profesional sangat penting untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan pegawai dan kemampuan organisasi. Mengingat pentingnya peran SDM dalam mencapai tujuan organisasi, upaya untuk mendorong pegawai agar bekerja lebih baik harus terus

Published by:

dilakukan. Dengan demikian, diharapkan kinerja pegawai sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Rahadian, 2020). Roni & Riyani (2017) mengungkapkan bahwa kinerja karyawan sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Kinerja adalah hasil kerja bersama orang-orang dan sumber daya dalam organisasi, berdasarkan standar mutu yang ditetapkan. Karena itu, organisasi membutuhkan sumber daya manusia yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Menurut Manullang dalam (Ristanty, 2019), manajemen sumber daya manusia adalah seni dan ilmu mengelola SDM untuk mencapai tujuan perusahaan secara efisien dan meningkatkan semangat kerja.

Locus of control merupakan konsep psikologis yang mengacu pada keyakinan seseorang tentang sejauh mana mereka dapat mengendalikan peristiwa yang mempengaruhi kehidupan mereka. *Locus of control* internal dikaitkan dengan kinerja karyawan yang lebih baik karena menumbuhkan motivasi dan tindakan positif. Karyawan dengan *locus control internal* lebih mungkin menghadapi tantangan dengan sikap positif, sedangkan mereka yang memiliki *locus of control* eksternal mungkin merasa putus asa atau mudah menyerah karena kurangnya kendali atas diri mereka sendiri. Studi oleh Yuniarti & Muhtamar (2022) menyatakan bahwa *locus of control* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi oleh Anam et al. (2022) mendukung bahwa kinerja karyawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *locus of control*. Sementara itu, studi oleh Tossa et al. (2023) datang dengan hasil berbeda, *locus of control* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Menurut Feist & Feist (2010:527), *locus of control* sebagai konstruksi psikologis mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa mereka dapat mengendalikan peristiwa-peristiwa di sekitar mereka.

Disiplin kerja berperan sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan. Disiplin kerja membantu karyawan tetap fokus dan teratur dalam menjalankan tugas-tugas mereka, secara konsisten mematuhi jadwal kerja, tenggat waktu, dan tanggung jawab, yang pada akhirnya mendorong peningkatan kinerja. Hal ini sejalan dengan studi oleh Adinda et al. (2023) bahwa disiplin kerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi lain oleh Marliana & Febrian (2023) membawa hasil yang sama, disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi oleh Hidayat et al. (2024) menegaskan bahwa kinerja karyawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh disiplin kerja. Menurut Newstorm & Davis, disiplin adalah tindakan manajemen untuk menetapkan standar atau aturan organisasi. Masalah disiplin memiliki dampak signifikan pada individu dalam organisasi (Rachmawati et al. 2021).

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kinerja Karyawan

Kinerja dalam pandangan Mangkunegara (2017:67) mengacu pada seberapa baik seorang karyawan melaksanakan tugas dan tanggung jawab pekerjaannya diukur dari segi kualitas dan kuantitas. Adami menyatakan bahwa kontribusi karyawan diukur dari *output*, kualitas, ketepatan waktu, kehadiran, dan sikap kerja (Darmawan & Muttaqin, 2023).

Kinerja adalah pencapaian tujuan atau ukuran pelaksanaan tugas dan kewajiban dalam jangka waktu tertentu (Kasmir, 2016:182). Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh suatu organisasi, baik yang berorientasi pada keuntungan maupun yang tidak, dalam jangka waktu tertentu (Fahmi, 2016:65).

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

2.2. Locus of Control

Menurut Feist & Feist (2010:527), *locus of control* sebagai konstruksi psikologis mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa mereka dapat mengendalikan peristiwa-peristiwa di sekitar mereka.

Locus of control adalah sejauh mana individu percaya bahwa mereka memiliki kontrol atas hasil peristiwa dalam hidup mereka, Rotter dalam (Feist & Feist, 2010:527).

Weiner dalam Feist & Feist (2010:527) berpendapat bahwa *locus of control* adalah salah satu dimensi dari atribusi kausal yang menentukan apakah individu mengatribusikan hasil ke faktor internal (seperti usaha atau kemampuan) atau eksternal (seperti keberuntungan atau kesulitan tugas).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulan bahwa *locus of control* adalah konstruksi psikologis yang mengukur keyakinan individu terhadap kemampuannya mengendalikan peristiwa-peristiwa dalam hidupnya. Ini adalah dimensi atribusi kausal, yang menentukan apakah hasil dikaitkan dengan faktor internal atau eksternal.

2.3. Disiplin Kerja

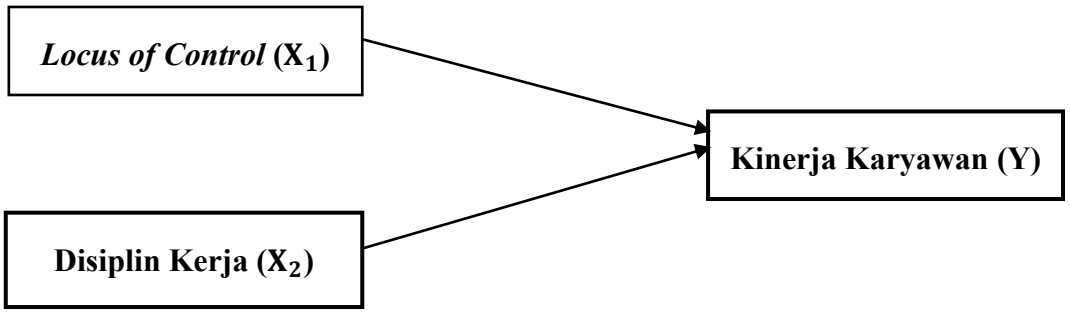
Disiplin merupakan alat manajemen yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku dan kesadaran terhadap peraturan perusahaan dan norma sosial, serta menumbuhkan ketaatan, keteraturan atau ketertiban melalui beberapa bentuk perilaku (Afandi, 2016:24).

Secara singkat, disiplin kerja menurut Sutrisno merupakan sikap, perilaku, dan tindakan yang mematuhi aturan serta prosedur kerja (Baktiar & Muttaqin, 2024). Disiplin kerja adalah sikap kesediaan dan ketaatan seseorang dalam mematuhi norma dan peraturan yang berlaku di sekitarnya (Mangkunegara, 2017:86).

Disiplin mencakup pengetahuan dan komitmen karyawan untuk memastikan kepatuhan terhadap semua peraturan dan standar yang relevan di perusahaan tempat ia bekerja (Hasibuan, 2019:193). Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja adalah kesediaan seseorang dalam mematuhi dan menaati norma-norma dan peraturan yang berlaku di tempat kerja.

2.4. Model Penelitian

Model penelitian berikut akan menunjukkan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen:



Gambar 1 Model Penelitian

2.5. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan berbagai sumber referensi, termasuk penelitian yang sudah ada untuk menyempurnakan literatur guna membandingkan bagaimana pengaruh *locus of control* dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Pengaruh *Self-Efficacy* dan *Locus of Control* terhadap Kinerja Karyawan pada PT Telekomunikasi Sengkang	Yuniarti & Muhtamar (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* dan *locus of control* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas *locus of control* dan variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas *self-efficacy* serta tempat penelitian
2	Pengaruh *Locus of Control* dan Beban Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar	Tossa et al. (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *locus of control* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Sedangkan beban kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Secara simultan *locus of control* dan beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas dan variabel terikat, yaitu *locus of control* dan kinerja karyawan **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas, yaitu beban kerja. Perbedaan lainnya terdapat pada tempat penelitian
3	Pengaruh *Locus of Control*, Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja, dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan	Anam et al. (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *locus of control*, gaya kepemimpinan, stres kerja, dan beban kerja	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas *locus of control* serta variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada tempat penelitian, variabel

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			terhadap kinerja karyawan.	bebas gaya kepemimpinan, stres kerja, dan beban kerja
4	Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Antam Tbk (UIBPEI) Pongkor	Adinda et al. (2023)	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motivasi kerja dan disiplin kerja, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas dan variabel terikat, yaitu disiplin kerja dan kinerja karyawan **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas, yaitu motivasi kerja. Perbedaan lainnya dapat dilihat pada tempat penelitian
5	Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Anjungan Lampung TMII	Marliana & Febrian (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi, disiplin kerja, dan motivasi kerja secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan:** terdapat persamaan pada variabel bebas, yaitu disiplin kerja dan variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan:** adapun perbedaannya dapat dilihat pada variabel bebas budaya organisasi dan motivasi kerja serta tempat penelitian
6	Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan di PT Kalimutu Mitra Perkasa	Hidayat et al. (2024)	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motivasi kerja, disiplin kerja, dan gaya kepemimpinan berpengaruh, baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan:** terdapat persamaan pada variabel bebas, yaitu disiplin kerja dan variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan:** adapun perbedaannya dapat dilihat pada variabel bebas, yaitu motivasi kerja dan gaya kepemimpinan. Perbedaan lainnya ada pada tempat penelitian

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
7	Pengaruh *Self-Efficacy* dan *Locus of Control* terhadap Kinerja Karyawan pada PT Putra Banyumas Perkasa di Makassar	Yanti et al. (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan *Locus of Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan	**Persamaan:** terdapat persamaan pada variabel bebas *locus of control* dan variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan:** terdapat perbedaan pada variabel bebas *self-efficacy* dan tempat penelitian
8	Pengaruh Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT KWS	Salsabilla & Suryawan (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan kerja, disiplin kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan	**Persamaan:** terdapat persamaan pada variabel bebas disiplin kerja dan variabel terikat kinerja karyawan **Perbedaan:** terdapat perbedaan pada variabel bebas kepuasan kerja, motivasi kerja, dan tempat penelitian

Sumber: Data diolah 2024

2.6. Hipotesis

Untuk memberikan jawaban sementara terhadap penelitian ini, diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. *Locus of control* berpengaruh terhadap kinerja karyawan;
2. Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan; dan
3. *Locus of control* dan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian eksplanasi merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian eksplanatori adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi hipotesis peneliti (Sugiyono, 2019:224). Metode kuantitatif digunakan untuk tujuan deskriptif dan verifikatif dalam penelitian ini.

3.2. Populasi dan Sampel

Published by: Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV Klasindo Plafon PVC. Sampel yang dipilih berjumlah 35 responden, dengan menggunakan metode sampling jenuh atau sensus. Jika populasinya kecil, digunakan metode sampel jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel, Sugiyono dalam (Adiputra, 2021:127). Oleh karena itu, ada 35 responden untuk ukuran sampel penelitian ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terhadap tiga variabel kunci yaitu *locus of control*, kondisi kerja dan kinerja karyawan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Kuesioner menggunakan Skala Likert, dimana responden diminta menilai variabel-variabel tersebut dengan penilaian sebagai berikut: 1 artinya sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel-variabel yang berkaitan dengan *locus of control*, disiplin kerja dan kinerja karyawan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
1	Kinerja Karyawan (Y)	Kinerja karyawan, menurut Adamy (2016:91), merujuk pada sejauh mana seorang karyawan memberikan kontribusi kepada perusahaan dengan melihat kantitas dan kualitas, waktu pengerjaan, kehadiran, dan etos kerja.	Jumlah pekerjaan	Mencapai target persahaan	1	Ordinal
				Kinerja sesuai standar pekerjaan	2	Ordinal
			Kualitas pekerjaan	Melakukan pekerjaan sesuai SOP	3	Ordinal
				Memiliki etos kerja yang tinggi	4	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
			Ketepatan waktu	Menyelesaikan pekerjaan tepat waktu	5	Ordinal
				Mengutamakan pekerjaan mendesak	6	Ordinal
			Kehadiran	Jarang meninggalkan pekerjaan	7	Ordinal
				Memiliki disiplin tinggi (mengetahui jam masuk dan jam pulang)	8	
			Kemampuan bekerja sama	Nyaman bekerja secara kolaboratif	9	Ordinal
				Bekerja sama membantu meringankan pekerjaan	10	Ordinal
2	*Locus of Control* (X_1)	Menurut Feist & Feist (2010:527), *locus of control* sebagai konstruksi psikologis mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa	Internal	Usaha menentukan keberhasilan	1	Ordinal
				Keberhasilan ditentukan oleh kemampuan	2	Ordinal
			Eksternal	Keberuntungan menentukan keberhasilan	3	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
		mereka dapat mengendalikan peristiwa-peristiwa di sekitar mereka.		Keberhasilan ditentukan oleh nasib	4	Ordinal
3	Disiplin Kerja (X_2)	Menurut Afandi (2016:24), disiplin adalah suatu alat yang digunakan para manajemen untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku, sehingga tercipta dan terbentuk melalui proses dari serangkaian perilaku yang menunjukkan nilai-nilai ketaatan,	Pengukuran waktu secara efektif	Taat pada peraturan dan norma yang berlaku di perusahaan	1	Ordinal
				Tiba dan pulang tepat waktu	2	Ordinal
			Tanggung jawab	Termotivasi untuk bekerja	3	Ordinal
				Loyal pada perusahaan	4	Ordinal
			Absensi	Hadir tepat waktu di tempat kerja	5	Ordinal
				Jarang mengajukan cuti kecuali dalam situasi mendesak	6	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
		kepatuhan, keteraturan, dan ketertiban.				

Sumber: Data diolah 2024

3.5. Teknik Analisis

3.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini menggambarkan kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, menentukan apakah terdapat hubungan positif atau negatif antara variabel tersebut dan variabel dependen. Persamaan Regresi Berganda yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon}$$

Di mana:

Y = Kinerja Karyawan

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = *Locus of Control*

X_2 = Disiplin Kerja

3.5.2. Pengujian Hipotesis

Uji Parsial

Uji t digunakan dengan tujuan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap suatu variabel dependen dalam suatu penelitian. Uji ini dapat dilakukan dengan menguji nilai signifikansi (Sig). Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan jika nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018:88).

Uji Simultan

Ghozali menjelaskan bahwa secara prinsip, uji statistik-F dapat digunakan untuk menentukan apakah semua variabel independen atau model regresi secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Uji F bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel-variabel independen secara kolektif memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan dalam analisis simultan ini adalah uji F, yang juga dikenal sebagai analisis varians (Agustiani & Muttaqin, 2023).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Analisis Regresi Berganda

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Berikut ini adalah hasil analisis regresi berganda untuk menilai pengaruh *locus of control* (X_1) dan disiplin kerja (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) pada CV Klasindo Plafon PVC:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.163	5.620		5.082	.000
Locus of Control (X_1)	.632	.103	.620	4.303	.000
Disiplin Kerja (X_2)	.685	.127	.672	5.129	.004

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Sumber: Data diolah 2024

Berikut model persamaan yang diperoleh dari tabel koefisien regresi berganda di atas:

$$\mathbf{Y = 14.163 + 0.632\ X_1 + 0.685\ X_2}$$

Berdasarkan persamaan regrsi berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai kinerja karyawan sebesar 14,163 apabila seluruh faktor yang berhubungan dengan *locus of control* dan disiplin kerja bernilai nol. Hal ini disebabkan nilai konstanta (α) sebesar 14,163.
2. Koefisien regresi variabel *locus of control* (β_1) sebesar 0.632. Artinya, jika seluruh variabel lainnya tetap maka akan terjadi perubahan sebesar 0,632 untuk setiap kenaikan satu satuan.
3. Jika semua variabel lain dianggap konstan, maka koefisien regresi disiplin kerja (β_2) adalah 0,685. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,685.

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji parsial. Adapun rumusan hipotesis uji parsial adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = 0$, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1: \beta_1 \neq 0$, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut pengambilan keputusannya:

1. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak
2. Jika nilai signifikansi > atau = 0,05 maka H_0 diterima

Uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen menghasilkan keputusan sebagai berikut:

1. *Locus of Control* (X_1) terhadap Kinerja Karyawan (Y)

   Berdasarkan data pada Tabel 3 di atas, nilai signifikansi *locus of control* sebesar 0,000, yaitu kurang dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi secara kuat oleh *locus of control*.

2. Disiplin Kerja (X_2) terhadap Kinerja Karyawan (Y)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Berdasarkan data pada Tabel 3 di atas, nilai signifikansi disiplin kerja sebesar 0,004, yaitu kurang dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi secara kuat oleh disiplin kerja.

Selain uji parsial, dilakukan pula uji simultan guna menilai pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji F sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	283.248	2	98.292	20.642	.000[b]
Residual	49.942	32	15.342		
Total	333.190	34			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)
b. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja (X_2), *Locus of Control* (X_1)

Sumber: Data diolah 2024

Adapun rumusan hipotesis uji simultan adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$, variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1: \beta_1, \beta_2 \neq 0$, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah pengambilan keputusannya:

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak

b. Jika nilai signifikansi > atau = 0,05 maka H_0 diterima

Tabel 4 di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, berada di bawah 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa *locus of control* dan disiplin kerja secara bersama-sama mempengaruhi kinerja karyawan secara signifikan.

Selanjutnya dilakukan uji koefisien determinasi untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menggambarkan variabel dependen secara simultan. Hasil selanjutnya adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736[a]	.684	.572	1.23848

a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja (X_2), *Locus of Control* (X_1)
b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan (Y)

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan Tabel 5 di atas, nilai R Square berada pada angka 0,684. Hasil tersebut menunjukkan bahwa 68,4% kinerja karyawan dipengaruhi langsung oleh *locus of control* dan

Published by: Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

disiplin kerja. Selain itu, terdapat kontribusi sebesar 31,6% dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

4.2. Pembahasan

Pembahasan berikut berupaya menguraikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis:

1. Pengaruh *Locus of Control* terhadap Kinerja Karyawan

Terdapat temuan bahwa *locus of control* secara positif dan signifikan menyumbang pengaruh pada kinerja karyawan. Hasil ini konsisten dengan Studi oleh Yuniarti & Muhtamar (2022) menyatakan bahwa *locus of control* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi oleh Anam et al. (2022) mendukung bahwa kinerja karyawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh *locus of control*. Sementara itu, studi oleh Tossa et al. (2023) datang dengan hasil berbeda, *locus of control* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. *Locus of control* internal dikaitkan dengan kinerja karyawan yang lebih baik karena menumbuhkan motivasi dan tindakan positif. Karyawan dengan pola pikir ini lebih proaktif dan percaya bahwa upaya mereka akan membuahkan hasil positif. Sedangkan mereka yang memiliki *locus of control* eksternal mungkin merasa putus asa atau mudah menyerah karena kurangnya kendali atas diri mereka sendiri. Dengan demikian, apabila *locus of control* (internal) secara dominan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, upaya membangun *locus of control* internal karyawan oleh perusahaan dapat mendorong peningkatan kinerja mereka secara signifikan.

2. Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Terdapat temuan yang menunjuk pengaruh kuat disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Senada dengan studi oleh Adinda et al. (2023) bahwa disiplin kerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi lain oleh Marliana & Febrian (2023) membawa hasil yang sama, disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Studi oleh Hidayat et al. (2024) menegaskan bahwa kinerja karyawan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh disiplin kerja. Kedisiplinan erat kaitannya dengan performa karyawan. Karyawan yang disiplin biasanya lebih fokus dan konsisten dalam menjalankan tugasnya. Mereka lebih mungkin menyelesaikan tugas sesuai dengan standar yang ditetapkan dan mempertahankan pekerjaan berkualitas tinggi, yang akibatnya mempengaruhi tingkat kinerja mereka. Jika disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, hal ini menunjukkan bahwa fluktuasi kinerja sangat bergantung pada tingkat kedisiplinan pegawai di tempat kerja.

3. Pengaruh *Locus of Control* dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersamaan *locus of control* dan disiplin kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap terhadap kinerja karyawan. Karyawan dengan *locus of control* internal percaya bahwa mereka memiliki kontrol atas hasil kerja mereka melalui usaha, keterampilan, dan keputusan mereka sendiri. Hal ini biasanya meningkatkan motivasi intrinsik, tanggung jawab pribadi, dan proaktif dalam menghadapi tugas-tugas. Karyawan dengan disiplin kerja tinggi biasanya memiliki kebiasaan kerja yang baik, seperti ketepatan waktu, konsistensi, perhatian terhadap detail, dan komitmen terhadap standar kerja yang tinggi. Apabila *locus of control* dan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan, kombinasi keduanya berpotensi menghasilkan kinerja karyawan yang sangat baik.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari temuan dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Secara positif dan signifikan *locus of control* berdampak pada kinerja karyawan CV Klasindo Plafon PVC. Nilai signifikansi *locus of control* sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan hal tersebut. *Locus of control* internal dikaitkan dengan kinerja karyawan yang lebih baik karena menumbuhkan motivasi dan tindakan positif. *Locus of control* internal dikaitkan dengan kinerja karyawan yang lebih baik karena menumbuhkan motivasi dan tindakan positif. Apabila perusahaan menerapkan program yang dapat membangun *locus of control* internal dalam diri karyawan, hal itu akan berdampak secara positif pada peningkatan kinerja mereka.
2. Disiplin kerja secara positif dan signifikan menyumbang pengaruh terhadap kinerja karyawan CV Klasindo Plafon PVC. Hasil ini dapat dilihat pada nilai signifikansi disiplin kerja sebesar 0,004 < 0,05. Ini dapat diartikan bahwa kedisiplinan mempunyai peranan penting dalam menentukan kinerja karyawan. Apabila karyawan berdisiplin tinggi, kinerja mereka pun ikut tinggi.
3. Penelitian membawa hasil bahwa secara bersamaan *locus of control* dan disiplin kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan CV Klasindo Plafon PVC. Hasil ini dapat dilihat pada Tabel 4, dimana diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan meningkatkan *locus of control* dan disiplin kerja, kinerja karyawan CV Klasindo Plafon PVC pada saat yang sama ikut meningkat.

Daftar Pustaka

Adinda, T. N., Firdaus, M. A., & Agung, S. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Antam Tbk (UIBPEI) Pongkor. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, *1*(3), 134–143.

Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., Tania, P. O. A., Rahmiati, B. F., Lusiana, S. A., Susilawaty, A., Sianturi, E., & Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Afandi, P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Konsep, dan Indikator* (1st ed.). Bangka: Zanafa Publishing.

Agustiani, S. Y. S., & Muttaqin, R. (2023). Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Turnover Karyawan (Survei Pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk Kantor Cabang Diponegoro Bandung). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6), 2581–2590.

Anam, C., Pradana, A., & Wahyudi, M. (2022). Pengaruh Locus of Control, Gaya Kepemimpinan, Stres Kerja, dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Education and Development*, *10*(3), 78–83.

Baktiar, R. O., & Muttaqin, R. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja, dan Employee Engagement terhadap Kepuasan Kerja Pegawai pada Dinas Ketahanan Pangan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

dan Peternakan Provinsi Jawa Barat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1), 589-598.

Darmawan, R. A., & Muttaqin, R. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Divisi Pemasaran PT Fastrata Buana Cabang Cianjur). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6), 2795–2805.

Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep dan Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Feist, J., & Feist, G. J. (2010). *Teori Kepribadian* (1st ed.). Jakarta: Salemba Humanika.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 23). Jakarta: Bumi Aksara.

Hidayat, M. S., Perkasa, D. H., Abdullah, M. A. F., Febrian, W. D., Purnama, Y. H., Deswindi, L., & Ekhsan, M. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan di PT Kalimutu Mitra Perkasa. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *6*(1), 287–297.

Kasmir. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori dan Praktik*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 14). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Marliana, L., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Anjungan Lampung TMII. *NERACA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, *1*(1), 53–71.

Muttaqin, R., Indrianti, R. P., Siddiq, A. M., Wijaya, F., Jaya, R. C., & Abdulrahman, A. S. (2023). Improving Employee Performance: the Role of Self-efficacy and Motivation. *JKMB: Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, *12*(1), 1–9.

Muttaqin, R., & Saputro, A. H. (2023). The Effect Of Job Description And Compensation On Employee Performance At PT Mettana, Bandung City. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(4), 1440–1445.

Rachmawati, D., Dayona, G., & (Efi), N. A. S. (2021). Analisis Komitmen Organisasi dan Disiplin terhadap Motivasi serta Impikasinya pada Kinerja Pegawai Bank BJB Kantor Wilayah 1. *Jurnal Indonesia Membangun*, *20*(3), 1–24.

Rahadian, F. (2020). Pengaruh Kompensasi Finansial terhadap Kinerja Karyawan pada PT Mega Auto Central Finance Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, *19*(3), 76–87.

Ristanty, E. R. (2019). Pengaruh Komitmen, Stres Kerja, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Outsourcing KPR BCA Soekarno Hatta. *Jurnal Indonesia Membangun*, *19*(2), 72–85.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Roni, M. A. H., & Riyani, E. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada CV Jaya Abadi Bersama. *Jurnal Indonesia Membangun*, *16*(6), 82–95.

Salsabilla, A., & Suryawan, I. N. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja, Disiplin Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT KWS. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, *8*(1).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.

Tossa, Rina, & Hafipah. (2023). Pengaruh Locus of Control dan Beban Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, *6*(1), 218–226.

Yanti, V., Akil, N., & Bas, A. H. M. (2023). Pengaruh Self-Efficacy dan Locus of Control terhadap Kinerja Karyawan pada PT Putra Banyumas Perkasa di Makassar. *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, *3*(2), 132–138.

Yuniarti, A., & Muhtamar, A. (2022). Pengaruh Self-Efficacy dan Locus of Control terhadap Kinerja Karyawan pada PT Telekomunikasi Sengkang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, *4*(3), 375–384.

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh *Customer Value* Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Survei Pada Pelanggan Mixue Ice Cream & Tea)

Corrinna Salsabila Amelia*, Almira Dwi Yuliarti, Abdul Yusuf

Universitas Singaperbangsa Karawang
Penulis Korespondensi: csamelia17@gmail.com*,
almiradwiyuliarti9@gmail.com, Abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id

Article Information:
Received: June 01, 2024, Accepted: Juni 08, 2024, Published: June 13, 2024

Abstract

This study aims to learn about the effect of customer value on purchasing decisions for mixue ice cream & tea. The data type in this study is quantitative, with the population being consumers or customers who have made purchase transactions for mixed ice cream & tea with a sample size of 100 respondents. The data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumptions, and simple regression analysis. In this case, customer value is the independent variable, and purchasing decisions are the dependent variable. The results of this study indicate that customer value affects buying decisions. The results of this study suggest that customer value has a positive effect on buying decisions.

Keywords: Customer Value, Purchasing Decisions, Mixue Ice Cream & Tea

1. Pendahuluan

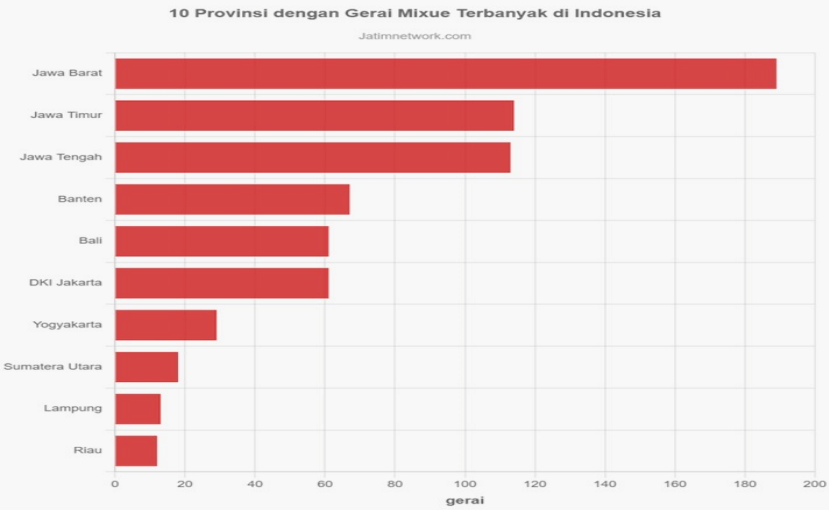
Dunia usaha berkembang pesat era modern, seperti sekarang ini. Meningkatnya jumlah bisnis yang telah memasuki pasar. Ada peningkatan bisnis sebagai hasil dari penciptaan beragam usaha bisnis, salah satu peningkatan usaha dalam bisnis yaitu dibidang makanan dan minuman.

Perubahan tren konsumsi dan gaya hidup mungkin memunculkan konsep baru atau menginspirasi pengusaha dengan ide-ide inovatif untuk memulai bisnis yang akan tumbuh dan mungkin mendapatkan pangakuan masyarakat. Salah satu bisnis produk minuman yang sedang populer yaitu Mixue Ice Cream & Tea.

Mixue Ice Cream & Tea yaitu sebuah perusahaan es krim dan tea yang berasal dari China yang berdiri sejak tahun 1997 di dirikan oleh Zhang Hongchao. Perusahaan ini menjual es krim dan minuman teh ini pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2020. Gerai pertama berada di Cihampelas Walk, Bandung. Dalam kurun waktu 3 tahun, Mixue berhasil memiliki banyak

Published by:

gerai yang tersebar diberbagai kota Indonesia, hal ini dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. 10 Provinsi dengan Gerai Mixue Terbanyak di Indonesia

Sumber : Data.goodstats.id

Banyaknya gerai Mixue Ice Cream & Tea dapat memudahkan pelanggan untuk menemukan produk tersebut, dan produk yang dipasarkan memiliki harga yang terjangkau sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Namun dengan adanya hal tersebut tidak selamanya dapat dijadikan sebagai alasan utama untuk dapat menarik keputusan pembelian pelanggan. Nilai pelanggan *(customer value)* adalah salah satu elemen lain yang mungkin memengaruhi Keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream.

Jika sikap konsumen yang menguntungkan dapat menyebabkan kepuasan, maka nilai pelanggan *(customer value)* akan mempengaruhhi penilaian tentang apa yang harus dibeli dan bagaimana memanfaatkan suatu produk. Nilai pelanggan *(customer value)* adalah manfaat total perkirakan konsumen dari suatu produk, berdasarkan apa yang mereka yakini serta didapatkan dan apa yang disediakan produsen, dengan demikian nilai adalah salah satu elemen penting yang dapat dipertimbangakan konsumen ketika membuat pilihan tentang apa yang harus dibeli (Fadli, 2020). Tolak ukur dalam nilai pelanggan (*customer value)* yaitu memberikan penilaian terhadap bisnis, baik dari kualitas pelayan, kualitas produk atau jasa, dan kemudahan dalam mendapatkan suatu produk. Adanya penjelasan tersebut perusahaan perlu mengingat sejauh mana pengaruh nilai pelanggan (customer value) terhadap keputusan pembelian bagi para pelanggan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Customer Value

Menurut Nurhayati & Suryano dalam (Sari, 2020), nilai pelanggan *(customer value)* adalah nilai yang dirasakan pelanggan telah dilekatkan oleh bisnis pada barang dan jasa yang mereka terima.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Tjiptono & Diana mengatakan bahwa kesenjangan antara keuntungan dan biaya keseluruhan untuk konsumen menentukan nilai pelanggan. Keuntungan fungsional, psikologis, dan pengalaman membentuk seluruh manfaat. Sementara biaya, waktu, energi, psikologis, dan ekonomi semuanya termasuk dalam baiaya keseluruhan (Putri, 2023).

Menurut Sweeny dalam (Nudin, 2018) terdapat empat dimensi nilai pelanggan *(customer value)*, diantaranya yaitu; (1) Emotional Value, (2) Social Value, (3) Performance Value, (4) Price or Value of Money.

2.2 Keputusan Pembelian

Kotler & Keller mengatakan bahwa elemen situasional yang tidak diantisipasi adalah Keputusan pembelian. Pendapatan, harga yang diharapkan, dan keunggulan produk yang diantisipasi hanyalah beberapa contoh elemen yang mungkin mempengaruhi niat beli konsumen (Sari, 2021)

Menurut Tjiptono dalam (Warni, 2021), keputusan pembelian adalah sebuah proses melakukan pembelian melibatkan pembeli yang mendefinisikan kebutuhan, meneliti merek atau produk tertentu, dan menilai manfaat relatif dari setiap solusi sebelum memutuskan mana yang akan dibeli,

Menurut Sari, (2021)Ketika membeli barang atau membuat penelian tentang apa yang harus dibeli, konsumen dapat dipengaruhi oleh enam faktor; (1) Pilihan Produk, (2) Pilihan Merek, (3) Pilihan Penyalur, (4) Pilihan Waktu Pembelian, (5) Pilihan Jumlah Pembelian, (6) Pilihan Metode Pembayaran.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh (Eka & Hamdaini, 2018) yang berjudul "Pengaruh Customer Value Terhadap Purchase Decision Melalui Beauty Blogger Di Youtube (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Local Brand Di Sumtera Selatan)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Beauty Blogger hanya menjadi variabel moderasi di antara nilai pelanggan dan keputusan pembelian, dan nilai pelanggan (*Customer Value*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai pelanggan (*Cusstomer Value*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap beauty blogger.

Penelitian oleh (Pujihastuti, 2018) yang berjudul "Pengaruh Nilai Konsumen (Customer Value) Terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada pelanggam Jangka Pendek dan Jangka Panjang Kartu Prabayar Mentari, PT Indosat)". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai pelanggan (*Customer Value)* dan Kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan untuk membeli produk Mentari indosat.

Penelitian oleh (Watak, 2018) yang berjudul "Pengaruh Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Café Reload Kitchen Kota Palembang". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa elemen penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah nilai pelanggan (Customer Value). Sehingga loyalitas pelanggan café reload kitchen Palembang sangat dipengaruhi oleh nilai pelanggan.

Penelitian oleh (Gumilar, 2021) yang berjudul "Analisis Viral Marketing dan Customer Value terhadap Keputusan Pembelian Tekun.Id". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Viral

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Marketing dan Customer Value secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian.

Penelitian oleh (Hafisah, 2023) yang berjudul "Peran Customer Value Dalam Memediasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) pada Dealer Trii Mandiri Sejati". Hasil penelitian mengungkapkan bahwa customer value memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) pada Dealer Tri Mandiri Sejati Daihatsu Sampt, sedangkan green marketing tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian Mobil Low Cost Green Car (LCGC) pada Dealer Tri Mandiri Sejati Daihatsu Sampit.

Pada hasil penelitian terdahulu diatas dan kaitanya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya sebagai suatu perbandigan bahwa utama penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu "Pengaruh Nilai Pelanggan (*Customer Value)* terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea (Survei Pada Pelanggan Mixue Ice Cream & Tea)".

2.4 Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

H0: Diduga Nilai Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Ha: Diduga Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3. Metode Penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini merupakan asosiatif kausal, menggunakan kuesioner serta metode penelitian survei, yang termasuk dalam bagian penelitian kuantitatif.

Sugiyono dalam (Kurniawan & Fitriyah, 2023) mengatakan bahwa asosiatif kausal adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan masalah penelitian yang menekankan hubungan sebab akibat, dalam hal ini hubungan sebab akibat dari penelitian adalah menunjukkan dampak Nilai Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea.

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung sebagai angka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau dibuat oleh peneliti untuk tujuan tertentu, contoh data primer yaitu kuesioner atau survei, wawancara, observasi, dan eksperimen.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto dalam (Ahiruddin, 2022) populasi merupakan seluruh subjek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemenya yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi penelitian ini yakni konsumen yang

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

sudah melakukan transaksi pembelian Mixue Ice Cream & Tea, dengan jumlah sampel 100 orang responden. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Arikunto dalam (Ahiruddin, 2022) juga menjelaskan bahwa apabila subjek kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian, namun jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 15-25%. Berdasarkan penjelasan tersebut dikarenakan jumlah populasi tidak lebih besar dari 100 responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada yaitu 100 orang responden.

3.3 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis regresi menggunakan alat analisis SPSS 27 (Statistical Package for the Social Sciences). Metode analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memverifikasi apakah terdapat hubungan positif atau negatif antara variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Studi ini menggunakan persamaan regresi berikut;

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :
Y = Keputusan pembelian
X = Customer value
a = Nilai konstanta
b = Koefisien regresi
e = Error term

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Customer Value (X) Sweeny dalam (Nudin 2018)	Emotional Value Social Value Performance Value Price or Value of Money	Kenyamanan suasana Kualitas komunikasi Kejelasan informasi produk Harapan konsumen akan harga	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Keller (2016:183)	Pilihan Produk Pilihan Merek Pilihan Penyalur Waktu Pembelian Jumlah Pembelian	Keunggulan produk Manfaat produk Banyaknya produk Ketertarikan konsumen pada merek Kebiasaan konsumen pada merek Kesesuaian harga Kemudahan mendapatkan produk Pelayanan yang diberikan Ketersediaan produk Seberapa sering membeli produk Keputusan jumlah pembelian	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

	Metode Pembayaran	Variasi Pembayaran Kemudahan melakukan pembayaran dengan beragam metode

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karekteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden sebegai berikut:

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	24	24,0	24,0	24,0
Perempuan	76	76,0	76,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari data pada Tabel 2, didapatkan frekuensi jenis kelamin laki-laki sebanyak 24 responden atau 24%, sedangkan frekuensi jenis kelamin perempuan sebanyak 76 responden atau 76%. Sehingga total frekuensi jenis kelamin laki-laki dan perempuan sebanyak 100 responden atau 100%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian mayoritas responden adalah perempuan.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
15-21 tahun	85	85,0	85,0	85,0
21-26 tahun	4	4,0	4,0	89,0
27-31 tahun	6	6,0	6,0	95,0
>31 tahun	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Dari data pada Tabel 3, didapatkan frekuensi rentang usia 15-21 tahun sebanyak 85 responden atau 85%, 21-26 tahun sebanyak 4 responden atau 4%, 27-31 tahun sebanyak 6 responden atau 6%, dan >31 tahun sebanyak 5 reponden atau 5%. Sehingga total frekuensi rentang usia sebanyak 100 responden atau 100%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian responden yang lebih banyak mengahabiskan uangnya untuk membeli produk Mixue Ice Cream & Tea merupakan rentang usia 15-21 tahun.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	6	6,0	6,0	6,0
	Mahasiswa	73	73,0	73,0	79,0
	Karyawan Swasta	9	9,0	9,0	88,0
	Lain-lain	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Dari data pada Tabel 4, didapatkan frekuensi pekerjaan sebagai pelajar sebanyak 6 responden atau 6%, mahasiswa sebanyak 73 responden atau 73%, karyawan swasta sebanyak 9 responden atau 9%, dan lain lain sebanyak 12 responden atau 12%. Sehingga total frekuensi pekerjaan sebanyak 100 responden atau 100%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian mahasiswa lebih sering membeli produk Mixue Ice Cream & Tea.

4.2 Uji Validitas

Validitas berasal dan kata *validity,* yang seberapa baik suatu skala atau tes dapat melakukan fungsinya. Ukuran validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan dinyakatakan valid. Sebaliknya jika r hitung ≤ r tabel maka pernyataan tidak valid. Dengan tingkat signifikansi ∝ 5% (0,05) dengan jumlah responden (n) = 100 maka nilai r tabel didapatkan sebesar 0,1966.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Pelanggan (X)

NO	Item Pernyataan	Hasil Korelasi (r)	R Tabel 5%	Keterangan
1	Saya memutuskan membeli produk Mixue karena saya percaya produk Mixue berkualitas	0,616	0,1966	Valid
2	Saya memutuskan membeli produk Mixue karena dapat memperbaiki mood saya	0,817	0,1966	Valid
3	Saya merasa penjelasan karyawan tentang informasi produk Mixue Ice Cream & Tea sangat jelas	0,816	0,1966	Valid
4	Saya merasa tarif harga yang ditawarkan Produk Mixue Ice	0,528	0,1966	Valid

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

	Cream & Tea sesuai dengan kualitas yang diberikan			

Dari data pada Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa untuk variabel Nilai Pelanccggan (X) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,1966). Oleh karena itu semua item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dapat dianggap layak untuk dijadikan data dalam penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Item Pernyataan	Hasil Korelasi (r)	R Tabel 5%	Keterangan
1	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena saya percaya produk berkualitas	0,657	0,1966	Valid
2	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena dapat memperbaiki mood saya	0,539	0,1966	Valid
3	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena pilihan produk yang bervariatif	0,653	0,1966	Valid
4	Saya memutuskan untuk membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena saya percaya pada merk Mixue yang sudah banyak dikenal orang	0,710	0,1966	Valid
5	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang pada Mixue Ice Cream & Tea karena produk sangat cocok dengan selera saya	0,686	0,1966	Valid
6	Saya memutuskan untuk membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena harganya yang terjangkau	0,694	0,1966	Valid
7	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena produknya yang mudah ditemukan	0,750	0,1966	Valid

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

8	Saya melakukan pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea karena tingkat pelayanan yang diberikan sangat responsif	0,726	0,1966	Valid
9	Saya memutuskan membeli Mixue Ice Cream & Tea karena produk yang selalu tersedia	0,523	0,1966	Valid
10	Saya membeli produk Mixue Ice Cream & Tea ketika saya menginginkannya	0,671	0,1966	Valid
11	Saya memutuskan membeli produk Mixue Ice Cream & Tea karena dapat membeli dalam jumlah yang dibutuhkan	0,757	0,1966	Valid
12	Metode pembayaran pada pembelian produk Mixue Ice Cream & Tea beragam dapat dilakukan secara tunai maupun non tunai	0,628	0,1966	Valid
13	Pembayaran pada pembelian produk Mixue Ice Cream & Tea dapat dilakukan dengan mudah	0,748	0,1966	Valid

Dari data pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,1966), Oleh karena itu semua item kuesioner dinyatakan valid. Hal ini menunjukan bahwa kuesioner yang digunakan dapat dianggap layak untuk dijadikan data dalam penelitian.

4.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan apakah alat pengukur dapat dipercaya dan andal. Uji Reliabilitas memiliki syarat minimal Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga dapat berlanjut pada tahap penelitian selanjutnya.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Independen dan Dependen

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Nilai Pelanggan (X)	0,633	0,60	Reliabel
2	Keputusan Pembelian (Y)	0,894	0,60	Reliabel

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Dari data pada Tabel 7, variabel Nilai Pelanggan (X) dan Keputusan Pembeliaan (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.c

4.4 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik adalah salah satu persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda. Namun, pada penilitian ini digunakan dalam analisis regresi linear sederhana. Uji asumsi klasik dapat digunakan pada analisis regresi linear sederhana adalah uji normalitas dan uji heterokesdastisitas. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

4.4.1 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas Kolmogrov-Smirnov digunakan. Apabila nilai signifikansi 0,05 atau lebih tinggi menunjukkan distribusi data normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi <0,05 menunjukkan distribusi data yang tidak normal.

Tabel 8. Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Sig.	Hasil
Asymp. Sig. (2-tailed)	,098	Data Normal

Dari data pada tabel 8, menunjukkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,098 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Heterokedastisitas

Menguji heteroskedastsitas yaitu untuk mengetauhi apakah terdapat perbedaan dalam variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Kondisi di mana variasi residual dari satuu pengamatan ke pengamatan lainnya tidak berubah disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, kondisi di mana variasi residual berubah dari satu pengamatan ke pengamatan ke pengamatan lain disebut heteroskedastisitas. Ada kemungkinan bahwa gejala heteroskedastisitas dapat diidentifikasi melalui uji glejser.

Uji Glejser adalah uji hipotesis yang digunakan untu menentukan apakah bukti heteroskedastisitas dalam odel regresi. Ini melibatkan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independn (Yehezkiel, 2021).

Tabel 9. Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,172	,136		-1,263	,210
	Nilai_Pelanggan	,096	,050	,191	1,927	,057

a. Dependent Variable: Abs_RES

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Dari data pada tabel 9, menunjukkan hasil bahwa nilai signifikasi sebesar 0,057 berarti variabel independen dalam regresi lebih dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi prasayarat uji asumsi klasik.

4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi linear sederhana adalah analisis statistika parametik yang memerlukan data berdistribusi normal serta skala pengukuran interval (Fatmawati & Lubis, 2020).

Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengavaluasi kekuatan hubungan sebab akibat antara variabel independen, yang sering kali diwakili oleh X atau variabel prediktor, dan variabel dependen, yang biasanya diwakilli oleh Y atau variabel respons (Erzed, 2019). Prinsip dasar persamaan regresi sederhana yaitu memiliki hubungan kausalitas atau hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) hubungan ini harus didasarkan pada teori temuan penelitian sebelumnya atau bahkan penjelasan logis tertentu. Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 0,05 (∝5%).

Tabel 10. Regresi Linear Sederhana

	B	**Std. rror**	t	Sig
(Constant)	2,112	0,229	9,205	0,000
Nilai_Pelanggan	0,672	0,084	8,007	0,000

Berdasarkan data dari Tabel 10, dapat diketahui persamaan regresi pengaruh nilai pelanggan terhadap keputusan pembeliaan Mixue Ice Cream & Tea. Adapun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2{,}112 + 0{,}672X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana, dapat dijelaskan :

a = nilai konstan dari unstandandardized coefficients, dalam penelitian ini menghasilkan nilai sebesar 2,112. Nilai ini merupakan nilai konstan yang berarti bahwa jika tidak nilai pelanggan (X) maka nilai konsisten keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 2,112.

B = nilai koefisien regresi, menghasilkan nilai sebesar 0,672. Nilai ini berarti bahwasetiap penambahan 1 tingkat nilai pelanggan (X), maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,672.

Karena nilai koefisien regresi linear sederhana benilai positif (+), sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai pelanggan (X) berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian (Y).

4.5.1 Analisis Koefesien Korelasi (R)

Analisis koefesiensi korelasi yaitu menunjukkan kekuatan dan arah korelasi dua variabel atau lebih. Nilai korelasi (r) = (-1≤ 0 ≥ 1), dan nilai koefisien korelasi menunjukkan arah dengan hubungan positif (+) atau negatif (-). Kekuatan hubungan diukur dengan besar nilai koefisien, yang berada di antara -1 sampai 1.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 11. Hasil Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,629[a]	,395	,389	,11277

a. Predictors: (Constant), Nilai_Pelanggan

Berdasarkan data dari Tabel 11, didapatkan nilai R= 0,629 menunjukkan bahwa nilai pelanggan dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan positif. Nilai 0,629 termasuk kedalam kategori cukup, sehingga hubungan antara nilai pelanggan dengan keputusan pembelian cukup dan positif. Hal ini berarti semakin tinggi nilai pelanggan maka semakin meningkat keputusan pembelian.

4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Y). Dalam analisis koefisien determinasi (r^2), nilai yang digunakan adalah nilai R Square yang terdapat pada tabel 8.

Nilai R Square pada tabel 8. didapatkan nilai sebesar 0,395 atau 39,5%. Artinya sebesar 39,5% keragaman dari nilai pelanggan yang mampu diterangkan oleh variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 60,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.

4.5.3 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model merupakan uji yang menentukan apakah model regresi yang diusulkan dapat diterima atau tidak. Penelitian ini berfokus pada kekuatan model yang dibentuk dan kemampuan model untuk memprediksi hubungan antara variabel.

Pengambilan Keputusan uji hipotesis simultan didasarkan dengan nilai signifikasi atau nilai F-statistik hitung. Nilai signifikasi hasil penelitian > dari F tabel dengan kriteria yang digunakan yaitu ∝ 0,05 (5%) maka diterimanya hipotesis alternatif. Apabila signifikasi hasil penelitian ≤ 0,05 maka hipotesis nol diterima.

Tabel 12. Kelayakan Model

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,815	1	,815	64,105	,001[b]
	Residual	1,246	98	,013		
	Total	2,062	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
b. Predictors: (Constant), Nilai_Pelanggan

Berdasarkan data dari Tabel 12, menunjukkan bahwa nilai F hitung 64,105 > F tabel 3,938. Sehingga dapat dikatakan bahwa model signifikan, artinya variabel nilai pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Pengaruh nilai pelanggan (customer value) terhadap keputusan pembelian mixue ice cream & tea (survei pada pelanggan mixue ice cream & tea) hasil penelitian menunjukkan bahwa

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

pengaruh nilai pelanggan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena dengan adanya nilai pelanggan yang baik dapat menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan pada saat memilih produk atau jasa. Pelanggan akan menimbang apa yang mereka dapatkan dibandingkan dengan yang mereka bayar, dengan hal tersebut membuat pelanggan mencari produk yang memberikan nilai tinggi. Perusahaan yang memahami nilai pelanggan dan mampu memenuhi hal tersebut maka perusahaan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif dipasar dan dapat meningkatkan keuntungan.

Hasil dari penelitian ini serupa dan konsisten dengan studi penelitian yang telah dilakukan oleh pujihastuti (2018) yaitu pengaruh nilai konsumen (Customer Value) terhadap kepuasan pembelian produk dengan kepuasan sebagai variabel moderasi menyatakan bahwa customer value memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Watak (2018) yaitu pengaruh customer value terhadap loyalitas pelanggan café reload kitchen kota palembang menyatakan bahwa elemen penting mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah nilai pelanggan (customer value). Sehingga loyalitas pelanggan café reload kitchen Palembang sangat dipengaruh oleh nilai pelanggan. Peneliti yang dilakukan oleh Gumilar (2021) yaitu analisis viral marketing dan customer value terhadap keputusan pembelian Tekun I.d menyatakan bahwa viral marketing dan customer value secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Peneliti yang dilakukan oleh Hafisah (2023) yaitu peran customer value dalam memediasi green marketing terhadap keputusan pembelian mobil low cost green car (LCGC) pada dealer tri mandiri sejati menyatakan bahwa customer value memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mobil low cost green car (LCGC) pada dealer tri mandiri sejati Daihatsu sampit, sedangkan green marketing tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mobil low cost green car (LCGC) pada dealer tri mandiri sejati Daihatsu sampit. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Eka &Hamdani (2018) yaitu pengaruh customer value terhadap purchase decision melalui beauty blogger di youtube menyatakan bahwa nilai pelanggan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penemuan ini berbeda dengan temuan peneliti sebelumnya, yang menemukan bahwa nilai pelanggan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Nilai pelanggan (customer value) dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena menimbulkan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, pelanggan yang puas dengan nilai yang didapatkan dari suatu pembelian maka mereka percaya bahwa akan mendapatkan nilai yang sama atau lebih baik pada transaksi pembelian berikutnya. Jumlah variabel, populasi dan sampel, serta metode analisis data yang digunakan adalah hal yang membedakan penelitian ini dari penelitian sebelumnya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 2{,}112 + 0{,}672X$. Nilai Koefisien sebesar 0,672 dapat diartikan adanya pengaruh positif, artinya semakin tinggi nilai pelanggan (X) maka keputusan pembelian (Y) juga akan semkain tinggi. Selain itu dapat diartikan keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,672 setiap kenaikan satu satuan dari nilai pelanggan (X).

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

2. Analisis koefisien korelasi (R) menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,629. Nilai ini menunjukkan hubungan positif, sehingga semakin tinggi nilai pelanggan maka semakin meningkat keputusan pembelian.
3. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa (R^2) sebesar 39,5%, dapat diartikan bahwa 39,5% keragaman dari nilai pelanggan yang mampu diterangkan oleh variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 60,5% diterangkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model.
4. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai F hitung 64,105 > F tabel 3,938. sehingga model signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil penelitian ini diharapkan Perusahaan memperhatikan lebih baik lagi dalam hal nilai pelanggan. Hal tersebut penting karena dapat membuat pelanggan dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Apabila suatu perusahaan tidak memberikan atau memperhatikan nilai pelanggan, maka bisa saja akan mengalami kegagalan penjualan.

Daftar Pustaka

Ahiruddin. (2022). Determinan Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Ke-II*, *2*(1), 148–153. https://jurnal.saburai.id/index.php/FEB/article/view/1887/1354

Eka, D., & Hamdaini, Y. (2018). Pengaruh Customer Value terhadap Purchase Decision melalui Beauty Blogger di Youtube (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Local Brand di Sumatera Selatan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, *15*(4), 183–196. https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i4.5717

Erzed. (2019). *Materi Pertemuan Ol-56 Statistik 2 Universitas Esa Unggul*. https://lms-paralel.esaunggul.ac.id/pluginfile.php?file=/194469/mod_resource/content/1/06_7228_esa155_042019.pdf

Fadli, M. F. (2020). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Credit Union Keling Kumang Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. *Jurnal Ekonomi Integra*, *9*(2), 162. https://doi.org/10.51195/iga.v9i2.131

Fatmawati, F., & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pusat Pasar Kota Medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.24853/jmmb.1.1.1-10.

Gumilar. (2021). Analisis Viral Marketing dan Customer Value terhadap Keputusan. *Journal of Knowledge Management*, *15*(02), 083–093.

Hafisah. (2023). Peran Customer Value Dalam Memediasi Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Low Cost Green Car (Lcgc) Pada Dealer Tri Mandiri Sejati Daihatsu Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *8*(2), 185–200.

Kurniawan, K. A., & Fitriyah, Z. (2023). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Coffeshop Samata House Surabaya. In *Reslaj :*

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Religion Education Social Laa Roiba Journal (Vol. 6, Issue 3, pp. 1329–1339). https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i3.5038

Nudin, I. A. (2018). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience serta Utilitarian Value terhadap Minat Pembelian Ulang (Klinik Kecantikan Larissa Jember). *Repository Universitas Jember*. https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/96034%0Ahttps://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/96034/Intan Aprillia Nudin - 140810201200.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pujihastuti. (2018). *Pengaruh Nilai Konsumen (Customer Value) Terhadap Keputusan Pembelian Produk dengan Keputusan Pembelian Produk dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada pelanggam Jangka Pendek dan Jangka Panjang Kartu Prabayar Mentari, PT Indosat)*. https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/paradigma/article/view/1031/903

Putri, K. A. (2023). *Determinan Customer Experience, Value, Trust, Satisfaction and Loyalty Produk Body Care Vaseline* (Vol. 12, pp. 6–25).

Sari. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(4), 524–533. https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463

Sari, J. A. (2020). *Pengaruh Customer Experience, Customer Value, Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Pengguna Gojek Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Umsu* (p. 130). http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/4929

Warni, Z. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Sri Melayu Di Kota Palembang. *Jurnal Manajemen*, *9*, 5.

Watak. (2018). Pengaruh Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Reload Kitchen Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, *8*(1), 56–60. https://doi.org/10.36982/jiegmk.v8i1.300

Yehezkiel, T. A. G. (2021). Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan Terhadap Tas Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *Repository.Stei.Ac.Id*, 37–52. http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4512

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Digital Dalam Pengembangan UMKM Terasi Toboali Kabupaten Bangka Selatan

Sumarno

Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
Penulis Korespondensi: sumarnohadiwiyono@gmail.com

Article Information:

Received: June 04, 2024, Accepted: June 12, 2024, Published: June 14, 2024

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the most prominent economic actors in the Indonesian economy. They can be said to be the primary source of state income, can create many entrepreneurs or entrepreneurs, and open up many job opportunities, which can be the business sector with the most significant contribution to national development. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are essential to a country's economy. In the digital era, this research aims to explore digital technology-based marketing strategies for MSMEs in Terasi Toboali, South Bangka Regency. The research method used is field research (*Field Research*), which can be considered a broad approach in qualitative research or a method for collecting qualitative data. The significance is that researchers go to the field to make observations about a phenomenon in a natural setting. The research results show that the use of digital technology in the marketing strategy of Terasi Toboali MSMEs can help MSMEs increase operational efficiency and reach a wider market. However, obstacles, such as limited access and skills in using digital technology, still need to be overcome. The marine product processed into shrimp paste is Sungkur Shrimp. This processing is a form of innovation for the Toboali people to improve their family's economy. Regarding product marketing, shrimp paste business actors do not yet have adequate understanding and capabilities. Business actors are quite satisfied with the product marketing they are currently doing. A company's marketing strategy can increase current and future sales. Specifically when using the 4Ps (product, price, location, and promotion) to determine market share, achieve goals, and determine consumers.

Keywords: Marketing Strategy, Digital Technology, Toboali Shrimp Paste

1. Pendahuluan

Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 bahwa UMKM yang sering disebut dengan usaha mikro kecil dan menengah merupakan kegiatan usaha yang dapat menunjang sistem perekonomian secara produktivitas untuk para pelaku UMKM baik secara perseorangan atau secara kelompok atau perusahaan. UU no 20 tahun 2008 juga mengatur tentang pengunaan strategi pemasaran dalam dunia usaha khusunya UMKM yang dapat mengacu pada usaha

Published by:

bisnis berkaitan dnegan kewirausahaan secara perseorangan baik usaha kecil mauapun perusahaan. Klasifikasi UMKM harus berdasarkan usia pegawai serta jumlah aset maupun batasan pegawai, sedangkan usaha yang tidak termasuk dalam golongan UMKM atau golongan usaha besar yang dijalankan oleh unit usaha dengan kekayaan totalitas yang bersih atau omset tahunan bahkan lebih besar dari usaha menengah. Secara pembangunan ekonomi bagian yang terpenting dari kekuatan memajukan pembangunan bangsa ini, ialah dengan melakukan sebuah proses pembangunan ekonomi di era saat ini kemudian tidak dapat terpisahkan dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi bahkan serta dapat memperlancatkan suatu proses pembangunan ekonomi untuk kenaikan kapasitas produksi dalam perekonomian pada proses kenaikan pendapatan nasional.

Kabupaten Bangka Selatan terletak di selatan pulau Bangka yang ibu kota adalah di kota Toboali, kabupaten ini memiliki luas wilayah sebesar 3.607 km² dengan memiliki batasbatas daerah pemerintahan sebelah utara dengan kabupaten Bangka Tengah bahkan sebelah Selatan dengan Selat Bangka dan pulau jawa, bahkan sebelah timur berbatasan dengan selat Gasper kemudian sebelah Barat bebrbatasan dnegan Selat Bangka. Berdasarkan batas wilayah Kabupaten Bangka Selatan tersebut kita ketahui salah satu sektor unggulan Kabupaten Bangka Selatan yakni makanan olahan laut yang dikelolah oleh masyarakat nelayan sekitar seperti kemplang, getas, abon, dan terasi. Pada kesempatan ini peneliti akan membahas mengenai produk khas ibu kota Bangka Selatan yakni Terasi udang yang sangat terkenal bagi masyarakat Bangka Selatan serta Provinsi pulau Bangka. Idiar et al., (2022) Produk Terasi udang Toboali memiliki potensi dengan ciri khas terbuat dari udang asli yakni udang sungkur atau udang reborn yang terkadang belum optimal dalam menjangkau pasar global dalam pengembangan produk terasi terseut melalui estetika kemasan serta digital marketing yang menjadi modal utama dalam meningkatkan promosi pasar.

Salah satunya melalui teknologi digital dapat membantu kenaikan pendapatan nasional untuk membuka pintu akses bagi para pelaku usaha lokal mempromosikan produk mereka ke pangsa pasar global diera digitalisasi seperti melalui platform e-commerce untuk memperluas jangkauan produk dari para UMKM lokal seperti terasi toboali dalam meningkatkan omset dalam meraih pertumbuhan ekonomi yang lebih maju dan memajukan. Bengkalis-riau & Susie, (2018) UMKM sangat memiliki peran sentral untuk kemajuan perekonomian, keberhasilan UMKM dalam menghadapi sulitnya ekonomi terbukti pada tahun 1998, 2012 dan 2015 dengan meningkatkan produktivitas UMKM mampu menjawab tantangan, akan tetapi para pelaku UMKM tetap mengalami kesulitan untuk bersaing pada era saat ini, maka sangat dibutuhkan peran teknologi digital yang akan menjadi solusi dalam meningkatkan produktivitas UMKM lokal terasi Toboali.

Dalam sektor pemasaran diperlukan peran penting teknologi digital dalam meningkatkan sektor UMKM untuk mendukung kegiatan usaha yang dapat memaksimalkan segala macam bentuk dari potensi yang dimiliki para pelaku UMKM khsusnya seperti UMKM rumahan pelaku usaha Terasi Toboali Kabupaten Bangka Selatan. Pada era digitalisasi, maka teknologi digital harus diadopsi para pelaku usaha UMKM agar dapat memaksimalkan operasional dalam usahanya, bahkan berdasarkan data MSME Empowerment Report (2022) yang telah melakukan digitalisasi atau memanfaatkan teknologi untuk kegiatan usahanya sekitar 83,8% pelaku UMKM.

Pada saat ini degitalisasi menjadi point penting dalam membuka peluang UMKM agar dapat beralih ke dalam konvensional kearah modernisasi usaha. Sementara itu pemanfaatan media

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

sosial harus membawa dampak signifikan dalam meningkatkan digital marketing dalam mengimplementasikan produk yang akan dipesan dalam mencapai target untuk meningkatk kapasitas penjualan agar lebih membaik. Salah satunya dengan memberikan pendampingan penggunaan media digital dalam melakukan segala macam bentuk pemasaran digital agar dapat memecahkan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM agar dapat membawah produk mereka kepasar luas, apalagi diera saat ini pemasaran lewat internet juga sangat memungkinkan dalam pengoptimaslkan pemasan web serta sosial media seperti instagram, facebook serta *e-commer* seperti shoope untuk membuka koneksi usaha yang layak bagi para pelaku UMKM pada pasar global.

Dunia digital di era saat ini memang sudah di prediksi akan menjadi salah satu poin penting untuk kebutuhan aktivitas keseharian-harian manusia dalam mencari informasi bahkan informasi dalam dunia usaha yakni produk-produk yang dihasilkan oleh para UMKM menjadi incaran di era teknologi digital saat ini. Bahkan upaya dalam pengembangan teknologi digital sangat diperlukan oleh pelaku UMKM melalui promosi kualitas produksi, kapasitas produksi dan literasi digital agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama. Pemerintah harus memikirkan langkah setrategis untuk mengambil peran aktif dalam meningkatkan proses pemasaran dalam bidang usaha di era ekonomi digital agar dapat melibatkan pelaku UMKM.

Teknologi menjadi sangat penting untuk digunakan oleh pelaku usaha dalam bisnis yang dijalankan untuk melakukan pemasaran produknya. Pemilik usaha juga dapat mengunakan produk mereka untuk menawarkan pemasaran. Maka sangat perlu perhatian khusus dari pemerintah dalam pengembangan dunia UMKM agar pelaku usaha dapat mengunakan strategi pemasaran berbasis digital secara onlie menawarkan produk mereka agar dapat mempengaruhi peningkatan penjualan UMKM. Penggunaan teknologi digital sangat berpotensi untuk memperkaya serta memberdayakan potensi yang ada sehingga dapat melakukan penawaran yang sesuai agar pelaku usaha dapat memahami dunia digital dengan mudah. Jika UMKM dapat menggunakan teknologi digital dalam meningkatkan pemasaran makan manfaatnya sangat luas untuk mengakses pasar global diera dekonomi digital.

Terasi Toboali adalah salah satu jenis penyedap makanan berbentuk adonan atau terasi, dibuat dengan cara memfermentasi udang sungkur atau udang reborn segar dengan garam, air, dan bahan tambahan lainnya. Terasi Toboali pada umumnya berwarna agak coklat kemerahan kemudian terasi Toboali sangat banyak ditemukan di usaha rumahan serta toko kelontong meupun galeri oleh-oleh khas daerah. Perpaduan bahan-bahan yang relatif segar dan proses pembuatan yang tradisional membuat terasi ini memiliki cita rasa yang unik dan khas dengan cita rasanya. Masyarakat Toboali mengolah makanan laut menjadi terasi dan belacan, sudah menjadi turun temurun dari nenek moyang mereka. Udang sungkur merupakan makanan laut yang dapat diolah menjadi terasi walaupun proses pengolahan masih secara tradisional ini menjadi salah satu bentuk inovasi masyarakat untuk meningkatkan perekonomian keluarganya melalui produksi olahan laut. Namun usaha ini masih sangat banyak dijalankan secara mandiri oleh masyarakat nelayan pesisir Toboali. Pengolahan terasi masih dilakukan dengan tangan, namun produksinya kini mencapai puluhan ribu potong per bulan sesuai kebutuhan masyarakat sekitar, bahkan terasi Toboali masuk pasar global juga ketika ada wisatawan datang ke daerah.

Terasi bukanlah produk yang asing bagi masyarakat pada umumnya. Dalam hal pemasaran produk, masyarakat sebagai salah satu para pelaku industri terasi masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai terkait strategi pemasaran berbasis digital. Jika pelaku usaha dilakukan pembinaan maka para pemangku kepentingan ekonomi sangat puas

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

dengan pemasaran produk saat ini, termasuk di ibu kota daerah dan negaranegara sekitarnya. Dengan, potensi pemasaran produk terasi ini bisa lebih luas lagi, ada harapan bahwa terasi Toboali akan menjadi bumbu yang dibuat dengan cara memfermentasi udang.

Pada beberapa tahun terakhir, jumlah penduduk usia kerja di Indonesia telah melampaui jumlah lapangan kerja yang tersedia oleh Negara ini, sehingga perlu mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menciptakan peluang sendiri melalui usahanya sendiri agar dapat bersaing diera ekonomi digital. Saat ini, beberapa lapangan kerja masih dikategorikan pada perusahaan-perusahaan di sektor UMKM yang tersedia. Pembangunan ekonomi atau pertumbuhan ekonomi menjadi bagian dari sebuah perubahan kondisi suatu kelompok masyarakat secara terus-menerus untuk kemajuan ekonomi dalam jangka waktu tertentu. Pembangunan ekonomi kerakyatan harus didasari pada sektor kemampuan serta kreativitas sebagai upaya kolektif dalam meningkatkan derajat pendapatan masyarakat ke tingkat yang lebih baik dan berkemajuan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan masyarakat pada era modernisasi saat ini. Persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan besar juga dapat menjadi penghambat perkembangan UMKM di era ekonomi digital, maka perlunya pelatihan serta pembinaan bagi para pelaku UMKM.

Ekonomi digital hadir serta mampu merespon pencanangan pemerintah tentang ekonomi digital sebagai program pembangunan nasional berkemajuan. Melalui program ini, UMKM dapat dilatih untuk bersaing dalam skala nasional bahkan global. Berbagai platform *e-commerce* sudah bermunculan sehingga dapat dimanfaatkan untuk memperluas pertumbuhan ekonomi digital pada abad 21 diera ekonomi digital. Potensi pemasaran yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha terasi di Toboali sangat besar, jika da pembinaan serta pendampingan dari pemerintah. Oleh karena itu, penting sekali meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terasi di Toboali untuk memahami strategi pemasaran baik tradisonal maupun digital pemasaran. Pemasaran produk dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital juga perlu dikuasai oleh para pelaku usaha terasi di Toboali Kabupaten Bangka Selatan agar para pelaku usaha dapat memahami bagaimana meningktkan pemasaran dengan ekonomi digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Digital dalam Pengembangan UMKM Terasi Toboali Kabupaten Bangka Selatan.

2. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan keterangan Kementerian Koperasi dan UMKM, dari 65 juta UMKM yang ada, hanya 17,25 juta atau sekitar 26,5% UMKM yang terhubung dengan ekosistem digital. Hal ini tentunya perlu ditingkatkan seiring dengan meningkatnya penerimaan dan pilihan masyarakat terhadap belanja online. Dengan cara ini, kami berharap produktivitas UMKM semakin meningkat sehingga penjualan meningkat dan terciptanya lebih banyak lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Apalagi persaingan yang semakin ketat di era globalisasi memaksa UMKM harus mengembangkan nilai jual agar mampu bersaing dengan produk luar negeri yang membanjiri pasar industri Indonesia.

2.1. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)

UMKM saat ini harus mampu menempatkan diri sebagai salah satu skala prioritas utama bagi pemerintah untuk pengembangan perekonomian digital. Bahkan UMKM menajdi upaya dari kebijakan pemerintah dalam mengembangkan kapasitas produk serta mampu mengembangkan sesuatu yang baru dan bahkan sudah lama dicanangkan untuk menumbuhkan perekonomian nasional. Medriyansah (2017) bahkan menyampaikan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Menengah (UMKM) merupakan sektor perekonomian nasional yang memiliki daya kapasitas perekonomian yang paling strategis, bahkan UMKM dapat berdampak terhadap hajat hidup orang banyak dan menjadi tulang punggung bagi perekonomian nasional.

Yazfinedi (2018) berpendapat bahwa UMKM mempunyai peran yang sangat penting untuk memajukan perekonomian global dan nasional. UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi menyeluruh kepada masyarakat lokal serta dapat mendukung proses pemerataan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mencapai stabilitas nasional. UMKM juga merupakan pemain penting dalam menyediakan lapangan kerja yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga dan, lebih jauh lagi, pendapatan nasional. UMKM berperan dalam pembangunan perekonomian negara dengan berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan lapangan kerja. Usaha mikro, kecil, dan menengah bertujuan untuk membangun perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, mengembangkan usahanya untuk berkontribusi pada kepentingan umum, dan meningkatkan pendapatan masyarakat lokal untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

2.2. Strategi Pemasaran Serta Pemanfaatan Teknologi Digital Pada UMKM

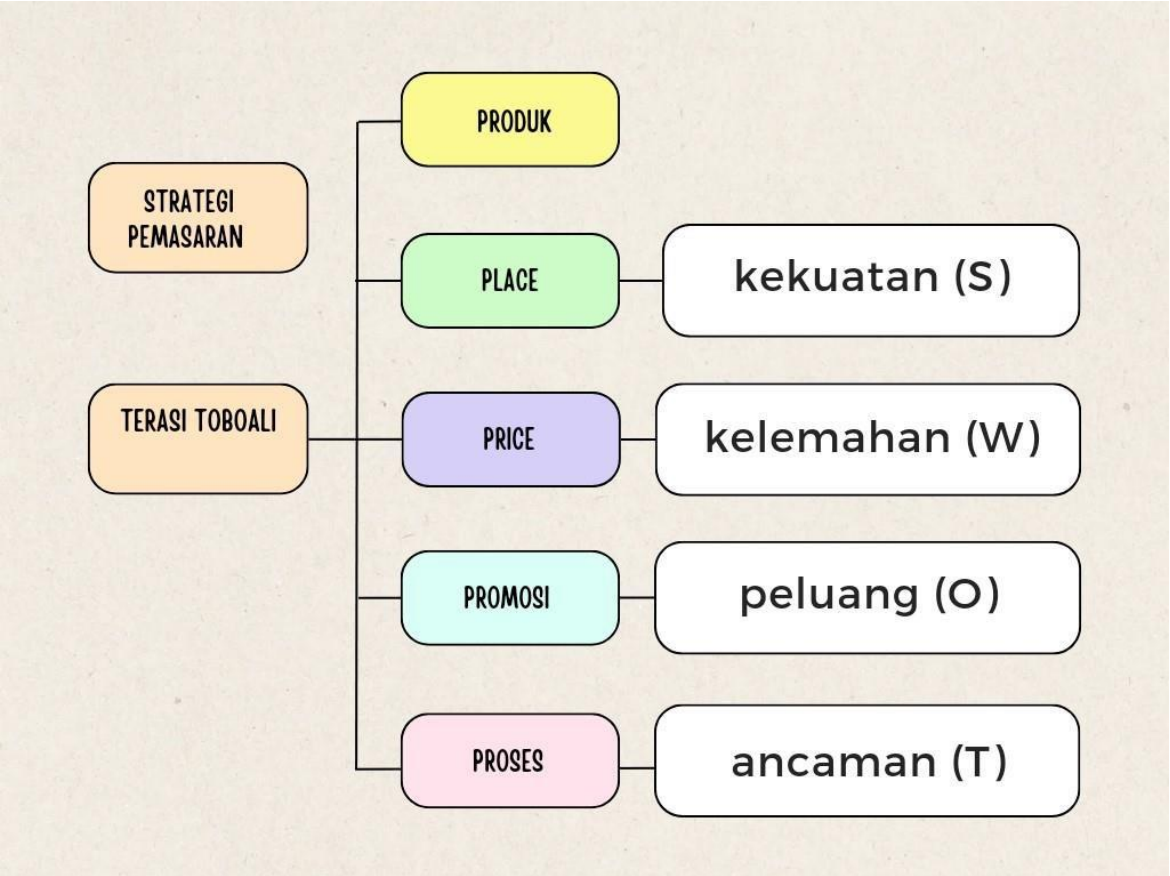
Menurut Glück sebagaimana dikutip lagi dalam Supriyono (1990) strategi pemasaran memiliki dua kata yakni "strategi" dan "pemasaran" yang memiliki arti sebagai tanggapan yang tepat serta bahkan berkesinambungan dalam menganasis peluang serta ancaman bahkan kekuatan dan kelamahan yang mengkin mempengaruhi sebuah organisasi. Pemasaran kini menjadi sebuah proses sosial yang melaluinya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan. Sapti & Haryanti (2017)Dari penjelasan definisi di atas jelas bahwa strategi pemasaran merupakan suatu proses penting yang memerlukan adaptasi metode dan strateginya secara terus menerus terhadap kebutuhan sosial yang ada. Kegagalan beradaptasi dengan baik dan efektif terhadap lingkungan baru akan menimbulkan gangguan terhadap usaha lain, terutama yang mempunyai kegiatan produksi serupa.

UMKM berbasis digital tidak lepas dari digital marketing, yaitu suatu bentuk usaha yang menggunakan media digital seperti internet untuk mempromosikan dan menjual merek. Masuknya UMKM ke pasar *e-commerce* akan meningkatkan citra mereka dan membantu mereka membangun jaringan pemasaran lebih cepat. Teknologi informasi dan komunikasi mengacu pada semua kegiatan yang berkaitan dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transmisi informasi antar media. Istilah Teknologi digital muncul pada pertengahan abad ke-21 untuk menggabungkan teknologi komputer (termasuk perangkat keras dan perangkat lunak) dan teknologi komunikasi. Perpaduan kedua teknologi ini juga berkembang pesat di bidang teknologi lainnya.

Sejauh ini, teknologi digital diharapkan mampu meningkatkan penjualan khususnya pada UMKM Terasi toboali Kabupaten Bangka Selatan. Untuk meningkatkan daya saing dan kemakmuran ekonomi, negara perlu mendorong pengembangan teknologi dan memfasilitasi adaptasi teknologi pada masyarakat dan organisasi. Selain itu, adaptasi teknologi juga dapat membantu negaranegara mengatasi berbagai tantangan sosial, seperti perubahan iklim dan krisis kesehatan, dengan memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan solusi yang lebih efektif dan efisien. Ade et al., (2023) UMKM Terasi Toboali dapat beroperasi secara global jika produksinya dilakukan dengan menggunakan teknologi digital dari sisi pemasaran. Di era digitalisasi saat ini, kita bahkan perlu mendukung UMKM Terasi Toboali untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran produknya.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Segala sesuatu tentang internet dan dunia digital juga mempengaruhi perilaku pembelian masyarakat dan dunia pemasaran. Tren pemasaran dan pembayaran global beralih dari tradisional (*offline*) ke digital sepenuhnya (*online*). Pemasaran digital dan perdagangan digital lebih menjanjikan karena calon pelanggan dapat mempelajari produk dan melakukan segala jenis transaksi melalui Internet tanpa bertemu langsung.



Gambar 1. Kerangka Pikir.

3. Metodelogi Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitan lapangan (*Field Research*) dapat dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal demikian maka pendekatan ini terkait erat dengan pengamatan berperanserta. Penelitain lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kodenya dan analisis dalam berbagai cara.

Metode penelitian kualitatif sering juga disebut dengan metode penelitian naturalistik karena penelitian dilakukan pada lingkungan alam. Metode ini pada awalnya umum digunakan dalam penelitian antropologi budaya, sehingga disebut juga dengan metode etnografi. Disebut metode kualitatif karena data yang dikumpulkan dan dianalisis lebih bersifat kualitatif. Berdasarkan kutipan di atas dapat dipahami bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

data deskriptif berupa kata-kata yang berupaya menggambarkan objek atau subjek yang diteliti menurut maknanya. Pendekatan alternatif ini dirancang untuk menggambarkan strategi pemasaran berbasis teknologi digital bagi UMKM Toboali Telasi di Kabupaten Bangka Selatan. Objek penelitian adalah Terasi Toboali yang merupakan usaha yang bergerak di bidang UMKM dengan menggunakan Analisa SWOT.

Fokus penelitiannya adalah pada pembatasan masalah, karena keterbatasan tenaga, finansial, dan waktu, peneliti tidak menyelidiki segala sesuatu yang ada mengenai suatu subjek atau konteks sosial tertentu untuk mempersempit fokus hasil penelitiannya, namun mereka harus menentukan fokusnya. Saat mempelajari strategi pemasaran atau bisnis, peneliti fokus pada interaksi tenaga penjualan dan pemasar. Penelitian kualitatif berfokus pada hasil penelitian pendahuluan, pengalaman, referensi, atau orang-orang yang dianggap ahli. Fokus penelitian juga bersifat sementara dan akan terus berkembang seiring dengan masuknya peneliti ke lapangan, berdasarkan tujuan penelitian yang terfokus pada strategi.

4. Hasil dan Pembahasan

Musthofa (2018) Terasi merupakan salah satu makanan pelengkap ibu rumah tangga yang rasanya pasti harus berkualitas agar konsumen percaya dengan bahan alami dan rasa yang tidak pahit. Oleh karena itu, bahan baku menjadi salah satu faktor penting dalam usaha terasi. Bahan yang digunakan untuk membuat terasi hanya udang sungkur atau udang reborn serta garam. Bahan yang digunakan untuk membuat terasi hanya udang segar dan garam, namun bahan yang paling penting adalah udang karena tanpa udang, produksi terasi akan terancam dan tidak menjadi khas lagi. Selain itu, untuk membuat terasi, udang harus dalam kondisi baik kemudian harus dipisahkan dan dilindungi dari air hujan pada saat pengeringan. Bahan-bahan untuk membuat terasi sangat sederhana yakni udang segar, garam, dan air bersih. Jika anda memang membutuhkan air bersih pada saat mengolah terasi, karena sebelum membuat udang tentunya anda harus mencuci udang terlebih dahulu agar lebih higienis.

Terasi diproduksi di wilayah Toboali Kabupaten Bangka Selatan di Kepulauan Bangka Belitung dan paling laris di pasaran karena kualitasnya yang unggul. Memang benar terasi Toboali lebih enak dibandingkan daerah lain, dan kualitasnya sudah dikenal di berbagai daerah sehingga banyak orang yang mencarinya. Terasi Toboali mempunyai ciri khas seperti aroma udangnya yang khas, rasanya tidak pahit, dan warnanya bagus, dengan sedikit semburat kemerahan. Warna terasi Toboali tidak hitam dan rasanya tidak pahit karena bahan baku yang digunakan segar dan berkualitas. Pengolahannya masih dilakukan dengan tangan sesuai resep turun temurun dari nenek moyang.

Terasi atau belacan Toboali ini sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat Bangka Belitung. Terasi atau Belacan Toboali, Bangka Selatan ini sangat terkenal di Indonesia bahkan di mancanegara. Toboali dikenal dengan salah satu kabupaten yang dimana penghasilan lautnya yang sangat melimpah seperti hasil lautnya yang diolah menjadi Terasi atau belacan.

Dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan lokal yang dilakukan dengan mengajukan berbagai jenis pertanyaan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan strategi pemasaran terasi di Toboari Kabupaten Bangka Selatan. Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara mendalam berupa observasi langsung terhadap informan dan dianalisis setelah pengumpulan data. Analisis ini berfokus pada masyarakat desa sehingga penelitian ini lebih obyektif dan akurat.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembuat terasi Toboali olahan rumahan bapak Darwin bahwa :

> Terasi Toboali yang ada di Toboali Kabupaten Bangka Selatan, strategi pemasaran online menjadi salah satu faktor masalah yang dipengaruhi oleh minimnya pengetahuan mengenai teknologi digital. Selain itu, kurangnya kemampuan para pelaku UMKM terasi Toboali dalam pengoperasian teknologi *e-commerce* cenderung membuat para pelaku UMKM malas untuk melakukan strategi pemasarannya secara online. Tidak gunakan media jika seseorang membeli suatu produk dan merasa itu sangat bagus, maka mereka akan mengiklankannya kepada temannya, sehingga terasi menjadi terkenal dengan sendirinya tanpa ada iklan online serta menggunaan media atau media periklanan lainnya. (Hasil wawancara pada tanggal 12 April 2024)

Hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Terasi Udang Toboali yang merupakan produk UMKM dalam negeri tidak menggunakan media periklanan karena Terasi Toboali sudah menjadi trend di kalangan masyarakat. Hal ini terlihat dari adanya seorang konsumen yang dengan sukarela menawarkan terasi kepada calon konsumen lainnya agar produk tersebut bermanfaat dalam masakan ibu rumah tangga.

Sehingga mereka lebih memilih untuk tidak melakukan pemasaran secara online, sehingga para pelaku UMKM Terasi toboali tidak melakukan pemasarannya secara online dan tetap melakukan pemasaran dengan cara tradisional. Seperti, melakukannya secara door to door, menitipkan barang ke agen atau toko terdekat ataupun penerimaan order dari pihak tertentu. Karena mereka mengira bahwa pemasaran secara online lebih ribet dan lama dalam proses pemasarannya. Pelaku UMKM merasa nyaman dengan strategi pemasaran yang dilakukan selama ini. Karena mereka beranggapan bahwa pemasaran secara online itu sangat ribet dan lama dalam proses pemasarannya akhirnya mereka cenderung malas untuk mencobanya.

Sementara wawancara dengan pelaku pembuat terasi Toboali Rumahan lainnya bapak Jeri Saputra menyatakan bahwa:

> Produk terasi yang saya buat tidak mempunyai merek hanya menggunakan kemasan biasa saja. Alasannya, karena memang sudah dari awal tidak mempunyai merek, maka perlunya sosialisasi tentang strategi pemasaran online serta pendampingan yang baik dalam strategi pemasaran online. Strategi yang efektif yang cocok untuk dikembangkan dalam usaha terasi ialah memperbaharui sistem tekhnologi dikarenakan proses produksi yang masih tradisional. Dalam menjual produk kami sangat belum menggunakan sistem online masih jualan dengan cara manual yaitu seperti pembeli langsung membeli kelokasi. (Hasil wawancara pada tanggal 23-30 Maret 2024).

Oleh karena itu, perlunya sosialisasi tentang strategi pemasaran online untuk meningkatkan daya saing UMKM Terasi Toboali, dengan memberikan materi mengenai manfaat penggunaan teknologi *e-commerce* dan tata cara membuka akun pada salah satu teknologi e-commerce (*Shopee*). Dari permasalahan yang dianggap paling relevan dalam strategi pemasaran untuk dicarikan solusinya, maka kami mendatangi rumah pelaku UMKM Terasi Toboali sebagai sarana dalam pelaksanaan program. Dengan adanya hal-hal tersebut maka harapannya ialah pelaku UMKM dapat memasarkan produknya melalui teknologi *ecommmerce* yaitu salah satunya melalui Shopee secara mandiri tanpa rasa takut ribet ataupun lama dalam proses

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

pemasarannya. Hal ini dikarenakan ketidaktahuan pelaku UMKM tentang bagaimana cara pengelolaan dan pengaplikasian teknologi *e-commerce* yang baik.

Sekarang semua yang kami jual dilakukan secara online. Tanpa sistem online, bisnis terasi Anda tidak akan diperhatikan konsumen, produk Anda tidak akan dikenal, performa penjualan Anda tidak akan meningkat, dan Anda tidak akan mampu menunjang bisnis Anda. Sangat disayangkan jika penjualan online diketahui oleh seluruh lapisan masyarakat. Perlunya pendampingan bagi pelaku UMKM Terasi Toboali agar dapat memasarkan produknya secara online melalui akun shopee, intagram dan facebook. Mereka menjual produknya secara online dengan berbagai macam harga dan juga rasa. Selain itu, juga bisa menerima orderan rasa dan juga model pengemasannya sesuai request pembeli.

Udang Rebon Toboali, Bangka Selatan terkenal mempunyai cita rasa yang harum dan lezat, sehingga sangat digemari oleh masyarakat sebagai bumbu dapur. Nah, jika Anda tertarik untuk mencoba Terasi atau belacan Toboali ini, anda bisa mendapatkannya di toko-toko di berbagai pusat perbelanjaan atau anda bisa langsung berkunjung ke tempat pembuatannya seperti yang ada di Toboali, Bangka Selatan ini. Tetapi jangan khawatir jika anda berasal dari luar bangka anda bisa memesannya lewat online karena dipusat pembelanjaan online terasi atau belacan Toboali, Bangka Selatan ini sudah dijual ke seluruh Indonesia bahkan mancanegara.

4.1. Strategi Pemasaran Berbasis Digital Pada UMKM Terasi Toboali

Namun, hanya sebagian UMKM yang sudah beradaptasi dengan digitalisasi dan menghadapi beberapa tantangan seperti permasalahan terkait pemasaran produk, akses permodalan, pemenuhan atau pengiriman bahan baku, dan implementasi digital. Salah satu hambatan dalam adopsi digital adalah kurangnya infrastruktur digital yang dapat diandalkan dan fakta bahwa konektivitas internet belum terjamin di wilayah terpencil dan pedesaan di Indonesia. Transformasi digital terjadi di hampir setiap bidang kehidupan manusia, mulai dari sektor ekonomi hingga sektor publik, sektor pemerintahan, pendidikan, kesehatan, layanan sosial, politik, dan bahkan individu. Transformasi digital merupakan produk globalisasi yang memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan model bisnis. Perkembangan transformasi digital melibatkan tiga elemen, bahkan transformasi digital dalam bisnis, organisasi, dan teknologi.

Ada 3 peran teknologi digital sebagai peningkat daya saing UMKM pada era ekonomi digital yakni, sebagai berikut:

1) Peran teknologi digital sebagai peningkatakn pemasaran yang menjadi salah satu keuntungan dari digitalisasi adalah memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital. UMKM dapat membuat website, memanfaatkan media sosial, atau marketplace untuk mempromosikan produk dan layanan mereka kepada khalayak yang lebih luas. Dengan demikian, UMKM dapat menjangkau konsumen potensial yang lebih banyak dan memperluas pangsa pasar mereka.
2) Peran teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional yang menjadikan UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. Contohnya, penggunaan teknologi cloud computing dapat memudahkan UMKM dalam mengelola dan menyimpan data, mempercepat proses pengolahan data, dan meningkatkan aksesibilitas data. UMKM juga dapat

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

menggunakan aplikasi mobile untuk memudahkan proses transaksi dan pembayaran, serta mempercepat proses produksi dan pengiriman barang.

3) Peran teknologi digital untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan agar dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan. Contohnya, teknologi 3D printing dapat membantu UMKM untuk membuat prototipe produk baru dan meningkatkan presisi produksi

Strategi pemsaran berbasis digital pada UMKM Terasi Toboali denga pembuatan akun sosial media seperti Facebook bisnis dan Instagram serta *e-commerce* seperti Shopee yang dinilai memiliki user terbanyak agar dapat memberikan peluang yang lebih besar dalam pemasaran, setelah itu akan dilakukan pendampingan dalam penggunaan sosial media dan membuat tampilan semenarik mungkin agar dapat menarik minat konsumen. Kemudian melalui pelaksanaan pelatihan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran terasi udang menggunakan digital marketing diharapkan dapat membantu pelaku usaha/UMKM. Dengan melalukan pemasaran melalui sosial media dan *e-commerce* diharapkan produk terasi udang khas Toboali dapat dikenal oleh masyarakat luas, tidak hanya di sekitar daerah bahkan seluruh dunia sehingga usaha dapat berkembang dan meningkatkan penjualan produk. Untuk kedepannya diharapkan kegiatan ini dapat menginspirasi para pelaku usaha /UMKM lainnya di Indonesia.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang meningkatkan kualitas perekonomian. Harga barang dan jasa ditentukan oleh biaya itu sendiri. Produksi, pemasaran, dan konsumsi merupakan aspek kunci untuk mewujudkan nilai ini. Pemasaran menghubungkan kegiatan produksi dan konsumen bahkan ide desain pemasaran bertujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kegiatan perusahaan berdasarkan konsep pemasaran ini harus bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan agar dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran ini membuktikan bahwa filosofi manajemen yang menghargai kepentingan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Selain itu, pemasaran digital berdampak pada pertumbuhan pendapatan Produk Terasi Toboali karena dapat tumbuh dan beroperasi sesuai dengan teknologi terkini dan meningkatkan penjualan saat ini dan masa depan melalui strategi pemasaran. Terutama jika menggunakan 4P (Produk, Harga, Tempat, Promosi) untuk menentukan pangsa pasar, mencapai tujuan, dan menentukan kelompok konsumen tersebut. Dengan demikian, pemasaran berdampak besar terhadap peningkatan pendapatan pengusaha Terasi.

Berikut merupakan peranan penting teknologi informasi dalam strategi pemasaran, diantaranya yaitu :

a. Komunikasi yang Lebih Mudah Bagi banyak perusahaan, email adalah sarana komunikasi terpenting antara karyawan, pemasok, dan pelanggan.
b. Menyediakan sumber pengetahuan dan informasi Melalui Internet, semua informasi ada di ujung jari Anda hanya dengan satu klik.
c. Manajemen Data Deretan lemari arsip yang penuh dengan dokumen perusahaan tidak lagi diperlukan bagi beberapa perusahaan.
d. Data Sistem Informasi Manajemen hanya layak disimpan apabila dapat digunakan secara efektif. Perusahaan yang berpikiran maju menggunakan data ini sebagai bagian dari proses perencanaan strategis mereka.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

e. Perusahaan manajemen hubungan pelanggan menggunakan TI untuk meningkatkan cara mereka merancang dan mengelola hubungan pelanggan.

f. Kegiatan bisnis 24 jam dengan perkembangan teknologi informasi sangat membantu aktivitas jual beli 24 jam para pebisnis, berbeda dengan bisnis offline yang segala aktivitasnya sangat terbatas ruang dan waktu.

4.2 Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Teknologi Informasi dalam Pengembangan UMKM

4.2.1 Dampak Positif

a. Munculnya model bisnis baru yang sering disebut *e-commerce* yang merupakan suatu perusahaan yang menggunakan sistem jaringan internet dalam pengelolaan bisnis dan proses bisnisnya. Sehingga tidak membutuhkan banyak tenaga dan juga memakan tempat serta waktu. Hal ini memungkinkan pengurangan biaya bisnis dan peningkatan efisiensi. Perdagangan elektronik adalah model bisnis yang menggunakan sistem Internet (online) untuk bertransaksi.

b. Berbagai perusahaan tertarik untuk mengembangkan bisnisnya di dunia maya. Menciptakan peluang bisnis baru yaitu jasa pengembangan website dan jasa hosting.

c. Memulai usaha (wirausaha) menjadi mudah dengan hadirnya forum jual-beli dan media yang bersahabat. Karena penawarannya lebih murah. Jaringan pemasarannya lebih luas, bahkan sampai ke luar negeri.

4.2.2 Dampat Negatif

a. Dengan diperkenalkannya sistem uang (ATM, kartu kredit, dll.), muncul kemungkinan baru untuk meretas rekening nasabah bank.

b. Karena teknologi Internet harus selalu didukung oleh listrik, maka jika terjadi pemadaman listrik dapat terjadi kesalahan transaksi yang dapat merugikan nasabah dan bank itu sendiri.

c. Dari segi keamanan, informasi perbankan komputer sangat rentan terhadap peretasan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

4.3 Analisis SWOT

Keller (2012) mengungkapkan bahwa satu hal yang lebih penting dibandingkan dengan jasa dan produk yang saat ini diproduksi dan dijual ke pelanggan sebenarnya lebih kepada keinginan pelanggan itu sendiri. Pemasaran harus mengetahui apa yang saat ini sedang diinginkan pelanggan dan memenuhinya dengan mengutamakan nilai-nilai kepuasan dan transaksi sebagai dasar analisis.

Pada analisis pendekatan strategi pemasaran digunakan berbagai alternatif pengembangan strategi yang perumusannya menggunakan teknik analisis matriks SWOT yaitu. Strategi SO, W-O, S-T dan W-T. Matriks SWOT digunakan untuk memudahkan identifikasi faktor eksternal dan internal dari empat perspektif di atas. Pada dasarnya pilihan strategis harus bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang bisnis dan mengatasi ancaman. Maka dari matriks SWOT diperoleh empat kelompok strategi alternatif yang disebut strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Strategi SO (Strenght-Opportunity) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Salah satunya adalah rasa produk yang enak, bahan baku pembuatannya mudah didapat, tidak mengandung bahan pengawet berbahaya, dan harga yang relatif terjangkau. Opportunity dalam hal ini yakni, bahan baku yang digunakan alami, penggembangan bisnis melalui teknologi seperti pemasaran melalui social media sangat terbuka, pemberian nama/ merk dagang terhadap terasi udang sangat memungkinkan, potensi kelautan yang tinggi mejadikan sumber mata pencaharian dan menjadikan peluang untuk membuat terasi dan pangsa pasar yang terbuka.

ST-Strategy (Strength Threat) Strategi ini dirancang berdasarkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mencegah ancaman yang ada. Misalnya saja kenaikan harga bahan baku, persaingan terasi yang bermerk, kondisi cuaca saat air pasang (gelombang besar), menyebabkan bahan utama yaitu udang sulit didapat dan kurangnya inovasi produk.

Strategi WO (Weakness-Opportunity) Strategi ini dilaksanakan atas dasar pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Fokus pada branding dengan memberi nama produk untuk membantu masyarakat mengenal terasi, memaksimalkan iklan dari mulut ke mulut untuk membuka segmen pasar baru, mengembangkan sistem penjualan online dengan teknologi canggih, dan memaksimalkan pemasaran dengan mengembangkan penjualan online dan media sosial, dll.

Strategi WT (Weakness-Threat) Strategi ini didasarkan pada tindakan defensif yang bertujuan meminimalkan kelemahan perusahaan dengan menghindari ancaman. Misalnya, mengembangkan sistem pemasaran terasi yang efektif dengan memaksimalkan pemasaran dan distribusi melalui kerja sama kontrak, melaksanakan tender untuk meningkatkan inovasi produk, dan mengoptimalkan pemasaran untuk meningkatkan saluran distribusi yang efektif.

5. Kesimpulan

Kesimpulannya, Pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci sukses bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi, akses pasar global, dan pengumpulan informasi pasar yang akurat. Namun tantangan infrastruktur dan keterampilan SDM masih menjadi tantangan yang perlu diatasi. Dalam jangka panjang, pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat membantu UMKM memperkuat posisi mereka dalam perekonomian Indonesia.

Terasi udang adalah salah satu makanan laut olahan paling populer di Tobaal. Masyarakat Toboal banyak yang berprofesi sebagai pembuat terasi. Hal ini terbukti dengan banyaknya masyarakat yang melakukan pengangkatan udang kemudian melanjutkan pengolahan terasi berupa pengeringan, tutukudang, istirahat dan pengemasan produk. Pengolahan terasi sendiri masih tergolong sederhana, karena semuanya menggunakan cara tradisional. Udang Rebon Toboali Bangka Selatan terkenal dengan rasanya yang harum dan nikmat sehingga sangat digemari masyarakat sebagai bumbu dapur.

Daftar Pustaka

Ade, R., Mochtar, F., Napitupulu, L., & Ria, R. (2023). *Peningkatan Kesadaran UMKM Terasi Tentang Strategi Pemasaran Di Desa Baran Melintang Kecamatan Pulau Merbau Kabupaten Meranti 4*(November), 335–343.

Idiar, I., Rollastin, B., Setya Pratama, M., & Erwansyah, E. (2022). Penerapan Teknologi Pengolahan Terasi Udang Bagi Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Bangka Selatan.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Pengabdian Masyarakat Polmanbabel, *2*(02), 88–94. https://doi.org/10.33504/dulang.v2i02.243

Keller, K. dan. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Erlangga.

Medriyansah. (2017). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkarkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi*.

Musthofa, Z. (2018). Analisis Usaha Terasi Udang Di Desa Tambak Lekok Kabupaten Pasuruan. *TEKNOLOGI PANGAN: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, *9*(2), 123–131. https://doi.org/10.35891/tp.v9i2.1191

Sapti, M., & Haryanti, S. (2017). *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Supriyono, R. . (1990). *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan* (Edisi 2 Bu). BPFE.

Yazfinedi. (2018). Usaha mikro, kecil, dan menengah di indonesia: permasalahan dan solusinya. *Jurnal Ilmiah Kesejahteraan Sosial*, *XIV*, 33–41.

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/)

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian di Sego Pedas Basman Cabang UNSIKA

Intan Liani Nestiti, Elin, Abdul Yusuf

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang
Penulis Korespondensi: intanlianisn@gmail.com
elinseptiyani8@gmail.com; abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id

Article Information:
Received: May 31, 2024, Accepted: June 15, 2024, Published: June 17, 2024

Abstract

This research was conducted to test and analyze the influence of food quality on purchasing decisions at the Sego Pedas Basman Unsika branch, with food quality as variable X and buying decisions as variable Y. The method used in this research is a quantitative approach with simple linear regression analysis techniques. The sample in this study amounted to 106 respondents. After testing the hypothesis, the results showed that food quality significantly influenced purchasing decisions made by customers of Sego Pedas Basman, Unsika branch. However, it should be remembered that this research only examines the influence of food quality on purchasing decisions and not other factors that can influence purchasing decisions, such as service, price, and other factors. It is crucial to improve food quality further and meet customer expectations to maintain customer loyalty and, in turn, increase sales.

Keywords*:* Food Quality, Purchasing Decisions, Restaurant Industry

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ekonomi yang pesat selama era globalisasi dipengaruhi oleh beragam faktor, salah satunya yaitu banyaknya kebutuhan dan keinginan masyarakat saat ini. Perkembangan ini terjadi di berbagai jenis industri di Indonesia, seperti industri jasa, industri ekstraktif, industri manufaktur, industri konstruksi, maupun industri makanan dan minuman.

Dalam situasi kehidupan saat ini, industri restoran mengalami pertumbuhan signifikan terhadap penawaran makanan yang menarik untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus meningkat. Hal ini terjadi karena masyarakat memerlukan makanan yang cepat, lezat, dan berkualitas tinggi, sehingga industri restoran menjadi pilihan utama dalam memenuhi keperluan tersebut. Banyaknya jenis dan menu yang ditawarkan membuat masyarakat memiliki pilihan yang sangat beragam. Hal tersebut membuat persaingan pun menjadi semakin ketat, perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan dan menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang lebih kreatif, sehingga konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan dan segala keinginan

Published by:

konsumen dapat terpenuhi. Setiap restoran memerlukan keunggulan yang ditawarkan lebih dari restoran lainnya yang dapat memikat pelanggan untuk memilih layanan dan produk yang mereka tawarkan. Keunggulan yang ditawarkan seperti rasa, tampilan, pelayanan, harga, kualitas, dan citra merek yang dibangun oleh setiap restoran sangat penting dalam keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan.

Memastikan pelanggan memutuskan pembelian di restorannya adalah salah satu tantangan yang perlu dihadapi oleh masing-masing pelaku usaha. Namun, dikarenakan bisnis restoran merupakan industri yang sangat kompetitif maka membutuhkan perencanaan dan strategi yang matang untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Dengan menawarkan keunggulan usahanya, bisnis restoran dapat menarik dan mempertahankan pelanggan dalam persaingan yang terjadi. Restoran Sego Pedas Basman merupakan salah satu bisnis di industri restoran yang dihadapkan pada persaingan industri restoran saat ini. Restoran ini perlu memastikan bahwa makanan yang disediakan berkualitas, terjangkau, dan memuaskan, sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli di restoran tersebut. Namun, persaingan yang tinggi di industri restoran membuat restoran Sego Pedas Basman terus memperbaiki kualitas makanan dan layanan untuk mempertahankan pelanggan dan terus mendapatkan pelanggan baru.

1.2 Perumusan Masalah

Mendasar pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di sego basman cabang unsika.

2. Kajian Literatur

2.1 Kualitas Makanan

Menurut Djimantoro & Gunawan (2020) kualitas makanan merupakan kombinasi dari berbagai karakteristik makanan yang ada pada menu yang terdiri dari warna, bentuk, tekstur, aroma, temperatur, penampilan, cita rasa, porsi dan tingkat kematangan dari menu makanan. (Prasetyo & Sunarti, 2020) menyatakan bahwa Kualitas Makanan merupakan hasil perpaduan berbagai bahan untuk menghasilkan suatu hidangan yang dapat memenuhi harapan pelanggan dan siap untuk dikonsumsi.

Kualitas makanan merupakan konsep yang penting dalam menciptakan produk. Hal ini akan berpengaruh terhadap rasa dan dan kualitas makanan itu sendiri. Ketika kualitas makanan terjamin, makanan tersebut tidak diragukan lagi kualitasnya sehingga konsumen memutuskan untuk membeli makanan tersebut.

Menurut Pantelidis, Lockwood, dan Peter Alcott dalam (Lestari & Yusuf, 2019) mengemukakan kualitas makanan memiliki beberapa dimensi produk, dalam kasus pemasaran produk ada 7 dimensi utama yang biasanya digunakan:

1. Warna

   Seluruh bahan makanan perlu digabungkan sedemikian rupa sehingga menjadi selaras. Selera makan konsumen dipengaruhi oleh kombinasi warna makanan.

2. Penyajian

   Cara penyiapan makanan akan berdampak pada kualitas dan kuantitas makanan Porsi

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Ketentuan sajian makanan sudah ditetapkan porsi standarnya atau dikenal dengan standard portion size.

3. Temperatur

   Variasi suhu antara makanan sangat disukai pelanggan. Temperatur juga dapat mempengaruhi rasa, seperti makanan yang masih hangat akan memiliki rasa manis yang lebih kuat, sementara sup yang masih panas akan memiliki rasa asin yang lebih sedikit.

4. Tekstur

   Tekstur makanan bermacam-macam, seperti halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, dan kering atau lembab. Tekanan dan gerakan dari resep tordi mulut dapat menunjukkan tingkat tip dan halus serta bentuk makanan.

5. Aroma

   Reaksi makanan terhadap aroma mempengaruhi pelanggan sebelum mereka benar-benar menikmatinya; pelanggan dapat merasakan aroma makanan.

6. Rasa

   Lidah mempunyai kemampuan membedakan rasa yang berbeda seperti manis, asam, asin, dan pahit. Untuk mendeteksi rasa yang unik dan mencolok, keempat rasa ini bekerja sama.

2.2 Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono dalam (Tua, Andri, & Andriyani, 2022) keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut Yusuf dalam (Ernawati, Dwi, & Argo, 2021) keputusan pembelian adalah suatu proses dimana setiap orang mengevaluasi berbagai pilihan dan menciptakan suatu pilihan terhadap suatu produk tertentu dari beberapa pilihan.

Dimensi dan indikator keputusan pembelian yang dirujuk dari Kotler dan Keller dalam (Lestari & Yusuf, 2019) sebagai berikut:

1. Choice

   Konsumen mungkin akan memilih untuk menggunakan uang mereka untuk tujuan lain, maka perusahaan harus mempertimbangkan mereka yang ingin membeli suatu produk atau mencari pilihan alternatif.

2. Brand Choice

   Keputusan dalam membeli merek perlu dibuat oleh konsumen itu sendiri.. Setiap merek memiliki ciri khas yang berbeda. Jadi, perusahaan perlu mengetahui cara konsumen memilih sebuah merek.

3. Dealer Choice

   Pembeli akan memilih penyalur untuk mengambil keputusan. Setiap pembeli mempertimbangkan berbagai faktor, seperti harga murah, lokasi yang dekat, stok barang yang lengkap, dan lain-lain.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

4. Purchase Amount

   Pelanggan mempunyai pilihan seberapa banyak produk yang ingin dibeli, maka perusahaan perlu memproduksi berbagai macam barang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda.

5. Purchase Timing

   Keputusan konsumen dalam waktu pembeli bervariasi, misalnya konsumen dapat memilih untuk membeli barang setiap hari, sebulan sekali, setahun sekali, atau seminggu sekali.

6. Payment Method

   Pelanggan dapat menanyakan metode pembayaran yang akan digunakannya saat melakukan pembelian, seperti kartu kredit, kartu debit, uang tunai, dan lain-lain.

2.3. Peneltiian Sebelum

Berdasarkan temuan penelitian (Sentosa, 2019) bertajuk "Pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan salad Crunchhaus di Pakuwon Shopping Center Surabaya", temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas makanan di Crunchhaus memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

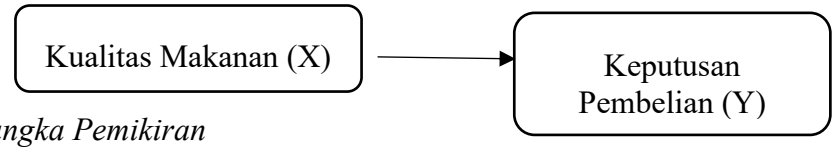
Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Wahyuni, Usman, & Safwadi, 2019) dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", temuan penelitian menunjukkan kualitas produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap Keputusan pembelian di Cake & Bakery Nafisah.

Berdasarkan penelitan yang dilakukan oleh (Nisak, Pudyaningsih, & Hastari, 2020) dengan judul "Pengaruh Kualitas Makanan dan Factor Social Terhadap Keputusan Pembelian Di *Mr. Crunch*". Penelitian tersebut menunjukan kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Mr. Curnch Kota Pasuaran.

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya, Agung, & Anggraini, 2020) dengan judulnya "Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar". Penelitian tersebut menunjukan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto Pastry & Bakery.

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Djimantoro & Gunawan, 2020), yang berjudul "Pengaruh E-Wom, Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kakkk Ayam Geprek". Penelitian tersebut menunjukan bahwa Kualitas Makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kakkk Ayam Geprek.

2.4. *Kerangka Pemikiran*



Gambar 1. *Kerangka Pemikiran*

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

3. Metode Penelitian

3.1 Definisi Operasional dan Inikator

Menurut Poter & Hotchkiss dalam (Lestari & Yusuf, 2019) kualitas makanan merupakan karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Antara lain seperti faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Adapun indikator dari kualitas makanan adalah sebagai berikut.

1. Banyak
2. Lezat
3. Kematangan
4. Segar
5. Sedap
6. Menggugah
7. Temperatur
8. Rapih
9. Keunikan
10. Bersih

Menurut Tanady & Fuad dalam (Ernawati, Dwi, & Argo, 2021) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan pembelian itu dilakukan. Adapun indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan suatu produk
2. Daya tarik
3. Keberagaman varian produk
4. Tingkat ketertarikan konsumen
5. Kemudahan dalam menemukan produk
6. Tingkat pelayanan
7. Jumlah pembelian sesuai kebutuhan
8. Pembelian dengan jumlah banyak
9. Jumlah pembelian tidak teratur
10. Pembelian dilakukan secara berkala
11. Pembelian dilakukan sesuai keinginan
12. Fasilitas pembayaran
13. Kemudahan pembayaran

3.2. Hipotesis

H0: Tidak adanya pengaruh positif kualitas makanan terhadap keputusan pembelian di Sego Basman Cabang Unsika

H1: Adanya pengaruh positif kualitas makanan terhadap keputusan pembelian di Sego Basman Cabang Unsika

3.3 Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metodologi penelitian ini menurut Sugiyono dalam (Oktaviano, Permatasari, & Fernando, 2022) didasarkan pada teori positivis dan berguna untuk pengumpulan data dengan menggaplikasikan instrumen penelitian, menganalisis data statistik atau kuantitatif, dan

Published by: Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

mengidentifikasi kecenderungan dari suatu sampel atau populasi. Tujuannya adalah untuk mengoreksi hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Dedy & Alfandi, 2022) populasi merupakan suatu area umum yang terdiri dari objek yang menampilkan suatu ciri dan kualitas yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi penelitian ini adalah pengunjung restoran Sego Pedas Basman Unsika berjumlah 145.

Menurut Sugiyono dalam (Dedy & Alfandi, 2022) sampel mengacu pada beberapa ciri dan kuantitas yang ada dalam suatu populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam studi ini dikenal dengan istilah non-probability sampling atau purposive sampling. Menurut Sugiyono dalam (Wowling, Yusuf, Gampu, Sahala, & Latini, 2022), purposive sampling adalah suatu teknik yang menentukan kriteria yang relevan dalam kaitannya dengan sampel. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini cukup signifikan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi 5% sehingga diperoleh 106 responden.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

$$= \frac{145}{1 + 145\,(0{,}05)^2}$$

$$= \frac{145}{1{,}3625} \; = 10{,}6{,}42$$

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2020). Dengan skala likert ini responden akan menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mereka terhadap pernyataan dalam kuesioner yang sudah disebar. Di bawah ini adalah sklala likert yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

No	Skala Jawaban	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Cukup Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

3.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan model sederhana. Kemudian melakukan uji validitas dan reliabilitas.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Responden yang dijangkau pada penelitian ini yaitu pelanggan atau individu yang pernah melakukan pembelian di restoran Sego Pedas Basman Cabang Unsika. Adapun hasil identifikasi responden dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Responden

Data Deskriptif	Keterangan	Jumlah	Persentase
Usia	16-20	84	79,2%
	21-25	22	20,8%
Status Pekerjaan	Mahasiswa	104	98,1%
	Karyawan Swasta	2	1,9%
Jenis Kelamin	Pria	24	22,6%
	Wanita	82	77,4%

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 16-20 tahun dengan jumlah 84 orang. Adapun mayoritas status pekerjaan responden adalah mahasiswa sebanyak 98 orang. Lalu berdasarkan jenis kelamin sebagian besar respondennya adalah wanita dengan jumlah 82 orang.

4.2 Uji Kualitas Data

Uji Validitas Kualitas Makanan

Uji validitas ini dilakukan pada varibael kuanlitas makanan, dengan jumlah responden 106 dan jumlah indicator sebanyak 10. Hasil uji validitas tersebut diperoleh pada niali signifikansi sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Makanan

Indicator	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Kneterangan
Banyak	0,416	0,00	Valid
Lezat	0,646	0,00	Valid
Kamatangan	0,578	0,00	Valid
Segar	0,688	0,00	Valid
Sedap	0,602	0,00	Valid
Menggugah	0,614	0,00	Valid
Temperatur	0,517	0,00	Valid
Rapih	0,618	0,00	Valid
Keunikan	0,477	0,00	Valid
Bersih	0,518	0,00	Valid

Hasil uji validitas kualitas makanan nilai signifikansi dari 10 indikatror memperoleh nilai sebesar 0.00. Artinya dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan variable kualitas makanan dinyatakan valid karena nilai Sig. 0,00 < 0,05.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Uji validitas terhadap varibael keputusan pembelian, dengan jumlah responden 106 dan jumlah indicator sebanyak 13. Hasil uji validitas tersebut diperoleh pada niali signifikansi sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kebutuhan suatu produk	0,54	0,00	Valid
Daya Tarik	0,506	0,00	Valid
Keberagaman varian produk	0,636	0,00	Valid
Tingkat ketertarikan konsumen	0,631	0,00	Valid
Kemudahan dalam menemukan produk	0,578	0,00	Valid
Tingkat pelayanan	0,536	0,00	Valid
Jumlah pembelian sesuai kebutuhan	0,588	0,00	Valid
Pembelian dengan jumlah banyak	0,377	0,00	Valid
Jumlah pembelian tidak teratur	0,452	0,00	Valid
Pembelian dilakukan secara berkala	0,312	0,00	Valid
Pembelian dilakukan sesuai keinginan	0,551	0,00	Valid
Fasilitas pembayaran	0,559	0,00	Valid
Kemudahan pembayaran	0,701	0,00	Valid

Hasil uji validitas keputusan pembelian nilai signifikansi dari 13 indikator memperoleh nilai sebesar 0.00. Artinya dari nilai tersebut disimpulkan bahwa seluruh pernyataan variable keputusan pembelian dikatakan valid karena nilai Sig. 0,00 < 0,05.

Uji Reliabilitas

Di bawah ini hasil uji reliabilitas kualitas makanan dan keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach`s alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan	N of Items
Kualitas Makanan	,764	0,6	Reliabel	10
Keputusan Pembelian	,795	0,6	Reliabel	13

Tabel reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's alpha berada di antara 0,0764 hingga 0,795% jika dibandingkan dengan standar reliabilitas 0,6%, menunjukkan bahwa Cronbach's alpha lebih tinggi dari standar reliabilitas. Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya dan diandalkan sebagai alat uji variabel.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

4.2 Uji Analisis Regresi Linerar Sederhana

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Berikut adalah hasil analisis statistik uji Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan analisis regresi linear sederhana secara simultan dan keoefisien determinasi.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Sederhana

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14,918	3,387		4,405	,000
Kualitas Makanan	,972	,078	,776	12,533	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan hasil uji analisis regresi linier sederhana. Berikut ini model persamaan regresi dapat diturunkan dari hasil uji regresi linier sederhana.

$$Y = 14{,}918 + 0{,}972x$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien regresi yang sebesar 0,972 dan bertanda positif dengan signifikansi statistik 0,000 menunjukan bahwa perubahan nilai kualitas makanan akan memberikan peningkatan sebesar 0,972 pada setiap satu keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan yang tinggi berdampak positif pada keputusan pembelian.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai R Square yang ditunjukan pada Tabel 5 berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776[a]	,602	,598	2,19115

a. Predictors: (Constant), Kualitas Makanan

Tabel 7 menunjukan hasil uji koefisien determinasi (R^2). Dari table tersebut dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,602, artinya sebesar 60,2% keragaman dari keputusan pembelian yang mampu diterangkan oleh variabel kualitas makanan sedangkan sisanya sebesar 39,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak ada dalam dalam penelitian ini.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai F pada hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	754,191	1	754,191	157,086	,000[b]
	Residual	499,318	104	4,801		
	Total	1253,509	105			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian,

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Pada Tabel 8 menunjukan nilai Sig. 0,000 < 0,05 dan Fhitung 157,086 > Ftabel 3,93 maka keputusannya tolak H0. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas makanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Adanya pengaruh yang sifnifikan menunjukan bahwa kualitas makanan memainkan peran penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, dan restoran Sego Pedas Basman cabang Unsika harus tetap fokus pada kualitas makanan. Kualitas produk merupakan faktor sangat penting untuk memastikan konsumen membeli suatu produk, sehingga pihak manajemen restoran harus selalu memperhatikan dan mempertimbangkan kualitas produk untuk memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Sentoso (2019) dan wahyuni et al. (2019) dalam penelitiannya yang menemukan bahwa kualitas makanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

Ketika kualitas makanan menjadi semakin baik, maka keputusan pembelian pun menjadi semakin meningkat. Dengan kualitas makanan yang meningkat, maka konsumen akan merasa lebih berminat untuk membeli produk tersebut. Hal ini karena melalui peningkatan kualitas makanan konsumen akan merasa terbantukan dalam memenuhi kebutuhannya serta mendapatkan manfaat dari mengkonsumsi makanan tersebut. Hasil ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Nisak et al. (2020), Wijaya et al. (2020), dan Djimantoro et al. (2020) bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, restoran Sego Pedas Basman cabang Unsika perlu menerapkan strategi terkait peningkatan kualitas makanan seperti menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, memperhatikan proses persiapan makanan, dan memastikan kebersihan restoran untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Dengan meningkatkan kualitas makanan, restoran dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

5. Kesimpulan

Studi ini menunjukkan kualitas makanan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Berlandaskan data yang diperoleh di lapangan, terlihat bahwa pelanggan di restoran Sego Pedas Basman cabang Unsika peduli pada kualitas makanan dan lebih cenderung membeli produk yang dianggap berkualitas. Masyarakat cenderung membeli makanan yang dianggap memiliki kualitas tinggi, seperti rasanya enak, segar, dan bahan bakunya berkualitas. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan adalah modal bagi restoran Sego Pedas Basman Cabang Unsika, maka perusahaan perlu mengambil langkah-langkah untuk memastikan kualitas makanan yang dijual sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen. Ketika penjualan meningkat secara konsisten, maka keuntungan dan pendapatan perusahaan juga akan meningkat. Hal ini juga bisa memperkuat citra mereknya dengan terus diiringi dengan peningkatan kualitas makanan serta kepuasan pelanggan yang dapat mendorong keputusan pembelian yang lebih banyak kedepannya.

Daftar Pustaka

Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Peanggan Di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen Vol 4 No. 1*, 18-25.

Djimantoro, J., & Gunawan, V. C. (2020). Pengaruh e-Wom Kualitas Makanan dan Kualitas

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kakkk Ayam Geprek. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol X No. X*, 187-196.

Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada situs E-Commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ) Vol 4 No. 2*, 200-218.

Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 5 No 2*, 94-101.

Nisak, S. C., Pudyaningsih, R., & Hastari, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Mr. Crunch. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Vol 5 No. 2*, 54-65.

Oktaviano, D., Permatasari, B., & Fernando, Y. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis dan Sosiologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil (Studi Pada Konsumen Mobil Avanza di Provinsi Lampung). *SMART: Strategy Management & Accaounting througt Research & Technology Vol 2 No. 1*, 46-54.

Prasetyo, A. D., & Sunarti, S. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tera Coffee & Resto Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 78, No. 1*.

Sentoso, F. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan an Persepsi Harga Terhadap Keputsan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Crunchaus Salas Di Pakuwon Mall Surabaya. *AGRO Vol. 7 No. 2*.

Tua, G. V., Andri, & Andriyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputsan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal JUKIM Vol 1 No. 4*, 140-154.

Wahyuni, F., Usman, B., & Safwadi, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Humaniora Vol 3 No. 2*, 142-14.

Wijaya, I. A., Agung, A. A., & Anggraini, N. N. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Roti Pada Calatto Pastry & Bakery Gianyar . *VALUES Vol 1 No. 2*.

Wowling, S. A., Yusuf, M., Gampu, S., Sahala, J., & Latini, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Reputasi Merek Prouk Cepat Kopi Loco. *Jurnal Darma Agung Vol 30 No. 2*, 541-548.

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kualitas Pelayanan Berbasis CHSE Terhadap Loyalitas Wisatawan Dimediasi Kepuasan Wisatawan (Studi Wisatawan Luar Daerah di Kawasan Borobudur)

Ivo Novitaningtyas*, Clarisa Alfa Lionora, Andhatu Achsa, Budi Hartono, Siti Nurhidayah, Hesti Agustin

Penulis Korespondensi: ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id
Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

Article Information:
Received: June 07, 2024, Accepted: June 15, 2024, Published: June 17, 2024

Abstract

This research examines the impact of implementing the CHSE certification policy in the tourism sector especially the accommodation or hospitality business on tourist behavior based on satisfaction and loyalty. This study uses a quantitative approach. This research uses primary data obtained from 73 tourists selected based on the purposive sampling method. The sample criteria are tourists who have stayed at a hotel or homestay around Borobudur Temple more than once and come from outside the province of Central Java. The data collection method uses questionnaires distributed online and offline. The data analysis method uses PLS-SEM. The results show that tourist satisfaction mediates the influence of CHSE-based service quality on tourist loyalty. The results provide managerial implications for accommodation business managers to become CHSE-certified to satisfy overnight tourists and increase tourist loyalty.

Keywords: Tourist Loyalty, Tourist Satisfaction, CHSE, Tourism Policy, Tourist Behavior, Marketing

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 masih menjadi topik yang menarik perhatian akademisi untuk diteliti. Kondisi pandemi Covid-19 memberikan dampak secara global. Salah satu sektor yang terdampak yaitu pariwisata. Dampak nyata dari pandemi Covid-19 terhadap pariwisata diantaranya yaitu pembatalan kunjungan wisatawan, penutupan objek wisata dan hotel untuk sementara waktu, penurunan pendapatan, dan pengurangan tenaga kerja di beberapa perusahaan bisnis pariwisata (Arlene, 2020; Rahma & Arvianti, 2020). Kondisi tersebut tentu merugikan karena seharusnya sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi bagi Indonesia seperti meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan jumlah lapangan kerja, meningkatkan pengembangan infrastruktur, dan meningkatkan peluang bisnis (Novitaningtyas et al., 2022).

Published by: Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Hal yang terjadi justru sebaliknya. Oleh karena itu, diperlukan adaptasi dan pemulihan untuk sektor pariwisata, terutama pada masa normal baru.

Pemulihan sektor pariwisata sangat diperlukan agar pariwisata dapat berkontribusi bagi perekonomian Indonesia. Hal tersebut juga didukung oleh peneliti terdahulu yang menyatakan bahwa di masa pandemi, pemerintah dan pebisnis di bidang pariwisata harus mampu menyusun kebijakan dan strategi untuk beradaptasi dengan standar protokol kesehatan (Guridno & Guridno, 2020) . Lebih lanjut, terdapat beberapa cara untuk pemulihan pariwisata di masa pandemi yaitu dengan memberikan promosi harga untuk menarik minat wisatawan, serta menawarkan produk dan layanan wisata berbasis standar protokol kesehatan (Madani et al., 2020). Pemulihan di sektor pariwisata pada era normal baru diperlukan agar keberadaan bisnis pariwisata dapat terus berkembang dan berkelanjutan.

Adapun, kawasan Borobudur menjadi salah satu dari Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) mengacu pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2025. Berdasarkan hal tersebut, maka kawasan di sekitar Borobudur memiliki potensi wisata untuk dikembangkan dan diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Pengembangan suatu kawasan pariwisata perlu didukung oleh ketersediaan fasilitas akomodasi (Górska-Warsewicz & Kulykovets, 2020). Selain itu, keberadaan industri perhotelan sebagai penyedia layanan akomodasi dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan di destinasi wisata. Jika lama tinggal wisatawan meningkat, diharapkan agar pembelanjaan wisatawan terhadap produk dan layanan wisata lainnya di destinasi wisata tersebut juga meningkat. Oleh karena itu, faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas wisatawan perlu dikaji lebih lanjut.

Beberapa studi terdahulu menjelaskan bahwa loyalitas merupakan kunci keberlanjutan bisnis. Dalam konteks bisnis jasa, loyalitas diperlukan agar pebisnis dapat mengurangi biaya pemasaran, meningkatkan peluang pangsa pasar, dan meningkatkan peluang bertambahnya pelanggan baru (Rahardjo et al., 2022). Selain itu, pada usaha jasa akomodasi juga dibuktikan bahwa biaya untuk mendapatkan konsumen baru jauh lebih besar jika dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan, sehingga profit usaha dapat ditingkatkan dengan memiliki pelanggan yang loyal (Novitaningtyas et al., 2021). Dengan demikian, maka industri perhotelan sebagai penyedia layanan akomodasi seperti hotel dan pondok wisata (*homestay*) juga membutuhkan wisatawan yang loyal agar bisnisnya dapat berkembang dan berkelanjutan.

Adapun, Pemerintah Indonesia melalui Kemenparekraf telah menyusun kebijakan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment sustainability*) sebagai standar untuk kegiatan bisnis di bidang pariwisata (Amelia, 2020). Kebijakan tersebut mewajibkan agar bisnis wisata dan objek wisata tersertifikasi CHSE. Sertifikasi CHSE dijelaskan sebagai proses pemberian sertifikat kepada bisnis wisata, objek wisata, dan produk wisata lainnya untuk memberikan jaminan kepada wisatawan bahwa produk dan layanannya bersih, sehat, aman, dan mendukung pelestarian lingkungan. Jaminan sertifikasi CHSE diharapkan dapat memotivasi wisatawan untuk kembali berwisata.

CHSE menjadi salah satu faktor yang saat ini dipertimbangkan untuk diteliti bagaimana dampaknya di industri pariwisata (Diarta & Sukendar, 2021; Juliana et al., 2021). Peneliti terdahulu telah membuktikan bahwa penerapan CHSE menjadi hal yang paling penting untuk menjaga reputasi hotel (Juliana et al., 2021). Jika reputasi hotel dicitrakan baik maka dapat

meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu hotel (Assaker et al., 2020). Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa layanan yang berkualitas dan menerapkan protokol kesehatan selama periode normal baru dapat meningkatkan loyalitas tamu di *homestay* pada beberapa desa wisata (Novitaningtyas et al., 2021). Walaupun demikian, hasil penelitian lainnya di objek wisata berbasis agro menunjukkan hasil yang berbeda yaitu penerapan CHSE justru tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan karena dipandang membatasi aktivitas wisatanya selama berada di destinasi (Diarta & Sukendar, 2021). Inkonsistensi hasil pada penelitian terdahulu menjadi kesenjangan penelitian, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengkaji bagaimana pengaruh CHSE agar menjadi solusi yang bermanfaat secara teoretis maupun praktis.

Lebih lanjut, beberapa peneliti terdahulu telah mengidentifikasi variabel kepuasan sebagai anteseden dari loyalitas wisatawan dalam model penelitiannya (Hung et al., 2021; Suhartanto et al., 2020). Walaupun demikian, pada konteks pariwisata di Indonesia, belum ada yang menambahkan CHSE ke dalam pengembangan model loyalitas wisatawan, khususnya pada objek penelitian industri perhotelan. Selain itu, sejak diberlakukannya kebijakan CHSE oleh Pemerintah Indonesia, ternyata sampai akhir tahun 2021 belum semua penyedia layanan akomodasi di sekitar kawasan Borobudur yang tersertifikasi CHSE. Oleh sebab itu, diperlukan penelitian untuk mengkaji bagaimana pengaruh CHSE terhadap pengembangan loyalitas wisatawan.

Berdasarkan tinjauan pada beberapa penelitian terdahulu, ditemukan kesenjangan hasil penelitian. Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji hubungan antara CHSE, kepuasan, dan loyalitas untuk memperjelas bagaimana dampak penerapan kebijakan CHSE. Selain itu, kondisi pandemi dan era normal baru menyebabkan diterapkannya kebijakan CHSE di sektor pariwisata. Fenomena tersebut mendasari perlunya penelitian untuk mengetahui bagaimana dampak penerapan CHSE terhadap loyalitas wisatawan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 CHSE

CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability*) adalah sebuah sertifikasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) di Indonesia. Sertifikasi ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Usaha pariwisata, destinasi pariwisata, dan produk pariwisata yang memenuhi kriteria dan indikator pelaksanaan tersebut akan menerima sertifikasi CHSE. Sertifikasi ini berlaku selama satu tahun dan dapat diperpanjang berdasarkan hasil penilaian ulang.

Dalam upaya menghadirkan pariwisata yang aman dan nyaman bagi wisatawan, pebisnis pariwisata perlu menerapkan dan memperkuat unsur-unsur CHSE. Unsur kebersihan adalah kunci untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan sehat bagi tamu. Unsur kebersihan mencakup kebersihan kamar, area umum, serta fasilitas publik (Kemenparekraf, 2020). Setiap fasilitas penginapan harus dibersihkan secara menyeluruh menggunakan pembersih yang sesuai standar. Area umum seperti lobi, restoran, dan kolam renang juga harus tetap bersih dan teratur. Berikutnya unsur Kesehatan, kesehatan tamu/wisatawan dan staf adalah prioritas utama. Dalam menerapkan CHSE, dapat dipastikan bahwa prosedur kesehatan

dilakukan secara ketat, diantaranya pemeriksaan suhu, penyediaan fasilitas cuci tangan, dan protokol kebersihan lainnya (Kemenparekraf, 2020). Pelatihan reguler juga diberikan kepada staf untuk meningkatkan kesadaran tentang praktik kesehatan dan kebersihan. Berikutnya yaitu unsur keselamatan dan keamanan. Keselamatan tamu dan staf harus dijamin di semua aspek operasional. Hal ini mencakup perawatan dan pemeriksaan rutin terhadap fasilitas, penerapan prosedur keamanan kebakaran (APAR), dan penyediaan peralatan keselamatan seperti peringatan darurat dan jalur evakuasi yang jelas (Kemenparekraf, 2020). Unsur keempat yaitu, *Environmental Sustainability* untuk keberlanjutan lingkungan. Sebagai penyedia akomodasi, tentu perlu kesadaran akan dampak lingkungan dari operasional bisnis dan berkomitmen untuk mengurangi jejak karbon serta limbah. Hal ini mencakup praktik ramah lingkungan seperti daur ulang, penggunaan energi yang efisien, serta pengurangan limbah plastik (Kemenparekraf, 2020)..

2.2 Kepuasan Wisatawan

Kepuasan dijelaskan sebagai perasaan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk tertentu dengan membandingkan kinerja yang dipersepsikan dan ekspektasi sesudah melakukan konsumsi berupa perasaan senang ataupun kecewa (Kotler & Keller, 2018). Tjiptono & Chandra (2017) menjelaskan dalam bukunya bahwa berdasarkan tinjauan terhadap literatur kepuasan pelanggan, diidentifikasi 3 komponen utama, yaitu (1) kepuasan merupakan respon (emosional atau kognitif), (2) respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi), dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah memilih produk, setelah konsumsi). Teori *cognitive dissonance* bisa diterjemahkan dalam konteks kepuasan pelanggan karena adanya perbandingan antara kinerja produk dengan ekspektasinya (Tjiptono & Chandra, 2017). Jika kinerja produk kurang dari ekspektasi maka situasinya adalah *negative disconfirmation*, jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi maka situasinya adalah *simple confirmation*, sedangkan jika kinerja produk melebihi ekspektasi maka situasinya adalah *positive disconfirmation*. Dalam konteks kepuasan wisatawan, maka kepuasan wisatawan adalah perasaan yang dirasakan oleh wisatawan terhadap produk wisata dengan membandingkan kinerja yang dipersepsikan dengan ekspektasi sesudah mengkonsumi layanan wisata dan produk wisata. Kepuasan wisatawan diukur dengan terpenuhinya ekspektasi, kepuasan terhadap layanan, keseluruhan kepuasan, dan kesepadanan dengan waktu serta uang yang dikeluarkan oleh wisatawan (Assaker et al., 2020).

2.3 Loyalitas Wisatawan

Pada usaha jasa akomodasi, pelanggan yang loyal dijelaskan sebagai tamu yang berkomitmen untuk kembali membeli layanan dan merekomendasikan jasa akomodasi tersebut kepada orang lain (Carev, 2008). Al-Msallam & Alhaddad (2016) juga menyebutkan bahwa pelanggan usaha jasa akomodasi yang loyal akan melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain dan berbagi cerita tentang hal baik dari produk jasa yang sudah dirasakannya. Dalam jangka panjang, loyalitas menjadi tujuan perusahaan dan menjadi dasar untuk pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Manfaat dari memiliki tamu yang loyal diantaranya adalah sebagai berikut (1) pelanggan cenderung melakukan pembelian berulang, (2) pelanggan cenderung memiliki dorongan komunikasi positif tentang produk hotel, dan (3) pelanggan cenderung memiliki pertimbangan memilih merek hotel tersebut sebagai pilihan pertama (Utama, 2017). Ukuran loyalitas dapat diukur berdasarkan *loyalty chain stages theory* yang terdiri dari tahap kognitif, afektif, konatif, dan tindakan (Roy dkk, 2014).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa akomodasi yang telah menerapkan CHSE dan berlokasi di kawasan sekitar Candi Borobudur. Jumlah responden yaitu 73 orang wisatawan untuk memenuhi asumsi bahwa besar sampel sebaiknya antara 30-500 atau 10 kali lipat dari jumlah variabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Sampel dipilih berdasarkan metode *purposive sampling* dengan kriteria sampelnya adalah tamu yang pernah menginap lebih dari satu kali pada jasa akomodasi yang telah tersertifikasi CHSE dan wisatawan tersebut berasal dari luar Provinsi Jawa Tengah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei melalui kuesioner dengan skala likert untuk memperoleh data primer. Kuesioner disebarkan secara daring melalui Google form dan dibagikan langsung secara luring kepada wisatawan di kawasan Candi Borobudur.

Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu CHSE sebagai variabel independen, Kepuasan Wisatawan sebagai variabel pemediasi, dan Loyalitas Wisatawan sebagai variabel dependen. Variabel CHSE diukur berdasarkan dimensi *Cleanliness* (4 item indikator), *Health* (3 item indikator), *Safety* (4 item indikator), dan *Environmental Sustainability* (4 item indikator). Variabel Kepuasan Wisatawan diukur berdasarkan 4 item indikator, sedangkan variabel Loyalitas Wisatawan diukur berdasarkan 7 item indikator. Lebih lanjut, indikator pengukuran variabel diuraikan pada Tabel 1. Adapun, model konseptual yang diuji pada penelitian ini disajikan pada Figur 1.

Tabel 1. Indikator Pengukuran Variabel

Indikator Pengukuran Variabel	Sumber Referensi
Cleanliness C1. Kebersihan lingkungan hotel/homestay C2. Ketersediaan tempat sampah C3. Kebersihan area umum di hotel/homestay C4. Ketersediaan fasilitas cuci tangan/hand sanitizer Healthy H1. Kondisi sirkulasi udara H2. Penerapan protokol kesehatan standar H3. Penerapan praktik keamanan pangan Safety S1. Ketersediaan alat pemadam kebakaran S2. Ketersediaan jalur evakuasi S3. Ketersediaan petugas keamanan S4. Ketersediaan CCTV di area publik Environmental Sustainability E1. Pengolahan sampah yang ramah lingkungan E2. Penggunaan bahan ramah lingkungan E3. Kondisi lingkungan hotel/homestay yang hijau E4. Efisien penggunaan sumber air dan energi untuk keseimbangan ekosistem	(Kemenparekraf, 2020; Diarta and Sukendar, 2021)
Kepuasan Wisatawan GS1. Pemenuhan harapan GS2. Puas dengan layanannya	(Assaker, O'Connor and El-Haddad, 2020)

Indikator Pengukuran Variabel	Sumber Referensi
GS3. Sepadan dengan waktu dan uang yang dikeluarkan GS4. Kepuasan secara keseluruhan	
Loyalitas Wisatawan GL1. Pengalaman menginap di hotel/homestay sangat berarti GL2. Pengalaman menginap di hotel/homestay ini lebih menyenangkan dibandingkan menginap di akomodasi lainnya GL3. Sangat suka menginap di hotel/homestay ini GL4. Kesediaan untuk mengatakan hal-hal positif tentang hotel/homestay ini kepada orang lain GL5. Kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menginap di hotel/homestay ini GL6. Kesediaan untuk menginap lagi di hotel/homestay jika ada kesempatan di kemudian hari G7. Telah tinggal di hotel/homestay ini lebih dari sekali	(Roy et al., 2014; Kharouf et al., 2019)



Figur 1. Model Konseptual Penelitian

Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares* (PLS) - *Structural Equation Model* (SEM) dengan program Smart-PLS. PLS-SEM digunakan untuk menguji model pengukuran dan model struktural dengan pertimbangan tujuan penelitian untuk pengembangan dan prediksi model (Dash & Paul, 2021). Uji outer model atau model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Validitas diuji berdasarkan nilai *loading factor* dan nilai AVE, hasilnya harus menunjukkan >0,5 untuk loading faktor dan AVE. adapun untuk reliabilitas dinilai berdasarkan nilai Cronbach Alpha dan *Composite Reliability* (CR) > 0,7. Sedangkan uji inner model atau model struktural digunakan untuk mengukur seberapa baik model yang diusulkan berdasarkan nilai R-square. Selanjutnya pengujian hipotesis dilihat dari jalur hasil koefisien dan *p-value* (Ghozali, 2017).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Evaluasi Outer Model

Tabel 2. Hasil Uji Outer Model

Variabel	Item	Loading factor	Cronbach Alpha	CR	AVE	Keterangan
CHSE	C1	0,754	0,938	0,945	0,538	Valid dan reliabel
	C2	0,841				
	C3	0,797				

Variabel	Item	Loading factor	Cronbach Alpha	CR	AVE	Keterangan
	C4	0,684				
	H1	0,762				
	H2	0,778				
	H3	0,694				
	S1	0,719				
	S2	0,774				
	S3	0,753				
	S4	0,735				
	E1	0,689				
	E2	0,766				
	E3	0,525				
	E4	0,678				
Kepuasan Wisatawan	KW1	0,813	0,833	0,888	0,666	Valid dan reliabel
	KW2	0,831				
	KW3	0,799				
	KW4	0,820				
Loyalitas Wisatawan	LW1	0,725	0,869	0,899	0,562	Valid dan reliabel
	LW2	0,739				
	LW3	0,784				
	LW4	0,766				
	LW5	0,824				
	LW6	0,781				
	LW7	0,607				

Source: data diolah, 2024

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Diskriminan

Validitas Diskriminan	CHSE	Kepuasan Wisatawan	Loyalitas Wisatawan
CHSE	0,733		
Kepuasan Wisatawan	0,697	0,816	
Loyalitas Wisatawan	0,579	0,800	0,749

Source: data diolah, 2024

Hasil menunjukkan bahwa semua item pada variabel CHSE, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Wisatawan memiliki nilai *loading factor* > 0,50 dan nilai AVE > 0,50 sehingga memenuhi kriteria *convergent validity* (Faizah et al., 2022; Marliana, 2019; Nugroho et al., 2014). Adapun, nilai Cronbach Alpha pada tiap variabel > 0,70 dan nilai CR > 0,70 dengan demikian memenuhi kriteria untuk *reliability* (Dash & Paul, 2021). Lebih lanjut, hasil juga menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE lebih besar dari nilai korelasi antar variabel sehingga memenuhi kriteria untuk validitas diskriminan (Widarjono, 2015). Dengan demikian, hasil evaluasi *outer model* memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, hasilnya terbukti valid dan reliabel.

4.2 Evaluasi Inner Model

Tabel 4. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square
Kepuasan Wisatawan	0,486
Loyalitas Wisatawan	0,641

Source: data diolah, 2024

Evaluasi *inner model* digunakan untuk memahami sejauh mana model konseptual yang diajukan cocok dengan data empiris yang telah dikumpulkan dengan pendekatan nilai R-square (Widarjono, 2015). Hasil pada tabel 3 menunjukkan bahwa variabel eksogen dalam model penelitian yaitu CHSE mampu menjelaskan variabel Kepuasan Wisatawan sebesar 48,6%. Adapun variabel CHSE dan Kepuasan Wisatawan mampu menjelaskan variabel Loyalitas Wisatawan sebesar 64,1%. Merujuk pada hasil tersebut, menunjukkan bahwa model penelitian memenuhi kriteria penelitian sehingga model struktural layak untuk dilakukan uji hipotesis.

4.2 Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Path	β	T-Stat	P-Values	Keterangan
CHSE -> Kepuasan	0,697	10,480	0,000**	H1 diterima
CHSE -> Loyalitas	0,040	0,279	0,780^{ns}	H2 tidak didukung
Kepuasan -> Loyalitas	0,772	8,824	0,000**	H3 diterima
CHSE -> Kepuasan -> Loyalitas	0,538	5,650	0,000**	H4 diterima

Source: data diolah, 2024

Besarnya koefisien parameter untuk variabel CHSE terhadap Kepuasan Wisatawan sebesar 0,697 dengan p-value 0,000 yang berarti terdapat pengaruh positif (H1 didukung). Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa semakin bersih lingkungan hotel atau *homestay* akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Jika hotel atau *homestay* menerapkan standar protokol kesehatan maka akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Adapun semakin aman lingkungan hotel atau *homestay* maka akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Selanjutnya, jika hotel atau *homestay* menjaga kelestarian lingkungan maka akan semakin meningkatkan kepuasan wisatawan. Peningkatan satu satuan pada variabel CHSE akan meningkatkan Kepuasan Wisatawan sebesar 69,7%. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa penerapan kebijakan CHSE berdampak positif terhadap kepuasan pengunjung objek wisata (Arlinda & Sulistyowati, 2021; Suci & Batubara, 2022).

Lebih lanjut, besarnya koefisien parameter untuk variabel CHSE terhadap Loyalitas Wisatawan sebesar 0,040 dengan p-value 0,780 (H2 tidak didukung). Pada konteks penelitian ini, kualitas pelayanan berbasis CHSE tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan loyalitas wisatawan. Pada penelitian ini, CHSE tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas wisatawan. Pada riset terdahulu ditemukan bahwa wisatawan justru menganggap bahwa CHSE membatasi aktivitas wisatanya di objek wisata, tetapi karena merupakan kewajiban yang harus dijalankan objek wisata agar diizinkan beroperasi maka pengunjung mematuhinya (Diarta & Sukendar, 2021). Pada konteks wisatawan luar daerah yang menginap di penyedia jasa akomodasi tersertifikasi CHSE, ditemukan hasil bahwa CHSE tidak mempengaruhi loyalitas

wisatawan.

Lebih lanjut, variabel Kepuasan Wisatawan dibuktikan berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Wisatawan (H3 didukung). Hasil menunjukkan bahwa besarnya koefisien parameter untuk variabel Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan sebesar 0,772 dengan p-value 0,000. Berdasarkan hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin puas wisatawan maka akan semakin meningkatkan loyalitas wisatawan. Peningkatan satu satuan pada variabel Kepuasan Wisatawan akan meningkatkan Loyalitas Wisatawan sebesar 77,2%. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kepuasan wisatawan akan meningkatkan loyalitas wisatawan (Alketbi et al., 2020; Assaker et al., 2020; Keshavarz & Ali, 2015; Novitaningtyas et al., 2020; Winarno, 2019). Dengan demikian, wisatawan yang puas akan cenderung bersedia menginap kembali ke hotel atau *homestay* dan bersedia merekomendasikan untuk menginap di hotel atau *homestay* tersebut kepada wisatawan lainnya.

Adapun, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung dari CHSE terhadap Loyalitas Wisatawan dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan. Hasil menunjukkan bahwa besarnya koefisien parameter untuk variabel Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan sebesar 0,538 dengan p-value 0,000 (H4 didukung). Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kepuasan akan memediasi pengaruh dari kualitas layanan terhadap loyalitas wisatawan (Hung et al., 2021; Keshavarz & Ali, 2015; Maroco & Maroco, 2013). Pada penelitian ini, kualitas layanan berbasis CHSE yang diterapkan oleh penyedia jasa akomodasi di sekitar kawasan Candi Borobudur dapat memuaskan wisatawan, dan selanjutnya meningkatkan loyalitas wisatawan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada konteks wisatawan luar daerah yang menginap di hotel atau *homestay* yang berlokasi di sekitar kawasan Candi Borobudur, ditemukan adanya pengaruh dari penerapan kebijakan CHSE terhadap perilaku wisatawan. Hotel atau *homestay* yang memberikan layanan berbasis CHSE dan telah tersertifikasi CHSE akan memuaskan tamu atau wisatawan yang menginap. Selanjutnya, jika wisatawan merasa puas, maka mereka akan menjadi wisatawan yang loyal. Walaupun CHSE tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas wisatawan, tetapi CHSE berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas wisatawan dengan dimediasi oleh kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, wisatawan harus dipastikan merasa puas terlebih dahulu terhadap pelayanan berbasis CHSE sehingga mereka akan berperilaku loyal. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka kebijakan CHSE yang diterapkan oleh Pemerintah sudah tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan industri pariwisata dan mampu mempengaruhi perilaku wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola hotel dan *homestay* khususnya di kawasan wisata Candi Borobudur dan sekitarnya untuk mendapatkan sertifikasi CHSE agar mampu memuaskan wisatawan yang menginap dan meningkatkan loyalitasnya.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kebijakan CHSE pada usaha jasa akomodasi di sektor pariwisata dapat mempengaruhi perilaku wisatawan yang berasal dari luar daerah. Jika pelaku usaha jasa akomodasi menerapkan sertifikasi CHSE maka kondisi ini akan membuat wisatawan puas terhadap pelayanan yang diberikan, dan pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas wisatawan. Wisatawan yang puas dan loyal akan bersedia menginap kembali, bersedia berbagi pengalaman positif selama menginap, dan bersedia merekomendasikan kepada orang

lain. Memiliki wisatawan yang setia dan menjalin hubungan baik jangka panjang dengan wisatawan dapat meningkatkan keuntungan dan mendukung keberlangsungan usaha. Hasil menunjukkan bahwa dalam konteks wisatawan luar daerah penting untuk memastikan wisatawan merasa puas supaya dapat menciptakan perilaku yang loyal. Jika wisatawan loyal, maka di kemudian hari mereka akan mempertimbangkan untuk kembali berwisata dan bersedia menggunakan jasa akomodasi yang sudah tersertifikasi CHSE.

Hasil tersebut memberikan implikasi manajerial bagi pengelola jasa akomodasi untuk menerapkan sertifikasi CHSE (bagi yang belum bersertifikat CHSE), kemudian meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan penyampaian informasi mengenai CHSE kepada wisatawan (bagi yang sudah bersertifikat CHSE). Hasil penelitian ini juga memberikan implikasi bagi pengambil kebijakan seperti dinas pariwisata setempat untuk secara berkala melakukan sosialisasi tentang pentingnya sertifikasi CHSE kepada para pemilik usaha pariwisata agar mereka yang belum tersertifikasi dapat segera mengajukan sertifikasi CHSE. Sementara itu, temuan penelitian ini mungkin terbatas pada konteks layanan akomodasi di sektor pariwisata dan belum dapat digeneralisasikan pada populasi atau *setting* yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengkajinya dalam konteks lain, misalnya bisnis perjalanan, restoran, atau tempat wisata. Selain itu, penelitian ini belum mengelompokkan layanan akomodasi berdasarkan kategorinya. Hasil penelitian pada satu hotel atau jaringan hotel mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke semua hotel. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat menguji pengaruh CHSE terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan pada kategori akomodasi tertentu atau melakukan studi perbandingan pengaruh pada setiap kategori akomodasi.

Acknowledgments

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Tidar atas dukungan pendanaan yang diberikan, kepada pengelola hotel dan *homestay* di kawasan Candi Borobudur dan wisatawan sebagai responden, serta seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian.

Daftar Pustaka

Al-Msallam, S., & Alhaddad, A. (2016). Customer Satisfaction and Loyalty in the Hotel Industry: the Mediating Role of Relationship Marketing (PLS Approach). *Journal of Research in Business and Management*, *4*(July), 32–42.

Alketbi, S., Alshurideh, M., & Kurdi, B. Al. (2020). the Influence of Service Quality on Customers ' Retention and Loyalty in the UAE Hotel Sector With Respect To the Impact of Customer ' Satisfaction , Trust , and Commitment : A Qualitative Study. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, *17*(4), 541–561.

Amelia, R. (2020). *Standar CHSE Bangkitkan Pariwisata dan Ekonomi Indonesia*. http://rdk.fidkom.uinjkt.ac.id/index.php/2020/12/04/standar-chse-bangkitkan-pariwisata-dan-ekonomi-indonesia/

Arlene, M. (2020). MICE Tourism During Covid-19 and Future Directions for the New Normal. *Asia Pacific International Events Management Journal*, *2*(1), 11–17.

Arlinda, F., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Penerapan Program Adaptasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety , Environment) terhadap Kepuasan Pengunjung Destinasi Wisata Kabupaten Kediri di Era New Normal serta Dampaknya pada Pengembangan

Ekonomi Pariwisata & Industri Kreatif. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *9*(3), 1404–1416. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40351

Assaker, G., O'Connor, P., & El-Haddad, R. (2020). Examining an Integrated Model of Green Image, Perceived Quality, Satisfaction, Trust, and Loyalty in Upscale Hotels. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, *29*(8), 934–955. https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1751371

Carev, D. (2008). Guest satisfaction & guest loyalty: Study for hotel industry. *Management*, *November*.

Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, *173*(June). https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092

Diarta, I. K. S., & Sukendar, N. made C. (2021). Pengaruh Atribut, Implementasi CHSE, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Agrowisata Taman Edelweiss Karangasem Bali. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, *10*(2), 512–531.

Faizah, O. A., Suparti, S., & Hoyyi, A. (2022). Analisis Technology Acceptance Model Pada Aplikasi Platform Shopee Dengan Pendekatan Partial Least Square (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Gaussian*, *10*(4), 532–543. https://doi.org/10.14710/j.gauss.v10i4.33100

Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM Edisi 7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Górska-Warsewicz, H., & Kulykovets, O. (2020). Hotel brand loyalty—A systematic literature review. In *Sustainability*. mdpi.com. https://www.mdpi.com/741114

Guridno, E., & Guridno, A. (2020). Covid-19 Impact: Indonesia Tourism in New Normal Era. *International Journal of Management and Humanities*, *4*(11), 31–34. https://doi.org/10.35940/ijmh.k1049.0741120

Hung, V. V., Dey, S. K., Vaculcikova, Z., & Anh, L. T. H. (2021). The influence of tourists' experience on destination loyalty: A case study of hue city, vietnam. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(16). https://doi.org/10.3390/su13168889

Juliana, J., Pramezwary, A., Madeline, M., Valerie, N., Andrian, S. T., & Ventyani, V. (2021). Investigating Impact of Service and Hygiene on Hotel Reputation During the Covid - 19 Pandemic : a Perspective Signaling Theory. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, *7*(2), 72–81. https://doi.org/10.30813/jhp.v7i2.2734

Kemenparekraf. (2020). Model dan Proses Verifikasi & Sertifikasi CHSE. In *Model dan Proses Verifikasi & Sertifikasi CHSE* (pp. 1–9). Kemenparekraf.

Keshavarz, Y., & Ali, M. H. (2015). The Service Quality Evaluation on Tourist Loyalty in Malaysian Hotels by the Mediating Role of Tourist Satisfaction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, *6*(3), 680–686. https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3s2p680

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1* (12th ed.). Indeks.

Madani, A., Boutebal, S. E., Benhamida, H., & Bryant, C. R. (2020). The Impact of COVID-19 Outbreak on the Tourism Needs of the Algerian Population. *Sustainability*, *12*(21), 1–11. https://doi.org/10.3390/su12218856

Marliana, R. R. (2019). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, *16*(2), 174. https://doi.org/10.20956/jmsk.v16i2.7851

Maroco, A. L., & Maroco, J. (2013). Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in 4- and 5-star hotels. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, *4*(3), 119–145.

Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, *9*(1), 28–36.

Novitaningtyas, I., Verawati, D. M., & Achsa, A. (2021). Examining a model of tourist loyalty in homestay tourism village balkondes Borobudur area in the new normal period. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, *14*(2), 179–196.

Novitaningtyas, I., Verawati, D. M., Ratnawati, S., Atmaja, H. E., & Priyono, N. (2020). Antecedents of Guest Loyalty in Virtual Hotel Operator. *Proceedings Ofthe International Conference OfBusiness, Economy, Entrepreneurship and Management (ICBEEM 2019)*, *Icbeem 2019*, 49–56. https://doi.org/10.5220/0009958800490056

Nugroho, A. R., Masduqi, A., & Otok, B. W. (2014). Aplikasi Partial Least Square Structural Equation Modelling Untuk Menilai Faktor Pencemaran Air Kali Surabaya. *Jurnal Purifikasi*, *14*(2), 136–148. https://doi.org/10.12962/j25983806.v14.i2.19

Rahardjo, B., Novitaningtyas, I., Ikhwan, K., & Giovanni, A. (2022). *Fundamental Bisnis*. Gapura Publishing.

Rahma, V. S., & Arvianti, G. F. (2020). The Impacts of Covid-19 Pandemic in Indonesia and China'S Hotel Industry: How To Overcome It? *Jelajah: Journal Tourism and Hospitality*, *2*(1), 2020. https://www.worldometers.info/coronavirus/?#countries

Roy, S. K., Butaney, G., Sekhon, H., & Butaney, B. (2014). Word-of-mouth and viral marketing activity of the on-line consumer: the role of loyalty chain stages theory. *Journal of Strategic Marketing*, *22*(6), 494–512. https://doi.org/10.1080/0965254X.2014.885990

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Suci, W., & Batubara, R. P. (2022). Penerapan Sertifikat CHSE Terhadap Kepuasan Pengunjung di Devoyage Bogor. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, *4*(2), 92. https://doi.org/10.37253/altasia.v4i2.6807

Suhartanto, D., Muflih, M., Najib, M. F., & Faturohman, I. (2020). Loyalty formation toward Halal food: integrating the quality–loyalty model and the religiosity–loyalty model. *British Food Journal*. https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2019-0188

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Penerbit Andi.

Utama, I. G. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi.

Widarjono, A. (2015). *Analisis Multivariat Terapan Dengan Program SPSS, AMOS, dan SMARTPLS Edisi Kedua*. UPP STIM YKPN.

Winarno, S. H. (2019). Determinan Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Hotel Syariah di Jakarta (Studi Pada Sofyan Hotel Betawi). *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, *6*(1), 80. https://doi.org/10.31289/jkbm.v6i1.2984

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/)

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kompensasi, dan *Work-Life Balance* terhadap *Labor Turnover* (Studi pada CV Rinjani)

Feby Azhar Awan, Rama Chandra Jaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun,
Penulis Korespondensi: febyzhr07@student.inaba.ac.id
rama.chandra@inaba.ac.id

Article Information:
Received: June 11, 2024, Accepted: June 18, 2024, Published: June 20, 2024

Abstract:

This research examines the influence of education level, compensation and work-life balance on labor turnover at CV Rinjani. This research uses multiple linear regression analysis and involves a population of 50 employees. Labor turnover is the dependent variable, while the independent variables are education level, compensation, and work-life balance. The dimensions of labor turnover encompass intention to quit, job search activities, and contemplating resignation. Educational level is categorized into three dimensions: level of education, alignment with one's major, and competency. The dimensions of compensation consist of financial and non-financial rewards. Work-life balance dimensions include work interference with personal life, personal life interference with work, personal life-enhancing work, and work-enhancing personal life. Data collection was carried out using observation and questionnaires. Various statistical methods, such as partial hypothesis testing, simultaneous analysis, and coefficient of determination, should be used in the study. The research results show that the level of education partially influences labor turnover. Partial compensation does not affect labor turnover. Work-life balance partially influences labor turnover. Education level, compensation, and work-life balance simultaneously influence labor turnover.

Keywords: Education Level, Compensation, Work-Life Balance, Labor Turnover

1. Pendahuluan

Lingkungan bisnis global saat ini lebih kompetitif dan berkembang lebih cepat daripada sebelumnya, dengan kemajuan signifikan seperti perluasan layanan industri dan beragamnya kebutuhan masyarakat (Muttaqin & Saputro, 2023). Investasi pada pengembangan sumber daya manusia telah muncul sebagai strategi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif jangka panjang di tengah perubahan cepat di pasar global. Dalam menjalankan suatu bisnis, setiap perusahaan menetapkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, dan untuk mencapai hal tersebut perusahaan semakin mengandalkan kualitas sumber daya

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

manusianya (Rizky et al., 2023). Nurhidayant & Jaya (2024) berpendapat bahwa agar menghasilkan kinerja unggul, kualitas SDM harus senantiasa dikelola. Dengan memberikan pelatihan, pendidikan, dan peluang pengembangan karir, dunia usaha dapat meningkatkan kompetensi dan produktivitas karyawan, sehingga menghasilkan peningkatan kualitas produk dan layanan serta efisiensi operasional yang lebih besar. Menurut Manullang dalam (Ristanty, 2019), manajemen sumber daya manusia adalah seni dan ilmu dalam mengelola SDM untuk mencapai tujuan perusahaan dengan efisien serta meningkatkan semangat kerja.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi. Akibatnya, mereka sering kali mencari tenaga kerja dengan keterampilan dan kompetensi yang lebih tinggi untuk tetap relevan dan unggul di pasar global. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan labor turnover, karena karyawan yang tidak mampu memenuhi tuntutan tersebut mungkin digantikan oleh tenaga kerja yang lebih terampil. Labor turnover mengacu pada pergerakan pekerja atau karyawan yang bertransisi masuk atau keluar dari perusahaan tertentu untuk bergabung dengan organisasi lain (Handoko, 2015:14).Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *labor turnover*. Karyawan dengan pendidikan yang lebih tinggi biasanya memiliki keterampilan yang lebih baik dan peluang karier yang lebih luas, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk mencari pekerjaan baru yang menawarkan kompensasi dan kondisi kerja yang lebih baik. Mereka juga memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap perkembangan karier, dan jika perusahaan tidak dapat memenuhi harapan tersebut, mereka cenderung untuk berpindah ke tempat lain. Sebaliknya, karyawan dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah sering kali memiliki keterampilan yang lebih spesifik dan terbatas, sehingga mereka cenderung lebih stabil dalam pekerjaannya karena memiliki pilihan karier yang lebih sedikit. Senada dengan studi oleh Sudarnaya & Suartini (2023) yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Tingkat pendidikan sering kali disamakan dengan tingkat pendidikan karena kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama. Merupakan suatu tahapan dalam pendidikan yang ditentukan secara berurutan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, kompleksitas bahan ajar, dan metode penyajian materi tersebut (Ihsan, 2005:22).

Kompensasi memiliki pengaruh yang kuat terhadap *labor turnover* karena merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan kerja karyawan. Karyawan yang merasa bahwa mereka tidak dihargai secara memadai atau tidak dibayar sesuai dengan kontribusi dan keterampilan mereka cenderung mencari kesempatan di tempat lain yang menawarkan gaji dan manfaat yang lebih baik. Selain itu, ketidakpuasan terhadap kompensasi juga dapat menyebabkan penurunan motivasi, loyalitas, dan kinerja karyawan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan peningkatan *turnover*. Studi oleh Gani et al. (2022) mendukung pernyataan tersebut bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Studi lain Efitriana & Liana (2022) juga menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Kompensasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk balas jasa yang diberikan kepada pegawai sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi dan kerja mereka terhadap organisasi. Kompensasi ini dapat berupa imbalan finansial langsung atau tidak langsung, dan pengakuannya juga bisa bersifat tidak langsung (Enny, 2019:37).

Work-life balance memiliki dampak signifikan terhadap *labor turnover* karena karyawan yang merasa seimbang antara pekerjaan dan kehidupan pribadi cenderung lebih puas dan terikat dengan perusahaan. Perusahaan yang memperhatikan *work-life balance* cenderung memiliki

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

tingkat retensi karyawan yang lebih tinggi, karena mereka menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, memungkinkan karyawan untuk menjaga kesehatan fisik dan mental mereka, serta memberikan waktu untuk keluarga dan kegiatan di luar pekerjaan. Sebaliknya, ketidakseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi dapat menyebabkan stres, kelelahan, dan ketidakpuasan kerja, yang sering kali merupakan faktor pendorong utama dalam keputusan karyawan untuk meninggalkan perusahaan. Senada dengan studi oleh Fauzi et al. (2023) yang menyatakan bahwa *work-life balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Studi lain oleh Aga (2023) menegaskan bahwa *work-life balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. *Work-life balance* melibatkan pengelolaan waktu seseorang secara efektif antara aktivitas pribadi, keluarga, teman, agama, dan karier. Keseimbangan ini membantu meminimalkan kesenjangan antara kehidupan profesional dan pribadi (Hudson, 2015:3).

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Labor Turnover

Labor turnover mengacu pada pergerakan pekerja atau karyawan yang bertransisi masuk atau keluar dari perusahaan tertentu untuk bergabung dengan organisasi lain (Handoko, 2015:14). Hasibuan (2019:87) menyatakan bahwa pergantian karyawan, juga dikenal sebagai *labor turnover*, melibatkan analisis arus masuk dan keluar karyawan dalam suatu perusahaan. Sedangkan menurut Bakry (2017:119), perputaran tenaga kerja atau *labor turnover* mengacu pada karyawan yang meninggalkan perusahaan mereka saat ini untuk bekerja di organisasi lain.

2.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan sering kali disamakan dengan tingkat pendidikan karena kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama. Merupakan suatu tahapan dalam pendidikan yang ditentukan secara berurutan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, kompleksitas bahan ajar, dan metode penyajian materi tersebut (Ihsan, 2005:22).

Menurut Relza dalam Lisnawati & Wijaya (2024), tingkat pendidikan mengacu pada upaya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang secara keseluruhan dan kemampuan menggunakan penalaran untuk mengambil keputusan yang berkontribusi pada keberhasilan pencapaian tujuan.

Sebagaimana dikemukakan oleh Sikula dalam Mangkunegara (2009:50), tingkat pendidikan memerlukan proses jangka panjang yang terstruktur dan sistematis yang melaluinya personel manajerial memperoleh pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan yang luas.

2.3. Kompensasi

Kompensasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk balas jasa yang diberikan kepada pegawai sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi dan kerja mereka terhadap organisasi. Kompensasi ini dapat berupa imbalan finansial langsung atau tidak langsung, dan pengakuannya juga bisa bersifat tidak langsung (Enny, 2019:37).

Menurut Hasibuan (2019:113), kompensasi mencakup seluruh penghasilan yang diterima karyawan, baik dalam bentuk uang maupun barang, langsung maupun tidak langsung, termasuk imbalan atau jasa yang diberikan kepada perusahaan.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Kompensasi merupakan imbalan atas usaha atau jasa yang diberikan oleh karyawan. Ini mewakili total paket yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan sebagai imbalan atas pemanfaatan layanan karyawan (Daniyati et al., 2021).

Sastrohadiwiryo menyatakan bahwa kompensasi adalah penghargaan atau balas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai imbalan atas kontribusi tenaga dan pikiran mereka untuk kemajuan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Hidayat et al., 2021).

2.4. Work-Life Balance

Work-life balance melibatkan pengelolaan waktu seseorang secara efektif antara aktivitas pribadi, keluarga, teman, agama, dan karier. Keseimbangan ini membantu meminimalkan kesenjangan antara kehidupan profesional dan pribadi (Hudson, 2015:3).

Menurut Ganapathi (2016), *work-life balance* mengacu pada kapasitas individu untuk menyelaraskan tuntutan pekerjaannya dengan kebutuhan pribadi dan keluarganya. Menurut Pangemanan et al. (2017), *work-life balance* mengacu pada sejauh mana seorang individu merasa puas dalam mengelola seluruh peran kehidupan baik di dalam maupun di luar pekerjaan.

2.5. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan berbagai sumber referensi, termasuk penelitian yang sudah ada untuk menyempurnakan literatur guna membandingkan bagaimana pengaruh tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* terhadap *labor turnover*

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Turnover Intention pada Perusahaan Tambang di Kalimantan	Gani et al. (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi dan lingkungan kerja secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap *turnover intention*	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas kompensasi dan variabel terikat *turnover* **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas lingkungan kerja serta tempat penelitian
2	Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Gaya Kepemimpinan terhadap Turnover Intention (Studi pada	Efitriana & Liana (2022)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi, lingkungan kerja,	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas dan variabel terikat, yaitu

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Yamaha Mataram Sakti Semarang)		dan gaya kepemimpinan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap *turnover intention*	kompensasi dan *turnover* **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas, yaitu lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan serta terdapat perbedaan pada tempat penelitian
3	Pengaruh Work Life Balance dan Stress Kerja terhadap Turnover Intention Karyawan Perusahaan Djuanda Poultry Shop Tasikmalaya	Fauzi et al. (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *work life balance* dan stres kerja secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap *turnover intention*	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas *work life balance* serta variabel terikat *turnover* **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada tempat penelitian dan variabel bebas stres kerja
4	Pengaruh Work-Life Balance, Pengembangan Karier, dan Motivasi terhadap Turnover Intention di PT. Petro Jasa Energi	Aga (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa *work life balance*, pengembangan karier, dan motivasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap *turnover intention*	**Persamaan**: terdapat persamaan pada variabel bebas dan variabel terikat, yaitu *work life balance* dan *turnover* **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada variabel bebas, yaitu pengembangan karier dan motivasi. Perbedaan lainnya

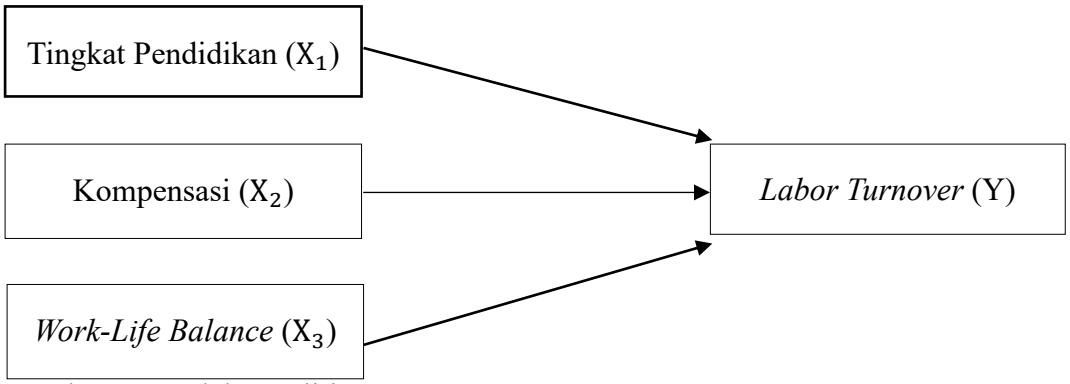
Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				dapat dilihat pada tempat penelitian
5	Pengaruh Pendidikan, Kepuasan Kerja, dan Masa Kerja terhadap Turnover pada PT Telkom Akses Singaraja	Sudarnaya & Suartini (2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan, kepuasan kerja, dan masa kerja secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifkan terhadap *turnover*	**Persamaan:** terdapat persamaan pada variabel bebas, yaitu pendidikan dan variabel terikat *turnover* **Perbedaan:** adapun perbedaannya dapat dilihat pada variabel bebas kepuasan kerja dan masa kerja serta tempat penelitian

Sumber: Google Scholar

2.6. Model Penelitian

Model penelitian berikut akan menunjukkan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen:



Gambar 1. Model Penelitian

2.7. Hipotesis

Untuk memberikan jawaban sementara terhadap penelitian ini, diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *labor turnover*;
2. Kompensasi berpengaruh terhadap *labor turnover*;
3. *Work-life balance* berpengaruh terhadap *labor turnover*; dan

3. Tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* berpengaruh terhadap *labor turnover*.

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian eksplanasi merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian eksplanatori adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi hipotesis peneliti (Sugiyono, 2019:224). Metode kuantitatif digunakan untuk tujuan deskriptif dan verifikatif dalam penelitian ini. Sugiyono menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi positivisme dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Ramadhani et al., 2024). Metode penelitian deskriptif menurut Sugiyono digunakan untuk mengetahui nilai variabel bebas, baik satu atau lebih, tanpa membandingkannya dengan variabel lain. Hasilnya dianalisis untuk menarik kesimpulan. Sedangkan penelitian verifikasi menurut Sugiyono bertujuan untuk menguji teori dan menghasilkan metode ilmiah, menentukan status suatu hipotesis dengan menyimpulkan diterima atau ditolak (Syahputra et al., 2023).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV Rinjani. Sampel yang dipilih berjumlah 50 responden, dengan menggunakan metode sampling jenuh atau sensus. Jika populasinya kecil, maka digunakan metode sampel jenuh, yaitu seluruh anggota populasi dijadikan sampel, Sugiyono dalam (Adiputra, 2021:127). Karenanya, terdapat 50 responden untuk ukuran sampel penelitian ini.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terhadap empat variabel kunci yaitu tingkat pendidikan, kompensasi, *work-life balance*, dan *labor turnover* digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Kuesioner menggunakan Skala Likert, dimana responden diminta menilai variabel-variabel tersebut dengan penilaian sebagai berikut: 1 artinya sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel-variabel yang berkaitan dengan tingkat pendidikan, kompensasi, *work-life balance*, dan *labor turnover* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
Labour Turnover (Y)	*Labor turnover* mengacu pada pergerakan pekerja atau	*Intention to quit* (niat untuk keluar)	Jabatan yang di emban tidak mempengaruhi niat untuk berpindah kerja di tempat lain	1	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
	karyawan yang bertransisi masuk atau keluar dari perusahaan tertentu untuk bergabung dengan organisasi lain (Handoko, 2015:14).	*Job Search* (pencarian pekerjaan)	Usia saat ini tidak memiliki niat untuk berpindah tempat kerja	2	
			Merasa puas dengan pekerjaan yang sedang dijalani	3	
			Merasa sudah aman dan tenang bekerja di lingkungan kerja yang dinamis	4	
			Kewajiban hak yang diterima sesuai dengan harapan	5	
			Merasa puas dengan upah yang didapat	6	
			Merasa peluang pekerjaan diluar tidak lebih menarik dibandingkan tempat kerja saya sekarang	7	
		Thinking of quit (memikirkan untuk keluar)	Berkomitmen dengan perusahaan saat ini dalam jangka waktu yang lama	8	
Tingkat Pendidikan (X_1)	Tingkat pendidikan sering kali disamakan dengan tingkat	Jenjang Pendidikan	Karyawan wajib mengikuti Pendidikan formal 9 tahun SD-SMP	1 2	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
	pendidikan karena kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama. Merupakan suatu tahapan dalam pendidikan yang ditentukan secara berurutan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, kompleksitas bahan ajar, dan metode penyajian materi tersebut (Ihsan, 2005:22).	Kesesuaian Jurusan	Karyawan harus melakukan pendidikan lanjutan ke tingkat menegah atas agar bisa bekerja	3	
			Karyawan harus meneruskan pendidikan perguruan tinggi untuk bisa lanjut bekerja	4	
			Pendidikan formal membuat kualitas kerja lebih baik	5	
			Pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi jabatan	6	
		Kompetensi	Jurusan pendidikan harus esuai dengan pekerjaan	7	
			Pekerjaan yang ditekuni sesuai dengan pendidikan terakhir	8	
			Dengan pendidikan yang lebih pengetahuan tentang pekerjaan menjadi lebih luas	9	
			Pelatihan diluar sekolah membuat diri semakin terampil dalam bekerja		

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
			Pelatihan diluar sekiolah membantu mendapatkan pekerjaan yang lebih baik	10	
Kompensasi (X_2)	Kompensasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk balas jasa yang diberikan kepada pegawai sebagai bentuk penghargaan atas kontribusi dan kerja mereka terhadap organisasi. Kompensasi ini dapat berupa imbalan finansial langsung atau tidak langsung, dan pengakuannya juga bisa bersifat tidak langsung (Enny, 2019:37)	Upah dan Gaji Tunjangan Fasilitas Bonus	Gaji yang diterima sesuai dengan harapan Perusahaan memberikan tunjangan (hari tua, pakaian dinas, dan lain lain Perusahaan memberikan cuti (hari besar sesuai aturan pemerintah, cuti hamil, dan lain-lain) Perusahaan memberikan penghargaan atas pencapaian di tempat bekerja Perusahaan memberikan pekerjaan yang menarik Perusahaan memberikan bonus sesuai dengan peraturan atas pencapaian kerja	1 2 3 4 5 6	Ordinal
Work Life Balance (X_3)	*Work-life balance* melibatkan pengelolaan	*Work Interference with*	Bekerja tidak lebih dari 8 jam dalam sehari	1	Ordinal

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuisioner	Skala
	waktu seseorang secara efektif antara aktivitas pribadi, keluarga, teman, agama, dan karier. Keseimbangan ini membantu meminimalkan kesenjangan antara kehidupan profesional dan pribadi (Hudson, 2015:3).	*Personal Life*	Bekerja tidak lebih dari 5 hari dalam seminggu	2	
			Tidak mengabaikan kebutuhan pribadi meski terdapat tuntutan pekerjaan	3	
			Menyisihkan waktu diluar jam kerja dengan baik untuk beraktivitas bersama orang terdekat	4	
		Personal Life Interference with Work	Selalu bersemangat untuk melakukan banyak hal setelah pulang bekerja	5	
			Waktu bekerja tidak membatasi waktu untuk kehidupan pribadi	6	
		Personal Life Enhancement of Work	Kepentingan pribadi sering membuat pekerjaan terganggu	7	
			Merasa senang akan kehidupan pribadi dan pekerjaa yang sedang dijalani	8	

Sumber: Data diolah 2024

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

3.5. Teknik Analisis

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini menunjukkan kontribusi setiap variabel independen terhadap variabel dependen dan menentukan hubungan positif atau negatif di antara mereka. Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon}$$

Di mana:
Y = *Labor Turnover*
α = Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi
X_1 = Tingkat Pendidikan
X_2 = Kompensasi
X_3 = *Work-Life Balance*

3.6. Pengujian Hipotesis

Uji Parsial

Ghozali menjelaskan, uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Hal ini dilakukan dengan menilai nilai signifikansi (Sig). Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan jika nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05 (Darmawan & Muttaqin, 2023).

Uji Simultan

Uji F perlu dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana setiap variabel mempengaruhi keseluruhan variabel dependen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi (Sig). Jika nilai signifikansi (Sig) kurang dari 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:98).

4. Hasil Penelitian

4.1. *Analisis Regresi Berganda*

Berikut ini adalah hasil analisis regresi berganda guna mengetahui pengaruh tingkat pendidikan (X_1), kompensasi (X_2), dan *work-life balance* (X_3) terhadap *labor turnover* (Y) pada CV Rinjani:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.554	1.526		-1.674	.101
	Tingkat Pendidikan	.403	.125	.393	3.224	.002
	Kompensasi	-.152	.206	-.103	-.738	.464
	Work Life Balance	.735	.137	.670	5.363	.000

a. Dependent Variable: Labour Turnover

Sumber: Data diolah 2024

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Berikut model persamaan yang diperoleh dari tabel koefisien regresi berganda di atas:

$$\mathbf{Y = -2.554 + 0.403\ X_1 - 0.152\ X_2 + 0.735\ X_3}$$

Berikut adalah interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut di atas:

1. Koefisien regresi *labor turnover* adalah -2.554, tetapi tidak signifikan secara statistik (p = 0.101). Ini berarti bahwa dalam kondisi ketika semua variabel independen memiliki nilai nol, prediksi nilai *labor turnover* adalah -2.554, yang secara praktis tidak relevan karena tidak signifikan secara statistik.
2. Koefisien regresi tingkat pendidikan adalah 0.403 dengan t-value 3.224 dan p-value 0.002, yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki efek positif dan signifikan terhadap *labor turnover*. Artinya, setiap peningkatan satu unit pada tingkat pendidikan akan meningkatkan turnover tenaga kerja sebesar 0.403 unit.
3. Koefisien regresi kompensasi adalah -0.152 dengan t-value -0.738 dan p-value 0.464, menunjukkan bahwa kompensasi tidak memiliki efek yang signifikan terhadap *labor turnover*. Dengan kata lain, perubahan dalam kompensasi tidak secara signifikan mempengaruhi *labor turnover* dalam model ini.
4. Koefisien regresi *work-life balance* adalah 0.735 dengan t-value 5.363 dan p-value 0.000, menunjukkan bahwa *work-life balance* memiliki efek positif dan sangat signifikan terhadap *labor turnover*. Setiap peningkatan satu unit dalam *work-life balance* akan meningkatkan *labor turnover* sebesar 0.735 unit.

Untuk menilai dampak variabel independen terhadap variabel dependen, uji parsial dilakukan. Hipotesis uji parsial dirumuskan sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = 0$, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1: \beta_1 \neq 0$, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut pengambilan keputusannya:

1. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak
2. Jika nilai signifikansi > atau = 0,05 maka H_0 diterima

Hasil dari uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen mengarah pada kesimpulan berikut:

1. Tingkat Pendidikan (X_1) terhadap *Labor Turnover* (Y)

   Nilai p-value 0.002 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap *labor turnover* pada tingkat signifikansi 0.05 ($p < 0.05$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian,, semakin tinggi tingkat pendidikan tenaga kerja, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan *turnover*.

2. Kompensasi (X_2) terhadap *Labor Turnover* (Y)

   Nilai p-value 0.464 menunjukkan bahwa kompensasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *labor turnover* pada tingkat signifikansi 0.05 ($p > 0.05$). Ini berarti H_0 ditolak dan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

H_1 diterima. Dengan demikian, perubahan dalam kompensasi tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan tenaga kerja untuk meninggalkan perusahaan.

3. *Work-Life Balance* (X_3) terhadap *Labor Turnover* (Y)

   Nilai p-value 0.000 menunjukkan bahwa *work-life balance* berpengaruh sangat signifikan terhadap *labor turnover* pada tingkat signifikansi 0.05 ($p < 0.05$). Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, semakin baik *work-life balance* yang dirasakan oleh tenaga kerja, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan *turnover*. Hal ini mungkin disebabkan oleh tenaga kerja yang merasa lebih percaya diri untuk mencari pekerjaan baru yang juga menawarkan *work-life balance* yang baik.

Selain melakukan uji parsial, uji simultan juga dilakukan untuk mengevaluasi dampak simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk tujuan ini dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	799.927	3	266.642	105.236	.000[b]
	Residual	116.553	46	2.534		
	Total	916.480	49			

a. Dependent Variable: Labour Turnover
b. Predictors: (Constant), Work Life Balance, Kompensasi, Tingkat Pendidikan

Sumber: Data diolah 2024

Adapun rumusan hipotesis uji simultan adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_1: \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah pengambilan keputusannya:

a. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak

b. Jika nilai signifikansi > atau = 0,05 maka H_0 diterima

Hasil uji F di atas menunjukkan bahwa model regresi yang mencakup variabel independen tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan variabilitas dalam *labor turnover*. Dengan p-value (Sig.) sebesar 0.000 berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut secara statistik signifikan pada tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, model regresi ini dianggap valid untuk menjelaskan bagaimana tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* bersama-sama mempengaruhi *labor turnover*.

Langkah berikutnya adalah melakukan uji koefisien determinasi untuk mengevaluasi seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara bersamaan. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.934[a]	.873	.865	1.592

Sumber: Data diolah 2024

Hasil analisis koefisien determinasi di atas menunjukkan bahwa 87.3% dari variabilitas dalam *labor turnover* dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* yang mengindikasikan bahwa model regresi ini memiliki kemampuan penjelasan yang sangat baik terhadap variabel dependen.

4.2. Pembahasan

Pembahasan berikut berupaya menguraikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis:

1. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap *Labor Turnover*

   Berdasarkan hasil analisis regresi, tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *labor turnover*. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0.403 dengan nilai t sebesar 3.224 dan p-value 0.002, yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh secara signifikan terhadap *labor turnover* pada tingkat signifikansi 0.05. Koefisien positif ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seorang karyawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan *turnover*. Setiap peningkatan satu unit dalam tingkat pendidikan akan meningkatkan *labor turnover* sebesar 0.403 unit. Ini bisa disebabkan oleh fakta bahwa tenaga kerja dengan pendidikan lebih tinggi memiliki lebih banyak peluang kerja, harapan yang lebih tinggi terhadap kondisi kerja, dan keterampilan yang lebih baik, yang membuat mereka lebih cenderung untuk berpindah ke pekerjaan yang lebih sesuai dengan kualifikasi mereka atau menawarkan kondisi yang lebih baik. Temuan ini senada dengan studi oleh Sudarnaya & Suartini (2023) yang menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*.

2. Pengaruh Kompensasi terhadap *Labor Turnover*

   Berdasarkan hasil analisis regresi, kompensasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *labor turnover*. Hal ini diperkuat oleh koefisien regresi yang rendah, yaitu -0.152, dengan nilai t sebesar -0.738 dan p-value sebesar 0.464. Nilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa peningkatan dalam kompensasi tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan karyawan untuk meninggalkan pekerjaan mereka. Meskipun secara teoritis, peningkatan kompensasi dapat diharapkan untuk mengurangi tingkat *turnover* dengan meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa faktor-faktor lain mungkin lebih dominan dalam memengaruhi keputusan karyawan untuk tetap atau meninggalkan pekerjaan mereka. Dalam konteks praktis, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mungkin perlu mengevaluasi dan memperhatikan faktor-faktor non-moneternya seperti tingkat pendidikan, *work-life balance*, lingkungan kerja, dan pengembangan karier, sebagai strategi untuk mengurangi *labor turnover* selain hanya fokus pada peningkatan kompensasi. Temuan ini berbeda

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

dengan studi oleh Gani et al. (2022), yang menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Studi lain oleh Efitriana & Liana (2022) juga menyatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*.

3. Pengaruh *Work-Life Balance* terhadap *Labor Turnover*

   Jika hasil analisis regresi menunjukkan bahwa *work-life balance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *labor turnover*, ini menimbulkan fenomena paradoks yang menarik. Dalam konteks ini, nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa peningkatan dalam *work-life balance* secara signifikan meningkatkan kemungkinan karyawan untuk melakukan *turnover*. Hal ini mungkin terasa kontradiktif, karena biasanya *work-life balance* dianggap sebagai faktor yang berkontribusi pada kepuasan dan retensi karyawan. Namun, fenomena ini bisa menjadi cerminan dari situasi di mana karyawan yang merasa memiliki keseimbangan yang baik antara pekerjaan dan kehidupan pribadi cenderung lebih memilih untuk meninggalkan pekerjaan mereka saat ini untuk mencari kesempatan yang lebih baik atau lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. Mungkin ada faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan ini, seperti kebutuhan untuk pertumbuhan karier atau kebutuhan akan lingkungan kerja yang lebih mendukung. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis yang mendalam untuk memahami dinamika di balik hubungan yang kompleks ini dan mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengurangi tingkat *turnover*. Ini bisa melibatkan peninjauan ulang kebijakan dan praktik terkait *work-life balance*, serta upaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang mendukung dan mempromosikan kesejahteraan karyawan secara menyeluruh. Temuan ini senada dengan studi oleh Fauzi et al. (2023) yang menyatakan bahwa *work-life balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*. Studi lain oleh Aga (2023) menegaskan bahwa *work-life balance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *turnover*.

4. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kompensasi, dan *Work-Life Balance* terhadap *Labor Turnover*

   Apabila hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara simultan tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* memiliki pengaruh positif terhadap *labor turnover*, maka itu menunjukkan sebuah paradoks yang menarik dalam dinamika organisasi. Dalam konteks ini, nilai koefisien regresi yang positif untuk ketiga variabel independen menunjukkan bahwa peningkatan dalam tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* masing-masing akan meningkatkan kemungkinan karyawan untuk melakukan *turnover*. Fenomena ini bisa mencerminkan berbagai faktor, seperti harapan yang tidak terpenuhi dari karyawan yang memiliki kualifikasi pendidikan tinggi, harapan yang tinggi terhadap kompensasi, dan *work-life balance* yang memadai, serta kecenderungan generasi baru untuk mencari tantangan baru secara terus-menerus. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan perlu melakukan analisis menyeluruh untuk memahami akar penyebab dari dinamika ini. Ini bisa melibatkan pembaharuan kebijakan dan praktik manajemen sumber daya manusia, perbaikan dalam budaya perusahaan untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan karyawan, serta pengembangan strategi yang lebih holistik untuk meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengatasi tantangan *labor turnover* yang disebabkan oleh faktor-faktor kompleks seperti

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance*, sambil meningkatkan kesehatan organisasi secara keseluruhan.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil temuan dan analisis penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *labor turnover*. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seorang karyawan, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan turnover. Hasil ini menyoroti pentingnya memperhatikan faktor-faktor terkait tingkat pendidikan dalam upaya mengurangi tingkat *turnover* tenaga kerja. Oleh karena itu, CV Rinjani perlu memperhatikan strategi yang dapat meningkatkan keterlibatan dan retensi karyawan dengan memperhitungkan tingkat pendidikan mereka.
2. Kompensasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *labor turnover*. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa faktor-faktor lain di luar kompensasi mungkin juga memainkan peran dalam menentukan keputusan karyawan untuk tetap atau meninggalkan pekerjaan mereka. Oleh karena itu, sementara peningkatan dalam kompensasi mungkin tidak secara langsung mengurangi turnover, CV Rinjani masih perlu memperhatikan aspek-aspek lain seperti tingkat pendidikan dan *work-life balance*.
3. Meskipun secara umum *work-life balance* dianggap sebagai faktor yang mengurangi tingkat *turnover*, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan *work-life balance* justru meningkatkan kemungkinan karyawan untuk melakukan *turnover*. Fenomena ini menyoroti kompleksitas dalam dinamika organisasi, yang bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor individu dan situasional. Oleh karena itu, CV Rinjani perlu melakukan analisis yang lebih mendalam untuk memahami akar penyebab fenomena ini dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengelolanya, dengan memperhatikan kebutuhan unik dan preferensi karyawan.
4. Terdapat temuan yang mengungkapkan sebuah paradoks terkait hubungan antara tingkat pendidikan, kompensasi, *work-life balance* dengan *labor turnover*. Meskipun secara individual, peningkatan tingkat pendidikan, kompensasi, dan *work-life balance* secara positif dan signifikan berkorelasi dengan peningkatan *labor turnover*, fenomena ini menunjukkan dinamika kompleks dalam keputusan karyawan untuk tetap atau meninggalkan pekerjaan. CV Rinjani perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mendasari paradoks ini, serta mengembangkan strategi yang holistik untuk mengelola dan meminimalkan tingkat *turnover*, dengan memperhatikan kebutuhan unik dan dinamika di dalam organisasi mereka.

Referensi:

Adiputra, I. M. S., Trisnadewi, N. W., Oktaviani, N. P. W., Munthe, S. A., Hulu, V. T., Budiastutik, I., Faridi, A., Ramdany, R., Fitriani, R. J., Tania, P. O. A., Rahmiati, B. F., Lusiana, S. A., Susilawaty, A., Sianturi, E., & Suryana. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Aga, O. N. L. (2023). Pengaruh Work-Life Balance, Pengembangan Karier, dan Motivasi terhadap Turnover Intention di PT. Petro Jasa Energi. *JIM: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *2*(3), 243–249.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Bakry, U. S. (2017). *Dasar-Dasar Hubungan Internasional* (1st ed.). Jakarta: Kencana.

Daniyati, R. F., Dayona, G., & (Efi), N. A. S. (2021). Analisis Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Sutan Raja Hotel & Convention Centre Soreang – Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, *21*(1), 1–30.

Darmawan, R. A., & Muttaqin, R. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Divisi Pemasaran PT Fastrata Buana Cabang Cianjur). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(6), 2795–2805.

Efitriana, I., & Liana, L. (2022). Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Gaya Kepemimpinan terhadap Turnover Intention (Studi pada Yamaha Mataram Sakti Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, *5*(2), 182–188.

Enny, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: UBARA Manajemen Press.

Fauzi, Y., Rahwana, K. A., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Work Life Balance dan Stress Kerja terhadap Turnover Intention Karyawan Perusahaan Djuanda Poultry Shop Tasikmalaya. *Jurnal Visi Manajemen*, *9*(1), 16–32.

Ganapathi. (2016). Pengaruh Work-Life Balance terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi pada PT. Bio Farma Persero),. *Journal Bina Sarana Informatika*, *3*(1), 506–511.

Gani, N. A., Priharta, A., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Turnover Intention pada Perusahaan Tambang di Kalimantan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, *10*(2), 579–588.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Handoko, T. H. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Bandung: Pustaka Setia.

Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi 23). Jakarta: Bumi Aksara.

Hidayat, E. S., Dayona, G., & (Efi), N. A. S. (2021). Analisis Gaya Kepemimpinan Dan Kompensasi Terhadap Motivasi Karyawan Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Kerja (Survey Karyawan Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK). *JURNAL Indonesia Membangun*, *20*(3), 1–44.

Hudson. (2015). *The Case for Work Life Balance: Closing the Gap Between Policy and Practice*. Sydney: Hudson Highland Group, Inc.

Ihsan, F. (2005). *Dasar-dasar Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Lisnawati, & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Disiplin Kerja terhadap Produktivitas Karyawan Bagian Produksi di PT. Kahatex. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, *5*(2), 284–299.

Mangkunegara, A. P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Muttaqin, R., & Saputro, A. H. (2023). The Effect Of Job Description And Compensation On Employee Performance At PT Mettana, Bandung City. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *9*(4), 1440–1445.

Nurhidayant, A., & Jaya, R. C. (2024). Pengaruh Pengembangan Karir, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung): (Studi Pada Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Bandung) . *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(3), 1991–2000.

Pangemanan, F. L., Pio, R. J., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh Work-life Balance Dan Burnout Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *4*(2), 254–306.

Ramadhani, F. D., Jaya, R. C., Natigor, D. H., Karamang, E., & Muttaqin, R. (2024). The Influence of Work Performance Assessment and Leadership Style on Employee Loyalty with Job Satisfaction as an Intervening Variable at PT. XYZ West Java Regional Head Office Bandung. *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, *5*(3), 441–448.

Ristanty, E. R. (2019). Pengaruh Komitmen, Stres Kerja, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Outsourcing KPR BCA Soekarno Hatta. *Jurnal Indonesia Membangun*, *19*(2), 72–85.

Rizky, Y. I., Jaya, R. C., Mubarok, D. A. A., Herlinawati, E., & Ali, M. M. (2023). The Influence of Job Description, Job Training and Work Experience on Employee Productivity PT XYZ. *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, *5*(2), 224–231.

Sudarnaya, I. K., & Suartini, N. K. Y. (2023). Pengaruh Pendidikan, Kepuasan Kerja, dan Masa Kerja terhadap Turnover pada PT Telkom Akses Singaraja. *Jurnal Ganec Swara*, *17*(4), 1407–1414.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.

Syahputra, F. A. R., Jaya, R. C., & Mubarok, D. A. A. (2023). The Influence of Self-Esteem, Rewards, and Work Ethic on Productivity. *Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)*, *4*(6), 1140–1152.

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru SMP Negeri di Kota Palembang

Muhammad Sondi Hidayat[1], **Choiriyah**[2]

Universitas Muhammadiyah Palembang.
Penulis Korespondensi: Mochsondi@gmail.com[1],
choiyahmp@yahoo.co.id[2]

Informasi Artikel:
Received: 13 Juni 2024, Accepted: 19 Juni 2024, Published: 21 Mei 2024

Abstract

This research aims to determine the influence of the principal's leadership, work environment and work motivation together on the performance of State Middle School teachers in the City of Palembang and the impact of the principal's leadership, work environment, and work motivation partially on the performance of State Middle School teachers in the City of Palembang. The data used in this research is primary data from the answers of 171 State Middle School teacher respondents in Palembang City. The analysis method used is Multiple Linear Regression and Validity and Reliability testing. Classic assumption testing is in the form of the Normality Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test. The research results show that the principal's leadership, work environment, and work motivation significantly influence the performance of State Middle School teachers in Palembang City. Partially, there is a significant influence of the principal's leadership and work environment on teacher performance, and there is no significant influence of work motivation on the performance of State Middle School teachers in Palembang City. The principal leadership variables, work environment, and work motivation increased teacher performance variables, amounting to 85.6%. Meanwhile, the remaining 14.4% is explained by other variables not included in this research, such as leadership style, pedagogical competence, organizational culture, and work morale.

Keywords: Principal Leadership, Work Environment, Work Motivation and Teacher Performance.

1. Pendahuluan

Peran guru menjadi salah satu komponen yang penting dan strategis melalui kinerjanya, kinerja guru di suatu sekolah memiliki peran yang sangat penting dalampencapaian sekolah tersebut. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 Bab IV Pasal 20 (a) tentang Guru dan Dosen menyatakan bahwa standar prestasi kerja guru dalam melaksanakan tugas keprofesionalannya, guru berkewajiban merencanakan pembelajaran, melaksanakan proses pembelajaran yang bermutu serta menilai dan mengevaluasi hasil pembelajaran. Sehingga, guru yang semakin bermutu maka akan semakin memberikan sumbangan besar bagi perkembangan siswa dan masyarakatnya. Tugas keprofesionalannya guru merupakan

Published by:

indikator yang akan dijadikan untuk mengukur kinerja guru dalam melaksanakan tugasnya.

Kinerja guru tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Barnawi dan Arifin (2016:12) bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja dapat digolongkan menjadi tiga macam, yaitu: *pertama* variabel individu yang meliputi kemampuan, keterampilan, mental, fisik, latar belakang keluarga, tingkat sosial, pengalaman, demografi (umur, asal-usul, jenis kelamin). *Kedua*, variabel organisasi yang meliputi sumber daya, kepemimpinan, imbalan, srtuktur desain pekerjaan dan *ketiga* variabel psikologis yang meliputi persepsi, sikap, kepribadian, pengetahuaan dan motivasi.

Hasil pra riset yang dilakukas oleh peneliti di 6 Sekolah yang terletak di Kecamatan Ilir Barat I Kota Palembang masih belum maksimalnya hasil PKG dari guru yang sudah tersertifikasi. Hal itu dapat kita lihat dalam tabel hasil rekap PKG Guru sertifikasi di Kecamatan Ilir Barat I

Tabel 1. Rekap Hasil PKG Kecamatan Ilir Barat I

No	Nama Kecamatan/ Satuan Pendidikan	Jumlah Responden	Nilai Rata-Rata PKG
1	Ilir Barat I / SMPN 17 Palembang	5 Orang	82,01
2	Ilir Barat I / SMPN 18 Palembang	5 Orang	79,14
3	Ilir Barat I / SMPN 22 Palembang	5 Orang	81,02
4	Ilir Barat I / SMPN 33 Palembang	5 Orang	88,07
5	Ilir Barat I / SMPN 45 Palembang	5 Orang	89,02
6	Ilir Barat I / SMPN 58 Palembang	5 Orang	77,08

Sumber: Badan Pusaat Statistik, 2023.

Kurang Optimalnya Kinerja Guru berdasarkan pengamatan pra-riset di beberapa sekolah guru belum mampu merencanakan pembelajaran yang efektif, serta belum melaksanakan proses pembelajaran yang bermutu serta tidak dilakukan nya penilaian dan mengevaluasi hasil pembelajaran setelah kegiatan proses belajar mengajar setiap harinya. Guru belum melaksanakan tugas pokok yang diwujudkan dalam kegiatan belajar mengajar serta tugas-tugas guru dalam kelembagaan. Belum lagi masih banyaknya guru yang belum mempunyai bahan ajar atau perangkat pembelajaran yang lengkap.

Kinerja juga dapat dipengaruhi dari kepemimpinan kepala sekolah, Menurut Mulyasa (2017: 8) Kepala sekolah sedikitnya mempunyai peran dan fungsi sebagai edukator, manajer, administrator, supervisor, *leader*, inovator dan motivator. Kepemimpinan kepala sekolah yang belum efektif akan mempengaruhi guru dan staf untuk melakukan apa yang menjadi tanggung jawabnya dan tugasnya. **B**erdasarkan hasil pra riset yang dilakukan peneliti, masih banyak kepribadian Kepala sekolah tidak berkata jujur dalam menjalankan tugas dari sekolah dan Kepala sekolah tidak dapat menjadi teladan bagi guru, karyawan, dan peserta didik. Kepala sekolah jarang berbagi informasi tentang adanya perubahan jadwal mengajar dan tidak menginfokan ke guru-guru tentang info aturan terbaru dari Dinas Pendidikan Kota Palembang serta kurang mampu membina hubungan yang baik terhadap guru-guru. Dalam mengambil keputusan Kepala sekolah tidak mendengarkan pendapat bawahannya dan tidak melibatkan bawahan (guru & staf) dalam pengambilan keputusan.

Selanjutnya, Lingkungan Kerja juga dapat berperan penting dalam membentuk kinerja guru. Lingkungan kerja yang mendukung dan kolaboratif dapat memberikan dukungan emosional dan praktis bagi seorang guru. Lingkungan kerja yang kondusif akan menciptakan suasana

Published by: Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

yang positif (Panjaitan, 2018). Dukungan, dan kolaborasi antara guru dengan pihak sekolah dapat mempengaruhi guru dalam melaksanakan tugasnya dengan baik. Namun berdasarkan hasil prariset yang dilakukan peneliti, beberapa guru SMP Negeri di kota Palembang bahwa suasana mengajar kurang nyaman karena kipas angin setiap ruang kelas hanya satu unit serta kondisi meja dan kursi siswa yang banyak mengalami kerusakan. Sarana maupun prasarana yang belum mumpuni, seperti peralatan olahraga maupun alat peraga untuk beberapa pembelajaran. Kepala sekolah kurang adanya rasa percaya terhadap guru sebagai bawahan nyadalam melaksanakan tugasnya, hubungan kepala sekolah dengan guru serta sesama guru kurang harmonis. Lingkungan kerja yang tidak produktif seperti seringnya sesama guru mencampuri urusan pribadi rekan kerjanya sendiri.

Motivasi kerja dapat diartikan sebagai bagian integral dari hubungan dalam rangka proses pembinaan, pengembangan dan pengarahan sumber manusia dalam suatu lembaga pendidikan. Guru yang termotivasi akan mengerti keinginan kepala sekolah dan menyelesaikan tugas sesuai yang diinginkan kepala sekolah. Hasil pra riset menunjukkan masih rendahnya motivasi guru dikarenakan rendahnya tanggung jawab ditunjukkan adanya guru datang terlambat dalam melaksanakan tugas mengajar, beberapa guru juga keberatan jika diberikan tugas baru di luar tugas rutin, dan guru mencari pekerjaan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, kurangnya fasilitas yang memadai, guru kurang mendukung dalam kegiatan pembinaan prestasi kerja guru. Tanggung jawab guru dalam melakukan pekerjaan dilihat dari Guru tidak mengerjakan tugas jika tidak diawasi oleh kepala sekolah, tidak mengerjakan dan menyerahkan tugas tepat waktu, ada beberapa guru yang tidak bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan oleh atasan. Prestasi yang di capai dilihat dari Guru tidak dapat mengerjakan tugas tanpa meminta bantuan guru lain, Guru tidak mampu memecahkan masalah dalam tugas dengan baik. Dari sisi Pengembangan diri, Guru tidak mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh sekolah maupun Dinas Pendidikan Kota Palembang untuk mengembangkan diri menjadi lebih baik.

Berdasarkan latar belakang maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap kinerja guru di SMP Negeri di Kota Palembang.**

2. Kajian Pustaka

2.1 Kinerja Guru

Menurut Madjid (2016:45) kinerja guru merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang guru dalam melaksanakan tugasnya seusai dengan wewenang dan tanggung jawab yang diberikan oleh pihak sekolah dalam upaya mencapai visi,misi dan tujuan sekolah yang secara legal, sesuai dengan moral, etika dan tidakmelanggar hukum .

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional (Permendiknas) No. 41 tahun 2007 sama seperti menurut Barnawi dan Arifin (2016:46) kinerja guru merupakan prestasi mengajar yang dihasilkan dari aktivitas yang dilakukan oleh guru dalam tugas pokok dan fungsinya secara realisasi kongkrit yang merupakan konsekuensi logis sebagai tenaga professional dibidang pendidikan.

Barnawi & Arifin (2016:221) yang menyatakan bahwa faktor internal maupun faktor eksternal dapat mempengaruhi kinerja guru. Faktor yang datang dari dalam diri guru dan dapat mempengaruhi kinerjanya seperti: kemampuan, keterampilan, persepsi, motivasi menjadi guru, pengalaman di lapangan dan latar belang keluarga merupakan definisi dari faktor internal yang

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

dapat mempengaruhi kinerja guru. Sedangkan faktor yang datang dari luar diri guru dan dapat mempengaruhi kinerja seperti: gaji, sarana prasarana, lingkungan kerja fisik dan kepemimpinan.

Kinerja guru dapat diukur melalui indicator perencanaan pembelajaran, pelaksanaan kegiatan belajar mengajar yang aktif dan efisien, serta penilaian pembelajaran yang mengacu pada permenneg PAN dan RB No. 16 tahun 2009 tentang jabatan fungsional Guru dan angka kreditnya. Penilaian kinerja guru merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menilai setiap butir tugas utama guru dalam rangka pembinaan karir, kepangkatan dan jabatan

2.2 Kepemimpinan Kepala Sekolah

Hidayat & Machali (2019:29) berpendapat ; *"Leader as the individual inthe group given the task of directing and coordinating task relevant group activities."* Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa kepala sekolah adalah anggota tim yang mampu mengarahkan dan mengkoordinasi tindakan untuk mencapai tujuan.

Indikator kepemimpinan kepala sekolah menurut Mulyasa (2015: 15) adalah (1) Kepribadian, (2) Pengetahuan, (3) Pemahaman, (4) Kemampuan mengambil keputusan dan (5) Kemampuan berkomunikasi.

2.3 Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti (2013: 23) Lingkungan kerja ialah tempat dimana terdapat suatu kelompok dengan beberapa fasilitas pendukung dalam rangka mencapai tujuan perusahaan sesuai visi dan misinya. Seorang pegawai yang bekerja dilingkungan kerja yang mendukung dia untuk bekerja secara optimal akan menghasilkan kinerja yang baik, sebaliknya jika seorang pegawai bekerja dalam lingkungan kerja yang tidak memadai dan tidak mendukung untuk bekerja secara optimal akan membuat pegawai yang bersangkutan menjadi malas, cepat lelah sehingga kinerja pegawai tersebut akan rendah.

Indikator lingkungan kerja adalah (1) Suasana kerja, (2) Hubungan antar rekan kerja, (3) Hubungan antara atasan dan bawahan, dan (4) Ketersediaan fasilitas kerja.

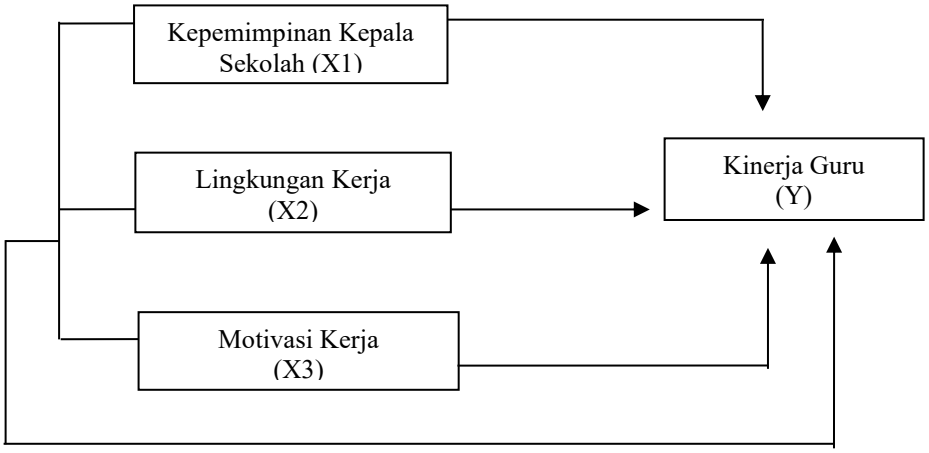
2.4 Motivasi Kerja

Hamzah (2018:91) menerangkan bahwa "Motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu,yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Slavin (2017: 112) menurutnya "Motivasi adalah sesuatu yang menyebabkan Anda melangkah, membuat Anda tetap melangkah dan menentukan keamanan Anda akan melangkah". Pengertian tersebut mengindikasikan bahwa motivasi merupakan unsur yang menuntun seseorang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapainya.

Usman (2016: 77) motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan. Sedangkan menurut Maruli (2020: 58) Mengatakan bahwa motivasi kerja adalah segala sesuatu yang timbul dari hasrat seseorang, dengan menimbulkan gairah serta keinginan dari dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi dan mengarahkan serta memelihara perilaku untuk mencapai tujuan ataupun keinginan yang sesuai dengan lingkup kerja.

2.5 Kerangka Pemikiran

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber : Peneliti, 2024.

3. Metode Penelitian

3.1 Operasionalisasi Variabel

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Pengertian Operasional	Indikator
Kinerja Guru (Y)	Kinerja guru merupakan seorang guru dikatakan memiliki kinerja yang tinggi jika mampu menciptakan proses pembelajaran yang berkualitas dan membawa hasil belajar yang baik	a) Perencanaan Pembelajaran b) Pelaksanaan KBM yang efektif c) Penilaianan Pembelajaran
Kepemimpinan Kepala Sekolah (X1)	Kepemimpinan Kepala Sekolah merupakan suatu kemampuan dari seorang pemimpin di sekolah untuk mengatur maupun mempengaruhi bawahan untuk mencapai tujuan organisasi nya.	a) Kepribadian b) Komunikasi c) Kemampaun mengambil keputusan
Lingkungan Kerja (X2)	lingkungan kerja adalah sesuatu yang ada di lingkungan para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas seperti temperatur, kelembapan, fentilasi, penerangan, kegaduhan, kebersihan tempat kerja dan memadai tidaknya alat-alat perlengkapan kerja.	a) Suasana kerja b) Hubungan antara bawahan dengan pimpinan c) Tersedianya fasilitas kerja
Motivasi Kerja (X3)	Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, efektif dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.	a) Tanggung jawab dalam melakukan kerja b) Prestasiyang dicapai c).Pengembangan diri

Sumber :Berdasarkan berbagai sumber, 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan *(universum)* dari objek penelitian yang dapat

berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Burhan, 2019: 167). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah guru di SMP Negeri di Kota Palembang berjumlah 598 orang guru.

3.2.2 Sampel

Sampel yang terbaik adalah sampel tersebut mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh yaitu teknik pengambilan yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling.* Menurut Supriyanto dan Ekowati (2013:134) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini peneliti membuat kerangka sampel dengan Kriteria sebagai berikut

a. Guru sertifikasi yang memiliki masa kerja lebih dari 2 tahun
b. Memilih kecamatan yang memiliki lebih dari 4 SMP Negeri
c. Dari kecamatan yang terpilih diambil SMP Negeri yang paling banyak guru sertifikasi nya

Sehingga responden dari Penelitian ini 171 orang guru bersertifikasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Uji Instrument

4.1.1 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. Hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	***Pernyataan***	***R Tabel***	***R Hitung***	***Ket***
Kinerja Guru	Guru setiap tahun ajaran baru membuat RPP	*0.361*	0.824	Valid
	Guru setiap tahun ajarann baru membuat modul ajar		0.935	Valid
	Guru menyiapkan media pembelajaran yang baik		0.940	Valid
	Guru menciptakan kegiatan belajar mengajar yang efektif		0.883	Valid
	Guru memanfaatkan fasilitas pembelajaran yang ada di sekolah		0.952	Valid
	Guru menyampaikan materi pembelajaran dengan jelas		0.930	Valid
	Guru melakukan evaluasi pembelajaran setiap selesai menyampaiikan materi		0.824	Valid
	Guru merancang strategi evaluasi pemmbelajaran		0.915	Valid
	Guru melakukan umpan balik kepada siswa		0.927	Valid
Kepemimpinan Kepala Sekolah	Kepala sekolah memiliki tanggung jawab	0.361	0.686	Valid
	Kepala sekolah mempunyai solusi untuk masalah di sekolah		0.800	Valid
	Kepala sekolah selalu terbuka tentang permasalahan yang ada		0.795	Valid
	Kepala sekolah memahami karakter guru		0.869	Valid
	Kepala sekolah menerima masukan dari guru dan staff		0.923	Valid
	Kepala sekolah rutin mengikuti pelatihan diluar sekolah		0.957	Valid

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

	Kepala sekolah selalu melibatkan guru dalam mengambil keputusan		0.922	Valid
	Kepala sekolah mengambil keputusan untuk kepentingan bersama		0.957	Valid
	Kepala sekolah selalu memiliki gagasan yang baiik untuk kemajuan sekolah		0.922	Valid
Lingkungan Kerja	Sekolah memiliki ruang terbuka hijau yang baik	0.361	0.712	Valid
	Sekolah berada di kawasan yang banyak lalu lalang kendaran		0.717	Valid
	Kebersihan di sekolah sudah baik		0.935	Valid
	Sesaama guru sering berkolaborasi dalam pembelajaran		0.917	Valid
	Guru melibatkan rekan sejawat dalam membuat media pembelajaran		0.898	Valid
	Sesame guru saaling menghargai urusan pribadi		0.911	Valid
	Ruang kelas memiliki kipas angina		0.918	Valid
	Media pembelajaran tersedia secara lengkap		0.899	Valid
	Fasilitas ruang guru sudah memadai		0955	Valid
Motivasi Kerja	Guru masuk kelas tepat waktu	0.361	0.565	Valid
	Guru meninggalkan kelas tepat waktu		0.9553	Valid
	Guru selalu mengajar sesuai dengan tujuaun pembelajaran		0.944	Valid
	Guru terlibat aktif dalam kegiatan diluar sekolah		0.946	Valid
	Guru memiiliki kemampuan menggunakan media pembelajaran		0.956	Valid
	Guru memiliki kemampuan menggunakan teknologi informasi		0.968	Valid
	Guru tertarik mengikutii pengembangan keprofesian		0.965	Valid
	Guru selalu belajar mandiri untuk menambah kemampuan teknologi		0.934	Valid
	Guru mengikutii pelatihan menggunakan media pembelajaran terbaru		0.882	Valid

Sumber: Hasil olah data

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa nilai r hitung semua item pernyataan variabel Kinerja Guru, Kepemimpinan Kepala Sekolah, Lingkungan Kerja dan motivasi kerja berada di atas nilai r tabel sehingga dari nilai perbandingan tersebut, maka semua item pernyataan dinyatakan valid. Oleh karena itu, maka item pernyataan yang disusun dapat digunakan sebagai instrument pengumpulan data penelitian.

4.1.2 Uji Reliability

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Standard	Cronbach's Alpha Value	Keterangan
Kinerja Guru	0,600	0,971	Reliabel
Kepemimpinan Kepala Sekolah		0,961	Reliabel
Lingkungan Kerja		0,962	Reliabel
Motivasi Kerja		0,972	Reliabel

Sumber: Hasil olah data

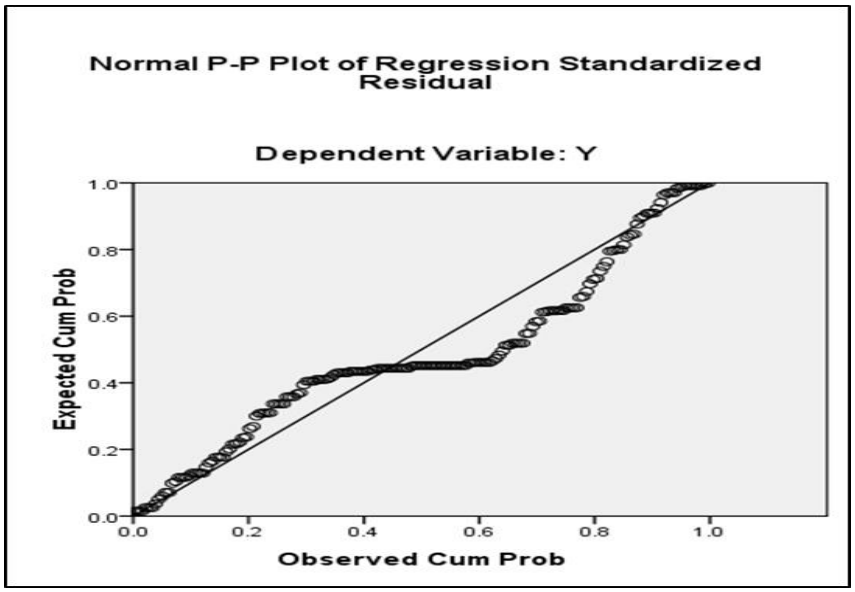
Berdasarkan uji tersebut, diperoleh data bahwa semua variabel bernilai lebih tinggi daripada nilai *cronbach's alpha* standar (0,600) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliable dan instrument yang disusun dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Sugiyono (2017:112) yaitu bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki redistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji normal PP-Plot. Berikut hasil dari uji Normalitas pada penelitin ini:



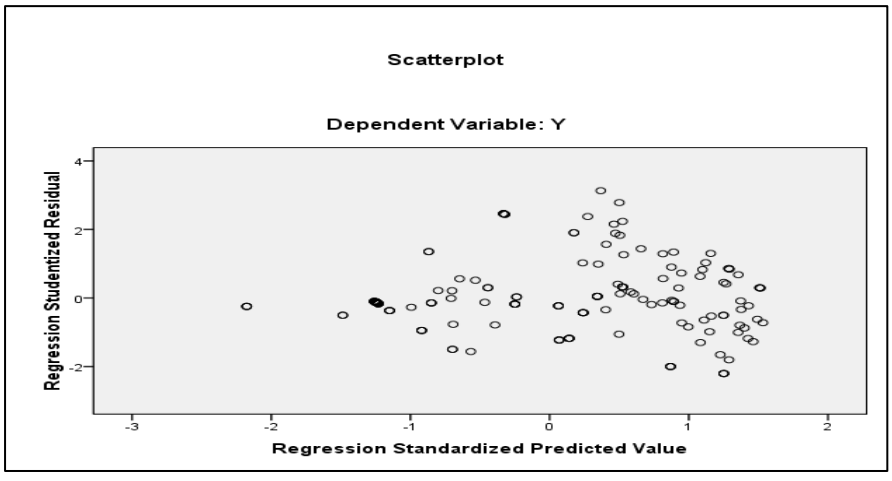
Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olahan Data

Terlihat bahwa butir-butir masing-masing variabel berada di sepanjang garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal

4.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian Heteroskedastisitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Hasil Olahan Data

Hasil pengujian menunjukan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas yang dapat dilihat dari titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu.

4.2.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	.221	4.526
	Lingkungan Kerja	.319	3.139
	Motivasi Kerja	.347	2.881

Sumber: Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel di atas, dapat di lihat nilai *Tolerance* masing-masing variabel yaitu Kepemimpinan Kepala Sekolah yaitu sebesar 0.221, Lingkungan Kerja 0.319 dan Motivasi Kerja sebesar 0.347. sementara nilai masing VIF Kepemimpinan Kepala Sekolah sebesar 4.526. lingkungan Kerja 3.139, dan Motivasi Kerja sebesar 2.881. dapat dilihat bahwa baik variabel X1, X2, X3 terhadap Y dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10, dan nilai *Tolerance* > 0,1, maka dapat dipastikan bahwa model yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas yang berarti.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017: 221) Umumnya analisis regresi linier berganda mirip dengan analisa regresi berganda hanya saja pada analisis ini dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		B	Std Error	Beta
1	(Constant)	.151	.111	
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	.720	.060	.737
	Lingungan Kerja	.137	.053	.133
	Motivasi Kerja	.093	.049	.093

Sumber: Hasil Olah Data.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dirumuskan model persamaan regresi Linear berganda seperti berikut ini.

$$Y= 0{,}151+ 0{,}720X_1 + 0{,}137X_2 + 0{,}093X_3$$

Dari persamaan tersebut, dapat di jelaskan sebagai berikut :

1) Nilai konstanta sebesar 0.151, artinya apabila pada variabel Kepemimpinan Kepala Sekolah, Lingkungan kerja dan Motivasi kerja dianggap tidak mengalami perubahan atau dalam posisi *Cateris paribus* maka kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang akan meningkat sebesar nilai konstanta
2) Koefisien variabel kepemimpinan kepala sekolah sebesar 0,720 (berslop positif), artinya apabila kepemimpinan kepala sekolah di tingkatkan satu satuan makan akan

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

meningkatkan kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang sebesar 0,720.

3) Koefisien variabel lingkungan kerja sebesar 0,137 (berslop positif), artinya apabila lingkungan kerja kualitasnya ditingkatkan satu satuan makan akan meningkatkan kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang sebesar 0,137.

4) Koefisien variabel motivasi kerja sebesar 0,093 (berslop positif), artinya apabila motivasi kerja ditingkatkan ditingkatkan satu satuan makan akan meningkatkan kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang sebesar 0,093.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

4.4.1 Hasil Uji F

Pengujian F di lakukan untuk mengetahui pengaruh simultan kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja dan motivasi kerja secara bersama sama terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang. Adapun hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Hasil Uji F

Model		Sum Of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	178.248	3	59.416	338.767	.000[a]
	Residual	29.290	167	.175		
	Total	207.538	170			

Sumber: Hasil Olah Data.

Berdasarkan hasil uji F, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung}338,767 > F_{tabel} 2,65, dengan tingkat sig.F 0,000 < 0,05 (signifikan), maka Ho_1 ditolak dan Ha_1 diterima, artinya ada pengaruh signifikan secara bersama sama antara variabel kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang.

4.4.2 Hasil Uji t

Analisis pengujian parsial (uji t) dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisi uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.369	.173
	Kepemimpinan Kepala Sekolah	11.919	.000
	Lingkungan Kerja	2.589	.010
	Motivasi Kerja	1.878	.062

Sumber: Hasil Olah Data

Dari hasil tabel di atas dapat disimpulkan:

1. Nilai t hitung variabel kepemimpinan kepala sekolah adalah sebesar 11,919 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai t hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai t tabel 1,974. Selain itu nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari pada nilai alpha 0,05. Sehingga kita dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan variabel kepemimpina kepala sekolah terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

2. Nilai t hitung variabel lingkungan kerja adalah sebesar 2,589 dan nilai signifikansi 0,010. Nilai t hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai t tabel 1,974. Selain itu nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari pada nilai alpha 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan variabel lingkungan kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang
3. Nilai t hitung variabel motivasi kerja adalah sebesar 1,878 dan nilai signifikansi 0,062. Nilai t hitung tersebut lebih kecil bila dibandingkan dengan nilai t tabel 1,974. Selain itu nilai signifikansi 0,062 lebih besar dari pada nilai alpha 0,05. Sehingga kita dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif signifikan variabel motivasi kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

4.4.3 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam meningkatkan variabel dependen. Adapun hasil analisis determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Hasil koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error Of The Estimate
1	.927[a]	.859	.856	.41879

Sumber: Hasil Olah Data.

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,856 atau 85,6%, artinya variabel kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja dan motivasi kerja mampu memberikan sumbangan terhadap kenaikkan terhadap variabel kinerja guru, sebesar 85,6%. Sedangkan sisanya sebesar 14,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti gaya kepemimpinan, kompetensi pedagogi, budaya organisasi dan semangat kerja

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa secara simultan ada pengaruh signifikan kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang. Hal ini dapat diartikan juga bahwa hal yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kinerja guru adalah cara memimpin seorang kepala sekolah, lingkungan kerja yang baik serta motivasi kerja seorang guru itu sendiri.

Berdasarkan hasil temuan penelitian tentang peningkatan kinerja guru pernyataan Guru menciptakan kegiatan belajar mengajar yang efektif menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan. serta temuan tentang pernyataan sesame guru melakukan kolaborasi dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar makan diperlukan interaksi social yang positif antar sesame guru agak kinerja guru bisa meningkat.

4.5.2 Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

Hasil analisis parsial menunjukan bahwa secara parsial kepemimpinan kepala sekolah berpengaruh signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang. Pengaruh

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

berslop positif, hal ini memberikan pengertian bahwa kemampuan memimpin seorang kepala sekolah dapat meningkatkan kinerja guru yaitu dengan cara memahami karakteristik guru maupun mengajak guru berkolaborasi mengambil keputusan dalam berbagai hal di sekolah.

Berdasarkan temuan penelitian tentang pernyataan guru kepala sekolah mengambil keputusan untuk kepentingan bersama, kepala sekolah juga dituntun untuk selalu mengesampingkan kepentingan pribadi dalam mengambil keputusan. Serta temuan penelitian tentang pernyataan kepala sekolah memiliki tanggung jawab untuk itu pemimpin dalam hal ini kepala sekolah harus siap menghadapi konsekuensi dari setiap keputusan yang di ambilnya.

4.5.3 Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

Hasil analisis parsial menunjukan bahwa secara parsial ada pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja guru di SMP Negeri di Kota Palembang. Pengaruh tersebut berslop positif, yang berarti bahwa untuk meningkatkan kinerja guru maka lingkungan kerja harus baik dan nyaman bagi para guru.

Berdasarkan temuan peneliti tentang pernyataan Guru melibatkan teman sejawat dalam membuat media pembelajaran hal ini menunjukan masih belum sama nya kemampuan seorang guru dalam membuat media pembelajaran sehingga guru tersebut memerlukan kolaborasi dengan guru lain nya dalam membuat media pembelajaran. Serta berdasarkan temuan pada pernyataan Media pembelajaran tersedia secara lengkap adalah masih bergantung nya kinerja guru dengan sarana maupun prasarana pendukung yang disediakan oleh sekolah masing-masing sesuai kebutuhan guru.

4.5.4 Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

Hasil analisis menunjukan bahwa secara parsial bahwa motivasi kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja guru. Yang mengartikan bahwa peningkatan kinerja guru secara signifikan tidak di pengaruhi oleh motivasi kerja. Berdasarkan temuan penelitian ini tentang pernyataan guru mengikuti pelatihan dalam pengembangan media pembelajran yang baru, berarti kemauan guru dalam hal mempelajari media pembelajaran sangat di perlukan guna meningkat kan kinerja dari guru tersebut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kepemimpinan kepala sekolah, lingkungan kerja dan motivasi kerja secara signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang
2. Ada pengaruh kepemimpinan kepala sekolah secara signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang.
3. Ada pengaruh lingkungan kerja secara signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang.
4. Tidak ada pengaruh motivasi kerja secara signifikan terhadap kinerja guru SMP Negeri di Kota Palembang

References

Barnawi & Arifin, Mohammad. (2016) Kinerja Guru Profesional. Yogyakarta: Ar- Ruzz Media

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Bungin, Burhan. (2019) Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: Kencana.

Hidayat, Ara., & Machali, Imam. (2019) Pengelolaan Pendidikan, Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah, Yogyakarta: Kaukaba.

Madjid, A. (2016) Pengembangan Kinerja Guru Melalui Kompetensi, komitmen, dan Motivasi Kerja, Yogyakarta: Samudra Biru

Maruli. (2020). Pengaruh Mottivasi antar Pribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja. Scopindo.

Mulyasa, E. (2015). Managemen Berbasis Sekolah. Bandung : Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Mulyasa. (2017). Menjadi Guru Profesional Menciptakan Pembelajaran Kreatif dan Menyenangkan. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Nitisemito. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Pustaka setia.

Panjaitan, Ishak. (2018) Manajemen Pendidikan Indonesia, Jakarta, Pt Tiga Serangkai.

Sedarmayanti. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Refika.

Supriyanto, Achmad. Sani., Ekowati, Vivin. Maharani. (2013). Metodelogi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: UIN Maliki Press

Slavin, Robert E. (2017) Psikologi Pendidikan Teori dan Praktik, Jakarta: PT Indeks

Undang-Undang No. 14 Tahun 2005. Guru dan Dosen.

Uno, Hamzah B. (2018) Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di Bidang pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara.

Usman, S. (2016). Strategi pemecahan masalah dalam penyelesaian soal cerita di sekolah dasar. 2 (2). [Online]. Diakses dari http://isjd.pdii.lipi.go.idadminjurnal2207341351.pdf.

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Gula Dezan Berkah dengan Business Model Canvas dan Analisis SWOT

Siti Rohmawati, Fanji Wijaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun. Bandung,
Penulis Korespondensi: fanji.wijaya@inaba.ac.id
rhmawati@student.inaba.ac.id

Article Information:

Received: June 10, 2024, Accepted: June 19, 2024, Published: June 22, 2024

Abstrak:

This study aims to provide a business strategy for developing a business for UMKM Gula Dezan Berkah to see the weaknesses that the company has and get solutions to any existing problems; in this case, UMKM Gula Dezan Berkah must be able to innovate and be able to see opportunities and threats, with SWOT Analysis and Business Model Canvas as an effort to increase sales. In conducting research, UMKM Gula Dezan Berkah applied qualitative research methods using a descriptive approach. Data collection in this study is based on direct analysis, interviews with business owners, references to scientific journals, electronic books, and several other sources confirmed to be true after being collected into data in document studies. With the business model canvas, the research results obtained several recommendations from the SWOT analysis to achieve business development targets at UMKM Gula Dezan Berkah. Some of the results of the business model canvas proposal are in the Value Proposition section to use packaging that is more attractive than before, then in the Customer Relationship section to not only market products directly but can be through social media or online store applications and so on, of course with the best service, and in the Channels section to offer street vendors, and local traditional markets to introduce products directly, and increase sales in online shop.

Keywords: Manajemen Strategi, Business Model Canvas, Analisis SWOT

1. Pendahuluan

Perkembangan usaha di Indonesia menjadi salah satu pilar terpenting bagi kesetabilan serta pertumbuhan bagi perekonomian negara, salah satu industri yang berkembang di Indonesia adalah industri gula. Sejak tahun 2016 Indonesia telah menjadi negara importir gula nomor

Published by:

satu di dunia dan malampaui Tiongkok. Pada tahun 2020, Indonesia mengimpor gula hingga sebanyak 4,400 ribu MT gula mentah (Soraya et al., 2022). Keberadaan gula sebagai bahan pokok tidak dapat dipungkiri dangan meningkatnya permintaan terhadap gula yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha. Berita CNBC Indonesia (1 Maret 2023) Dirjen Industri Agro Kemenprin menyatakan bahwa kebutuhan gula nasional tahun 2023 untuk konsusmsi dan industri diperkirakan mecapai 7 juta ton, sementara produksi hanya sekitar 2 juta ton (Suharyono & Hermawan, 2024) .Pemintaan gula yang terbilang lebih tinggi melampaui jumlah produksi harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah sebagai Upaya menjaga keseimbangan antara konsumsi dan produksi.

Salah satu peningkatan jumlah produksi pada industri gula yang dapat diharapkan di Indonesia yaitu pada UMKM di industri gula. Keberadaan UMKM di Indonesia berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.573,89 Triliun, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 117 juta pekerja dan dapat menghimpun sekitar 60,4% total investasi (Edi Sumantri & Handayani, 2022).

Pada saat ini pengusaha di bidang gula mudah di jumpai di setiap daerah, misalnya di Kabupaten Cianjur daerah Provinsi Jawa Barat dimana sebagian besar masyarakatnya berprofesi sebagai petani gula aren yang dapat dijadikan peluang bagi pelaku UMKM di industri gula sebagai pemasok agar dapat menjaga keseimbangan permintaan gula. Selain menjaga pasokan gula seorang pengusaha di harapkan agar dapat menyusun strategi yang kompetitif untuk kelangsungan usahanya. Sebuah perusahaan harus bisa memilih strategi-strategi yang baik agar usahanya dapat berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diinginkan(Hidayatulloh et al., 2021)

Untuk beberapa orang ada yang sangat selektif dalam memilih gula dimana mereka menginginkan gula asli dengan kualitas baik, tanpa bahan pengawet, pengeras/glukosa. Dalam hal ini pengusaha harus memeperhatikan permintaan konsumen dan mampu menganalisis faktor lingkungan internal. Lingkungan internal terdiri dari variabel – variabel (kekuatan kelemahan) yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian manajemen puncak (Wijaya, 2021).

Salah satu UMKM bernama Gula Dezan Berkah yang berlokasi di Kp. Camaul, Desa Cikadu, Kecamatan Cikadu, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat Kode Pos 43286 adalah UMKM yang bergerak di industri gula. Gula yang di produksi oleh UMKM Gula Dezan Berkah memiliki kualitas yang baik bebas bahan pengawet serta pengeras/glukosa dan aman di konsumsi dikarenakan di olah dengan cara tradisional serta alami. Kesehatan adalah harta yang paling berharga dalam perjalanan kehidupan dan makanan bergizi merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan. Makanan bukan hanya sumber energi bagi tubuh, tetapi juga merupakan salah satu hal dasar yang membentuk kesejahteraan manusia (Kasingku, 2023).

Manajemen yang dilakukan UMKM Gula Dezan Bekah dalam proses produksi gula terbilang sangat sederhana dimana penyadapan air nira sampai dengan pengolahan di lakukan oleh petani. Manajemen merupakan proses pengkoordinasian sumber daya yang dimiliki oleh sebuah prusahaan untuk mencapai tujuan (Marselina & Rokamah, 2022). Kegiatan manajemen tersebut menjadi rutinitas yang harus dilakukan untuk memenuhi permintaan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

para pelanggan, hal ini bertujuan agar tetap dapat menjaga pasokan gula. Rantai pasok terdiri dari beberapa elemen dan pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung (Sultan et al., 2021).

Packaging pada Gula Dezan Berkah masih tergolong sangat sederhana hanya dikemas dengan daun dan pelastik yang belum tercantum merek pada kemasannya. Dalam hal ini UMKM Gula Dezan berkah di harapkan melakukan inovasi agar dapat meningkatkan penjualan. Pada dasarnya melakukan inovasi merupakan kemampuan mendayagunakan pikiran dan sumber daya yang ada untuk emnghasilkna karya dengan sentuhan kreatifitas (Widiyanti & Wisayang, 2021).

Dalam proses pemasaran UMKM Gula Dezan berkah dilakukan secara langsung kepada calon pembelinya yang kemudian menjadi keterbatasan dalam menjangkau calon konsumen. Secara umum pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain (Musyawarah & Idayanti, 2022). Strategi pemasaran dan distribusi menjadi salah satu pilar penting bagi kelangsungan usaha, berkembangnya teknologi berdampak pada banyaknya pengguna aplikasi belanja online yang merasa nyaman dengan fitur yang disediakan karena mempermudah transaksi. UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi di era digitalisasi ini mengingat meningkatnya pengguna online shop, sosial media dan aplikasi e-commerce lainnya. Media sosial adalah salah satu alat yang dapat membawa dampak positif dan negatif terhadap kehidupan, khususnya untuk generasi Z yang kesehariannya tidak luput dari aktivitas media sosial (Saputro et al., 2023).Hal ini merupakan sebuah peluang strategi distribusi dalam mengbangkan UMKM Gula Dezan Berkah. Peluang dapat mengarahkan kegiatan organisasi sedangkan ancaman, menghambat pergerakan organisasi (Setyorini & Santoso, 2016).

Seorang pengusaha harus memiliki pengetahun yang mumpuni agar mampu membuat strategi bisnis yang dapat bersaing dengan kompetitor pada pelaku usaha sejenis. Sebuah strategi yang dibuat oleh pelaku usaha/perusahaan harus dengan pertimbangan yang matang, dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu dan selanjutnya melakukan penilaian terhadap apa saja yang nantinya dapat menjadi keunggulan bersaing (Wijaya & Adib, 2019).UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan dapat dapat mengembangkan usahanya untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini UMKM Gula Dezan berkah memerlukan rancangan model bisnis. Model bisnis dapat digunakan untuk menguji konsistensi hubungan antar komponen dan dapat digunakan untuk membantu menguji pasar ketika mengembangkan produk barang atau jasa (Ningsih et al., 2023).

Peningkatan penjualan pada UMKM Gula Dezan Berkah biasanya hanya saat menjelang bulan ramadhan, pada bulan-bulan biasanya penjualan gula kurang stabil dan sangat berdampak pada penghasilan usaha, hal ini dapat dilihat dari tabel 1 berikut:

Berdasarkan tabel 1, penjualan mulai meningkat dari bulan Desember 2023 dimana pada tahun baru sering meningkat permintaan bahan pokok jenis gula, kemudian disusul bulan Januari 2024 sampai dengan April 2024 peningkatan terjadi lebih dari bulan sebelumnya,

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

faktor penyebab kenaikan penjualan ini adalah pengaruh datangnya bulan ramadan yang bertepatan di bulan maret 2024 sampai dengan april 2024. Agar dapat meningkatkan penjualan serta mendapat keunggulan kompetitif yang berdaya saing maka pelaku usaha perlu membuat pemetaan bisnis (Awaluddin, 2021). Dalam merancang strategi bisnis seorang pengusaha harus mempunyai gambaran dasar serta pemikiran bagaimana suatu perusahaan atau organisasi menciptakan, memberikan, serta menangkap ide bisnis dan adanya nilai melalui model bisnis. Strategi yang diguanakan dalam mementukan pengambilan keputusan yaitu analisis SWOT dan Business Model Canvas sebagai gambaran model bisnisnya dengan Sembilan elemen kunci.

Tabel 1. Realisasi Penghasilan Tahunan UMKM Gula Dezan Berkah (Periode bulan April 2023-2024)

Bulan	Jumlah Penjualan	Bulan	Jumlah Penjualan
Mei-2023	2,5 Kwintal	November-2023	3,3 Kwintal
Juni-2023	3,1 Kwintal	Desember-2023	3,7 Kwintal
Juli-2023	2,7 Kwintal	Januari-2024	3,9 Kwintal
Agustus-2023	2,9 Kwintal	Februari-2024	4,2 Kwintal
September-2023	3,1 Kwintal	Maret-2024	4,7 Kwintal
Oktober-2023	2,2 Kwintal	April-2024	4,1 Kwintal

Sumber : UMKM Gula Dezan Berkah, 2024

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Manajemen Strategi

Dalam buku Manajemen Strategik-Pengetahuan yang dikutip oleh Kusumadmo (2013) dalam (Mahfud & Anwar, 2022), kata strategi secara etimologis berasal dari kata Strategos dalam bahasa yunani yang terbentuk dari kata stratos atau tentara dan kata ego atau pemimpin. Dalam Oxford Learner's Pocket Dictionaries (2010), Strategy (noun) : *a plan of action designed to achieve a long-term or overall aim.* Jika diartikan kedalam bahasa Indonesia berarti rencana aksi yang dirancang untuk mencapai jangka panjang atau tujuan secara keseluruhan. Adapun pendapat lain mengemukakan bahwasannya Manajemen strategis adalah sejumlah kegiatan dan keputusan mendasar yang dibuat oleh manajemen tertinggi suatu perusahaan dimana nantinya harus diterapkan oleh seluruh anggota di perusahaan tersebut demi dapat mewujudkan tujuan Perusahaan (Jamaludin et al., 2023). Dari kedua definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa strategi merupakan perencanaan hasil dari pemikiran dan pertimbangan yang disusun untuk mencapai suatu tujuan jangka pendek maupun jangka Panjang dalam mencapai keinginan individu dan anggota untuk keberlangsungan perusahaan.

2.2. Busines Model canvas

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam (Anter et al., 2022), Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai. Adapun bagian dalam Business Model Canvas tersebut meliputi *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership*

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

dan Cost Structure. Dalam penggunaanya *BMC* merujuk pada perancangan strategi bisnis dengan menguraikan 9 (Sembilan) elemen yang akan menjadi gambaran pada suatu bidang usaha. BMC berperan sebagai gambaran untuk menciptakan gambaran yang dapat menjelaskan apa saja elemen penting yang telah di capai dan gambaran elemen apa saja yang masih belum di capai oleh bisnis yang dijalankan agar mecapai taget usaha terbaik.

2.3. Analisis Swot

Menurut Freddy Rangkuti (2015;18) dalam (Awaluddin, 2021), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada faktor-faktor kekuatan (strengths), kelemahan (weakness) perusahaan serta meminimalkan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Dari pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan salah satu strategi terbaik bagi setiap individu dalam merancang usahanya dimana setiap pengusaha dapat melihat faktor keseluruhan mulai dari, kelemahan, kekuatan peluang serta ancaman yang dapat memprediksi apa saja yang bisa terjadi terhadap perusahaan perintis, perusahaan berkembang bahkan perusahaan kategori maju, untuk meminimalisir dampak yang dapat merugikan dan mempengaruhi keberlangsungan serta kesuksesan suatu Perusahaan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Tabel Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul, Jurnal	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Fanji Wijaya; “Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Usaha pada Kelompok Tani Kopi Buntis”; Jurnal Indonesi Membangun, Vol.20, No. 1 Januari-April 2021	- BMC Berbasis lingkungan dan sosial - Data peningkatan implementasi perbaikan strategi	- Penerapan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif - Penggunaan Analisis SWOT	- Gambaran usaha kelompok tani kopi Buntis dengan analisis SWOT pada posisi kuadran VIII yang mengindikasi pertumbuhan. - Belajar meningkatkan budidaya kopi, menggaet generasi milenial dalam meninngkatkan pemasaran.
2	Widiyanti, Vinsensia, Retno, Widi Wisayang; “Inovasi Dan Kreativitas Bagong Catering Semarang di Tengah Pandemi”;	- Tidak menggunakan analisis SWOT dan *business model canvas*	- Objek penelitian pada UMKM - Memakai pendekatan kualitatif - Tujuan penelitian untuk membuat inovasi pada layanan dan	- Kang Bagong catering membuat inovasi di tengah masa pandemi seperti : layanan ready to eat, pesan antar, take away, dan kreativitas kemasan /*packing* yang lebih praktis dan menarik - Pengembangan usaha

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

	Jurnal Sains, teknologi, Masyarakat dan Jejaring Vol.3 No. 2 Maret 2021		pemesanan.	yang dilakukan kang bagong catering anatara lain adalah menawarkan berbagai variasi, inovasi dan kreativitas baik dalam rasa, ukuran, bentuk, jenis maupun kemasan sehingga konsumen mempunyai banyak pilihan
3	Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, Imam Santoso; "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang)"; Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Volume 5 No 1: 46-53 (2016)	-Objek penelitian pada restoran - Pembahasan fasilitas restoran - Penggunaan QSPM	- Penggunaan analisis SWOT - Bertujuan untuk mengembangkan pemasaran	- Alternatif strategi yang didapatkan dari hasil pengolahan daya menggunakan QSPM, yaitu mempertahakan citra atau image perusahaan, meningkatkan fasilitas restoran, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk untuk menarik konsumen , meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama untuk tujuan perusahaan , memberikan layanan delivery order untuk konsumen, memanfaatkan kemajuan teknologi, menjaga hubungan baik dengan pelanggan/konsumen
4	Choerul Hidayatulloh,Helena Louise Panggabean, Evi Noviaty; "Analisis Strategi Bisnis Usaha Kuliner Catering (Studi Kasus Pada Shinta catering Depok)"; Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis Volume 10 Nomor 01	- Penerapan strategi diversifikasi dengan menambah jenis produk - Objek yang diteliti di bidang kuliner	- Analisi data dengan pendekatan kualitatif	- Hasil dari analisisi SWOT padaShinta catering dari kedua matriks EFAS dan IFAS menunjukakn bahwa strategi ST memiliki nilai yang paling tinggi, serta dapat diketahui bahwa posisi usaha catering di depok berada pada kuadran 2 dengan menerapkan strategi diversifikasi, yaitu dengan menambah produk baru dan melakukan inovasi

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

	Juni 2021			terhadap produk yg sudah ada - Kelemahan yang terjadi pada shinta catering seperti kurangnya update informasi mengenai produk yang berpengaruh pada omset penjualan, *packaging* yg belum menarik,dll- hal tersebut dapat dijadkan pembelajaran bagi seluruh pekerja shinta catering
5	Fanji Wijaya, Mokh. Adib Sultan; "Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan *Busines Model Cnvas*"; Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis, Volume 10 No. 2 September 2019.	- Objek yang di teliti pada usaha distro	- Penggunaan Analisi SWOT dan *Business Model Canvas* - Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	- Hasil analisis SWOT terhadap *Busines Model Canvas* terletak pada beberapa elemen di antara lain pada custumer segments harus mampu menjangkau pasar anak, *Value Propsition* menyediakan custom design dan *Key Resources* perlu mengembangkan kualitas

3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan pada UMKM Gula Dezan Berkah. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan menggunakan trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Keakuratan data sangat penting dalam hal ini. Akurasi data merupakan komponen yang harus dipenuhi oleh kerangka data (Laiya & Manueke, 2022).

Data primer diperoleh melalui survey lapangan, pengalaman yang telah terjadi sebelumnya, serta wawancara dengan tujuan untuk mendapat jawaban dan Solusi dari gambaran rumusan masalah dan mendapat data identifikasi bisnis model kanvas pada UMKM Gula Dezan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Berkah dimana dapat mengalisis faktor apa saja yang mempengaruhi model bisnis UMKM Gula Dezan Berkah. Analisis data yang di lakukan yaitu menggunakan analisis SWOT.

Pada penelitian ini beberapa Variabel *business model canvas* yang akan di teliti dengan analisis SWOT merupakan sembilan elemen *business model canvas* antara lain: *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure*.

Adapun Langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Menganalisis faktor Internal Factor Evaluation (IFE)
b. Menganalisis Faktor External Factor Evaluation (EFE)

Setelah melakukan identifikasi faktor-faktor internal serta eksternal, selanjutnya adalah menentukan pembobotan dan ranking. Bobot dikalikan dengan rating pada setiap faktor untuk mendapatkan skor pada faktor-faktor tersebut. Bobot dihitung, 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot untuk opportunity dan threat yaitu 1.00, hal ini berlaku juga pada jumlah bobot strength dan weakness. Untuk opportunity mulai dari angka 1 yaitu (dibawah rata-rata), 2(rata-rata), 3 (diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik). Nilai rating opportunity dan threat selalu bertolak belakang, misalnya apabila faktor threatnya lebih besar, diberi nilai 4. Berlaku juga pada pemberian nilai untuk strength dan weakness.

4. Hasil Dan Pembahasan

Penggunaan analisis SWOT merupakan bagian penting dalam metode identifikasi berbagai faktor mulai dari faktor internal sampai dengan faktor eksternal dalam menjalankan usaha untuk merumuskan strategi Perusahaan dalam mengidentifikasi berbegai resiko yang memungkinkan terjadi. Berdasarkan data yang diperoleh maka bisa disajikan dalam bentuk tabel skor faktor internal (IFE) dan tabel skor faktor eksternal (EFE).

Perhatikan tabel- tabel di berikut ini:

Tabel 3. *Internal Factor Evaluation* (IFE)

IFE	Bobot	*Rating*	*Score*
Kekuatan			
Pelayanan yang ramah	0,14	3,25	0,45
Pesan Antar/ *COD*	0,13	3,20	0,41
Harga relatif murah	0,15	3,35	0,50
Kulitas Gula yang bagus dan mudah larut	0,13	3,21	0,41
Tanpa Pengawet	0,16	3,22	0,51
Total kekuatan	0,71		2,28
Kelemahan			
Pendistribusian yang terbatas	0,09	1,75	0,15
Kekurangan dalam pemanfaatan teknologi	0,11	2,00	0,22
Packaging masih biasa/ kurang menarik	0,09	1,77	0,16
Total kelemahan	0,29		0,53
Total keseluruhan Kekuatan dan Kelemahan	**1,00**		**2,81**

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Pada Tabel 3 (IFE) menjelaskan bahwa UMKM Gula Dezan Berkah memiliki 5 komponen kekuatan terdapat pada pelayanan yang ramah, pesan antar/ *COD*,harga yang relatif murah, kualitas barang yang bagus dan mudah larut kemudian score tertinggi yaitu gula tanpa bahan pengawet tentunya menjadi standar pangan yang sangat penting. Kemudian untuk kelemahan memiliki 3 komponen yang terletak pada faktor pendistribusian, kekurangan dalam pemanfaatan teknologi dan packaging yang masih biasa jika di lihat kemasan kurang menarik.

Tabel 4. *Eksternal Factor Evaluation* (EFE)

EFE	**Bobot**	***Rating***	***Score***
Peluang			
Distribusi sampai luar daerah	0,20	3,70	0,74
Mendistribusikan pada cofee shop/ Caffe	0,12	2,00	0,24
Menyuplai gula kepada Pedagang minuman kaki lima / boba drink	0,19	2,00	0,38
Pemanfaatan teknologi sebagai media berjualan.	0,17	3,00	0,51
Total Peluang	0,68		1,87
Ancaman			
Penawaran kompetitor lebih menarik	0,12	2,45	0,29
Banyaknya kompetitor di usaha sejenis	0,12	2,22	0,26
Pasokan gula terancam karena petani kerja sama dengan bandar lain	0,08	1,80	0,14
Total Ancaman	0,32		0,69
Total keseluruhan Peluang dan Ancaman	**1,00**		**2,56**

Pada Tabel 4 (EFE) menerangkan bahwa UMKM Gula Dezan Berkah memiliki banyak peluang serta ancaman dengan skor perbandingan dengan selisih hanya 0,14, maka diharapkan UMKM gula Dezan Berkah harus bisa memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahnya dan meminimalisir ancaman, dalam hal ini UMKM Gula Dezan Berkah tentu jangan menutup mata pada faktor ancaman sekecil apapun. Score total peluang dan ancaman sebesar 2,5 dimana bisa dikatan sebagai nilai rata-rata.

Tabel 5. *Internal-Eksternal Matriks* (IE)

Internal-Eksternal Matriks			**IFE *Score***		
			Tinggi 3,00-4,00	*Medium* 2,00-2,99	Rendah 1,00-1,99
EFE *Score*	Tinggi	3,00-4,00	Tumbuh dan kembangkan	Tumbuh dan kembangkan	Bertahan dan Memperbaiki
	Medium	2,00-2,99	Tumbuh dan kembangkan	**Bertahan dan Memperbaiki**	Strategi Divestasi
	Rendah	1,00-1,99	Bertahan dan Memperbaiki	Strategi Divestasi	Strategi Divestasi

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Pada Tabel 5 (IE) Berdasarkan akumulasi dari Tabel 3 dan Tabel 4 maka kesimpulan pada Tabel 5 yaitu UMKM Dezan Berkah memiliki skor diatas 2, artinya Bertahan dan Memperbaiki. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan Hasil dari analisis SWOT, kemudian setelah diketahui keadaan kondisi bisnis serta strategi bisnisnya, langkah selanjutnya adalah merancangan *business model canvas* dengan strategi yang dibutuhkan pada tabel berikut :

Berikut adalah hasil penelitian awal *Bussines Model Canvas* yang di terapkan pada UMKM Gula Dezan Berkah sebagai berikut :

Tabel 6. *Business Model Canvas*

<table>
<tr><th>Key Partnerships</th><th>Key Activities</th><th>Value Propositions</th><th>Customer Relationships</th><th>Customer Segments</th></tr>
<tr><td rowspan="3">- Petani Aren
- Pemasok Kayu Bakar
- Supplier Kemasan (Pelastik dan karung)</td><td>- Penyadapan pohon aren agar menghasilkan air nira
- Proses pengolahan air nira menjadi gula
- Proses penyaringan gula
- Proses packaging</td><td rowspan="3">- Kualitas barang yang bagus/ premium
- Aman dikonsumsi/ tanpa pengawet
- Tanpa pengeras/ Glukosa</td><td>-Discount
-Potongan harga setiap pembelian di atas 10 kg</td><td rowspan="3">- Penjual Minuman dan Makanan UMKM (warteg)
- Penjual Minuman kaki lima/ boba drink
-Penjual Kolak</td></tr>
<tr><td>Key Resources</td><td>Channels</td></tr>
<tr><td>- Pohon aren
- Kayu Bakar
- Kuali/ Wajan besar
- Cetakan Gula</td><td>-Media sosial (Whatsapp, Facebook)
-Bisa pakai gosend dan COD</td></tr>
<tr><td colspan="2">Cost Structure</td><td colspan="3">Revenue Streams</td></tr>
<tr><td colspan="2">- Biaya produksi
- Biaya kayu bakar
- Biaya pemasaran
Upah & biaya makan karyawan</td><td colspan="3">- Penjualan gula merah
Membuka cabang di dekat pelaku UMKM</td></tr>
</table>

Setelah mendapatkan gambaran *Business Model Canvas* pada UMKM Gula Dezan Berkah tahap selanjutnya ialah melakukan analisis SWOT untuk sembilan elemen *BMC pada* UMKM Gula Dezan Berkah, upaya ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap UMKM Gula Dezan Berkah. Analisis SWOT diterapkan agar bisa menyempurnakan serta membantu mengembangkan gambaran *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh UMKM Gula Dezan Berkah. *Business Model Canvas* UMKM Gula Dezan Berkah yang baru bertujuan agar dapat membantu menentukan

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

strategi selanjutnya dalam mengembangkan usaha dan meminimalisir kesalahan serta kekurangan sebelumnya.

4.1. Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas UMKM Gula Dezan Berkah

Untuk dapat mengetahui faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada UMKM Gula Dezan Berkah diperlukan identifikasi kepada 9 elemen *business model canvas* dengan melakukan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT terhadap sembilan elemen *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah sebagai berikut :

1. *Customer Segments*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi customer segment UMKM Gula Dezan Berkah teridentifikasi bahwa segmen pelanggannya yaitu Penjual makanan/ minuman UMKM misalnya warteg, penjual minuman kaki lima/ penjual boba drink, dan penjual kolak.

2. *Value Propositions*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperolah evaluasi *value propositions* dimana perlu menjaga kuliatas gula premium, tidak menggunakan pengawet dan pengeras gula/ Glukosa, berinovasi untuk memberikan nilai tambah pada kemasan.

3. *Customer Relationships*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, yaitu membangun serta menjaga hubungan antara pelanggan dan pemasok gula juga memperbaiki packaging lebih baik dan menarik serta memberikan discount dan potongan harga untuk pembelian di atas 10 kg.

4. *Channels*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *channels* agar melakukan promosi untuk memperluas distribusi tidak hanya pembelian secara langsung namun juga melalui media sosial (Whatsapp, Facebook) dan melalui seluruh *online shop* untuk promosi produk dan menawarkan produk pada caffe/ coffe shop, tidak lupa pada usaha minuman kaki lima seperti usaha *Bobba* drink yang sedang *trend* di semua kalangan tentu menjadi nilai tambah tersendiri, dan pendistribusian dengan Gosend maupun *COD.*

5. *Key Partnerships*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *key partnerships* untuk menjaga hubungan baik dengan partner yaitu petani gula aren, pegawai, pemasok kemasan serta reseller.

Published by:

6. *Key Activities*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, didapat evaluasi pada *key activities* untuk memperbanyak penjualan produk, menjaga dan mengatur aktivitas produksi gula dalam pengolahan air nira menjadi gula agar tetap terjaga kualitasnya, serta dalam proses pencetakatan di harapkan tidak dengan model cetakan yang sama bisa dengan ukuran yang bervariatif. selain itu UMKM Gula Dezan Berkah juga harus berinovasi memperbaiki packaging agar menarik perhatian konsumen untuk memperoleh rasa percaya pada konsumen hanya dengan melihat packagingnya saja.

7. *Key Resources*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi pada *key resources* yaitu memberikan arahan kepada petani agar menjaga keaslian gula pada kualitas dan konsistensi dalam produksi, mejaga kebersihan wajan dalam pengolahan air nira dan selalu membersihkan cetakan gula agar tidak terkontaminasi dalam hal ini standar mutu gula harus terjaga agar layak di konsumsi.

8. *Cost Structure*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi *cost structure* untuk Struktur biaya operasional yang harus dikeluarkan UMKM Gula Dezan Berkah dibagi menjadi 2 (dua) kategori yaitu *fixed cost* dan variable *cost*.

   a. *Fixed cost* yaitu gaji karyawan.

   b. variable *cost* yaitu dari biaya bahan baku dan biaya makan karyawan. Pengusaha harus memiliki manajemen biaya yang bagus agar tidak mencampur uang pribadi dan uang usaha demi mempertahankan kelangsungan serta kemajuan usahanya.

9. *Revenue Streams*

   Hasil dari analisis SWOT pada *business model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah, diperoleh evaluasi untuk memperluas distribusi barang ke warung - warung, pedagang kaki lima/ penjual minuman boba drink, penjual makanan UMKM (warteg), pasar tradisional, sosial media, caffe/coffee shop, dan membuka cabang penjualan di dekat pelaku UMKM guna meningkatkan penjualan produk serta meningkatkan pendapatan agar tidak hanya meningkat di bulan ramadan saja namun juga stabil di bulan - bulan lainnya.

Melalui penyesuaian dari hasil analisis SWOT terhadapan *busines model canvas* UMKM Gula Dezan Berkah diharapkan dapat melihat peluang serta meminimalisir ancaman dengan strategi yang dinamis dan mampu menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan. Dengan data yang di peroleh dari referensi penelitian terdahalu permasalah yang umum terjadi yaitu

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

mengenai inovasi, serta pemasaran yang kemudian hal itu persis seperti yang di alami UMKM Gula Dezan Berkah yang kemudian membantu dalam membuat strategi bisnis.

5. Kesimpulan

Hasil dari penelitian untuk formulasi perancangan strategi dengan analisis SWOT terhadap *business model canvas* bahwasannya 9 (Sembilan) elemen *business model canvas* dapat di kolaborasikan dengan analisis SWOT untuk mendapatkan jawaban serta Solusi terbaik yang dihadapi setiap perusahaan dari kelas bawah, menengah maupun kelas atas. Dimana Langkah pertama yaitu untuk meneliti dan memproleh data yang kemudian dapat di terapkan pada elemen-elemen *business model canvas* agar dapat memperoleh gambaran dari usaha tersebut. Langkah selanjutnya yaitu menentukan faktor apa saja yang menjadi permasalahan serta hambatan pada usaha tersebut agar mendapat solusi dengan analis SWOT terhadap data dari gambaran elemen *business model canvas pada UMKM Gula Dezan Berkah* sebagaimana telah memperoleh Solusi melalui *business model canvas* dan analisis SWOT berupa menjaga kualitas, memperbaiki packaging, memperluas distribusi kepada warung-warung, pedangan minuman kaki lima/ boba drink, caffe/ coffee shop, penjual makanan UMKM misalnya warteg dan tidak hanya distribusi secara langsung juga lebih memanfaatkan teknologi di era digitalisasi seperti *online shop*. Dalam mendistribusikan juga memanfaatkan aplikasi Gojek dengan fitur Gosend, saat menerima pesanan melalui sosial media tertentu juga tidak lupa menawarkan *COD* untuk daerah yang mudah di jangkau, dalam hal ini pelaku usaha tentu harus dapat menjaga hubungan baik dengan partner serta pelanggannya agar usaha yang di jalankan bisa mencapai kesuksesan.

Daftar Pustaka

Anter, R. E., Bin, A., Jan, H., Pondaag, J. J., Manajemen, J., Ekonomi, F., Anter, R., Jan, A. B. H., & Pondaag, J. J. (2022). *R . Anter . , A . B . H . Jan ., J . J . Pondaag Analisis Business Model Canvas Pada Ud . Perdana Motor Analysis Of The Business Model Canvas At Ud. Prime Motor Oleh : Universitas Sam Ratulangi Jurnal EMBA Vol . 10 No . 2 April 2022 , Hal . 144-153*. *10*(2), 144–153.

Awaluddin, R. (2021). *Analisis Swot Dan Business Model Canvas Di Desa*. Society: Social Science Conference Series. *04*, 116–125. https://journal.uniku.ac.id/index.php/empowerment/article/download/4043/2728

Edi Sumantri, P., & Handayani, T. (2022). *Micro, Small and Medium Enterprises As Economic Strengthening*. WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *1*(1), 111–114. https://wikuacitya.unwiku.ac.id/

Hidayatulloh, C., Pangabean, H. L., & Noviaty, E. (2021). *Analisis strategi bisnis usaha kuliner catering (studi kasus pada shinta catering depok)*. KOMPLEKSITAS: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis. *10 (01).*

Jamaludin, N., Imanika, M. S., Azzahra, P. R., & Nisa, R. (2023). *Manajemen Strategik*. MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan AkuntansiISSN : 2986-609X. 07

(02)

Kasingku, J. D. (2023). *Peran Makanan Sehat Dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik dan Kerohanian Pelajar*. Jurnal Pendidikan Mandala. *8*(3), 853–859.

Laiya, J. W., & Manueke, S. (2022). Pentingnya Akurasi Data Dalam Mempertahankan Kinerja Perusahaan Pada PT . Massindo Solaris Nusantara. *Jurnal MABP*, *4*(0431), 38–51.

Mahfud, Y., & Anwar, C. (2022). *Strategi Guerilla Marketing Amazone Laundry*. Journal of Economic, Business and Engineering. *3*(2), 219–230.

Marselina, E., & Rokamah, R. (2022). *Manajemen Produksi Home Industry Keripik GALIH*. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research. *2*(1), 105–120.

Musyawarah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju Analysis of Marketing Strategy to Increase Sales at Ibu Bagas ' s Business in Mamuju District*. *1*(1), 1–13.

Ningsih, R., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). *Analysis of business development using a business model canvas approach*. *Journal of Management Science (JMAS) 6*(1), 117–124.

Saputro, A. H., Suryaningprang, A., Wijaya, F., Muttaqin, R., & Tawaqal, R. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Tiktok Shop Untuk Peningkatan Penjualan Bagi Pelaku Usaha Di Virageawie. *Jurnal abdi insani*. *10*(September), 1291–1306.

Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study : WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)*. Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. *5*(1), 46–53.

Soraya, B., Hartoyo, S., Siregar, H., & Harianto, H. (2022). Proteksi, Ekspansi, dan Subsidi: Upaya Indonesia Menghadapi Tekanan Pasar Gula Dunia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *6*(2), 681. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.31

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D, penerbit Alfabeta,Bandung

Suharyono, J. F. S. L. R. S. S., & Hermawan, E. A. S. H. (2024). *Prospek pengembangan industri gula nasional*. https://psekp.setjen.pertanian.go.id/web/wp-content/uploads/2024/01/2.3.-Paparan_Prospek-Gula_Dr.-Julia-F-Sinuraya.pdf

Sultan, M. A., Furqon, C., & Wijaya, F. (2021). Desain Kanvas Model Bisnis Tiga Lapis Rantai Pasok Agroindustri Kopi Arabika di Kabupaten Bandung. *International*

Journal of Entrepreneurship and Sustainability Studies, *1*(2), 19–23. https://doi.org/10.31098/ijeass.v1i2.744

Widiyanti, & Wisayang, V. R. W. (2021). *Inovasi Dan Kreativitas Kang Bagong Catering Semarang*. Praxis : Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat dan Jejaring. *3*(2).

Wijaya, F. (2021). *Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis*. Jurnal Indonesia Membangun, *20*(1), 1–15.

Wijaya, F., & Adib, M. (2019). *Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis *10*(2), 205–211.

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/)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan Seblak Prasmanan Teh Windy di Karawang

Davina Meita Rizqiyanti*, Aulia Ifada, Abdul Yusuf

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang
Penulis Korespondensi: davinarizqiyanti@gmail.com
auliaifd12@gmail.com, Abdul.yusuf@staff.unsika.ac.id

Informasi Artikel:
Received: 31 Mei 2024, Accepted: 21 Juni 2024, Published: 23 Mei 2024

ABSTRACT

This research discusses whether customer experience influences customer loyalty at Seblak Teh Windy in Karawang. This research uses simple linear regression analysis and descriptive data in written and spoken words from the objects observed. The data collection technique in this research was a questionnaire; the population in this research was all people who had tried Seblak Windy Tea in Karawang, while the sample used in this research was 106 respondents. Variable X in this research is Customer Experience with Sense, feel, think, act, and related indicators. Meanwhile, Variable Y in this research is Customer Loyalty with Repeat purchase, retention, and referrals indicators. From the results of testing the feasibility of the model (F Test), the result is that the simple linear regression model cannot be used to predict Customer Loyalty, which is influenced by Customer Experience, as evidenced by the calculated F value being greater than the significant value, the simple linear regression model cannot be used to predict Customer Loyalty which is influenced by Customer Experience. Meanwhile, the correlation test (r) has a strong influence.

Keywords: Customer Loyalty and Customer Experience

1. Pendahuluan

UMKM di indonesia secara konsisten menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, UMKM menyumbang lebih dari 60 % produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyumbang sekitar 97 % dari seluruh partisipasi angkatan kerja. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain dukungan kebijakan pemerintah, kemudahan akses teknologi, serta peningkatan kreativitas dan inovasi pelaku UMKM. Perkembangan bisnis kuliner di kalangan UMKM berkembang sangat pesat, sehingga para wirausaha harus lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan usahanya agar dapat bersaing.

Salah satu usaha kuliner yang sedang diminati banyak orang yaitu seblak, yang berasal dari Kota Bandung Jawa Barat. Ciri khas seblak terletak pada rasa pedas yang menggugah selera dan pada dasarnya unik, yaitu kerupuk basah. Selain itu, seblak juga semakin banyak digabungkan dengan banyak berbagai bahan lain seperti telur, sosis, bakso, dan bahan-bahan lainnya, sehingga semakin beragam dan menarik. UMKM yang bergerak di sektor informal mempunyai potensi pasar yang besar, tidak hanya di lingkungan sekitarnya, namun juga di banyak wilayah lain di Indonesia.

Published by:

Dengan strategi pemasaran dan inovasi produk yang baik, usaha kecil dapat tumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian.

Usaha seblak memiliki tantangan, beberapa di antaranya ini termasuk persaingan yang ketat, keterbatasan modal, dan akses terhadap teknologi serta bahan baku berkualitas. Namun, di sisi lain, kemajuan teknologi digital, serta platform pemasaran online memberikan peluang besar bagi UMKM seblak untuk berkembang. Oleh karena itu, seblak sebagai bagian dari UMKM kuliner yang memiliki peluang sangat besar untuk berkembang di pasar Indonesia. Oleh sebab itu, penting bagi para pelaku UMKM seblak untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta strategi pemasaran mereka agar dapat bersaing dan berkembang dalam industri kuliner di indonesia.

Seblak Teh Windy merupakan sebuah usaha kuliner yang berada di Karawang, usaha seblak sendiri memiliki banyak sekali jenisnya, sehingga Seblak Teh Windy harus mampu memberikan kualitas layanan dan produk yang baik. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan usaha kuliner Seblak Teh Windy yang berada di daerah Karawang. Kami memutuskan Usaha Seblak Teh Windy sebagai subjek penelitian karena dilihat dari penjualannya yang lebih laris dibanding usaha seblak lainnya dan juga cara pelayanan yang digunakan secara prasmanan membuat orang lebih penasaran untuk membelinya. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, faktor kualitas dalam pelayanan memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Permasalahan yang sering terjadi pada kualitas layanan biasanya pelayanannya yang tidak memenuhi atau standar layanan yang tidak konsisten dengan harapan pelanggan, hal ini dapat menimbulkan kekecewaan serta memberikan pengalaman pada pelanggan atau customer experience yang kurang baik, hal ini dapat mengakibatkan ketidakpercayaan dan penurunan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, terdapat uraian sebagai rumusan masalah untuk diidentifikasi :

1. Apakah variabel Customer Experience memberikan pengaruh secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan Seblak prasmanan teh windy di Karawang?
2. Apakah variabel Customer Experience berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas pelanggan Seblak prasmanan teh windy di Karawang?
3. Bagaimana upaya Customer Experience untuk meningkatkan loyalitas pelanggan seblak prasmanan teh windy di Karawang?

2. Kajian Pustaka

2.1. Customer Experience

Menurut Chen Lin dalam (Septian & Handaruwati, 2021) Customer experience adalah wawasan atau kesadaran kognitif yang dapat memotivasi pelanggan. Pengakuan atau kesadaran tersebut dapat meningkatkan nilai produk atau layanan. Customer Experience merupakan hasil interaksi fisik dan emosional antar konsumen dan pelaku bisnis. Hasil interaksi tersebut dapat meninggalkan kesan pada konsumen dan dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap perusahaan. Pengalaman ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, layanan pelanggan, kemudahan penggunaan, dan emosi yang dirasakan selama interaksi. Pengalaman konsumen yang positif muncul dari interaksi yang konsisten, mudah, dan memuaskan.

Manajemen pengalaman pelanggan yang efektif memerlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan harapan pelanggan serta penerapan strategi untuk meningkatkan setiap aspek perjalanan pelanggan. Perusahaan sering kali menggunakan survei kepuasan pelanggan, analisis data, dan umpan balik langsung untuk terus meningkatkan *Customer Experience*. Oleh karena itu,

pengalaman konsumen yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, reputasi merek, dan keuntungan bisnis.

2.2. Loyalitas Pelanggan

Menurut Parasuraman dalam (Tarigan, S.Manurung, & Marpaung, 2019) menyatakan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai reaksi yang berkaitan erat dengan komitmen hubungan, dan biasanya dari penyedia layanan yang sama berdasarkan komitmen dan batasan praktis akan mencerminkan pembelian yang berkelanjutan. Di sisi lain, Oliver dalam (Kristanto, 2022) Loyalitas adalah kesediaan pelanggan untuk secara konsisten bertahan atau berlangganan kembali melakukan pembelian ulang produk/jasa yang dipilih di masa mendatang, meskipun perubahan perilaku mungkin disebabkan oleh keadaan atau upaya pemasaran berkomitmen secara mendalam. Menurut Tjiptono dalam (Norhermaya & Soesanto, 2016) loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap toko, merek, ataupun pemasok yang didasarkan atas sikap positif yang tercermin dalam bentuk pembelian berulang secara konsisten.

Loyalitas pelanggan juga erat kaitannya dengan kepercayaan, karena pelanggan yang sudah percaya terhadap suatu merek cenderung selalu mengejar produk baru dari merek tersebut tanpa mempertimbangkan merek lain. Dalam dunia bisnis, loyalitas pelanggan merupakan faktor penting karena pelanggan yang setia cenderung mempunyai pendapatan tetap. Pelaku bisnis juga dapat membangun loyalitas pelanggan melalui program loyalitas yang bertujuan untuk menjaga loyalitas pelanggan terhadap layanan dan produk yang diberikan.

2.3. Penelitian Sebelum

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 oleh Muhammad Iqbal Azhari berjudul "Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (survei pada pelanggan KFC Kawi Malang)". Hasil analisis jalur dalam penelitian ini menunjukan bahwa Customer Experience berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan. Hal tersebut terbukti dengan nilai koefisien (β) 0,288 dengan probabilitas 0,003 dimana angka tersebut signifikan karena ($p<0,05$). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel Customer Experience memiliki pengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. (Azhari, Fanani, & Mawardi, 2015)

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2016 oleh Ronny Mantala dan M. Riza Firdaus berjudul "Dampak Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Penggunaan Smartphone Android" (Studi yang dilakukan pada Mahasiswa Universitas Teknik Negeri Banjarmasin). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa aspek Customer Experience meliputi, Sense, Feel, Think, Act, dan Related secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan serta variabel related yang paling dominan. (Septian & Handaruwati, 2021)

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 oleh Roberto Gunawan dan Hartono Subagio berjudul "Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada Konsumen di Rosetta's Café & Resto Surabaya". Dengan variabel Customer Experience, yang memiliki dimensi Sense, Feel, Think, Act, Relate. Dengan memanfaatkan aspek Sense, Feel, Think, Act, dan Relate, penelitian ini sekaligus mengukur secara simultan Customer Experience berpengaruh terhadap Customer Satisfaction dengan aspek Sense yang paling dominan. (Septian & Handaruwati, 2021)

Penelitian yang oleh Eka berjudul "Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction dan Customer Trust Pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 di Surabaya". Dengan hasil *Customer Experience* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction*, *Customer trust* dan *Customer loyalty*, *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer trust*

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

dan *Customer loyalty*, dan *Customer trust* berpengaruh terhadap *Customer loyalty*. Nilai T-statistic pada hubungan antara customer experience terhadap customer loyalty yang melebihi angka standar minimum 1,96 menandakan adanya hubungan pengaruh secara kuat antara customer experience pada customer loyalty. (Wardaya, 2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Dina Gandhi Rachmawati dan Christina Whidya Utami berjudul "Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Mediasi Customer Engagement Dan Customer Trust CV. Wahyu Pratama". Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa Customer Experience berpengaruh secara signifikan terhadap customer loyalty. Pengalaman yang baik untuk konsumen akan mendorong konsumen tersebut untuk melakukan pembelian lagi kepada perusahaan. Customer Experience berpengaruh secara signifikan terhadap customer engagement. Pengalaman yang didapatkan customer pada perusahaan saat melakukan transaksi maupun kunjungan akan menciptakan keterikatan customer terhadap perusahaan. Customer Experience berpengaruh secara signifikan terhadap customer trust. Pengalaman yang dirasakan konsumen memberikan rasa percaya terhadap kualitas produk dari perusahaan sehingga tercipta rasa kepercayaan. Customer engagement berpengaruh secara signifikan terhadap customer loyalty. Keterkaitan konsumen yang berhubungan dengan keloyalan konsumen adalah behavioral, karena dengan perilaku keputusan untuk tetap memilih merek yang sama makan keloyalan itu akan terbentuk. Customer trust tidak berpengaruh secara signifikan terhadap customer loyalty. Hal ini dikarenakan usaha dari CV. Wahyu Pratama merupakan sebuah start-up yang masih belum banyak dikenal oleh masyarakat secara luas, sehingga mereka belum mengenal lebih dalam dan tidak menimbulkan mereka loyal terhadap merek. (Rachmawati & Utami, 2020)

Mengetahui apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan merupakan kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara pengalaman pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada bisnis Seblak Teh Windy. Berdasarkan hal tersebut, maka penting untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan di Seblak Prasmanan Teh Windy di Karawang" karena sampai saat ini belum ada penelitian yang dilakukan.

3. Metode Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

1. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Karawang atau konsumen yang sudah membeli Seblak Prasmanan Teh Windy Karawang.
2. Pada penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik-karakteristik khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Karakteristik khusus yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah responden yang pernah membeli Seblak Prasmanan Teh Windy di kota Karawang minimal satu kali. Rao Purba (1997), menyatakan rumus yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel bila populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui adalah sebagai berikut :

   $$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

   Keterangan :

   z = Tingkat kepercayaan yang diperlukan dalam menentukan sampel.

   Moe = Margin of error, atau kesalahan maksimum yang dapat diperbolehkan..

   n = Ukuran Sampel.

Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau z = 1,96 (tabel distribusi normal), jadi $(Moe)^2 = 0{,}1$. Besar sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: $n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$

$$n = \frac{(1{,}96)^2}{4(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416}{0{,}4}$$

$$n = 96{,}04$$

Melihat hasil perhitungan di atas, besar sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah jumlah sampel minimal 96,04. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 106 responden.

3. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner untuk metode pengumpulan data. Teknik Analisis Data yang kami gunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara dua variabel, dilakukan Analisis Korelasi dengan menggunakan.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau nilai dari data yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel dapat digunakan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi dimensi, konsep, indikator, dan ukuran untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Tujuan penggunaan variabel ini untuk menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian yang dilakukan.

Tabel 1. Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor pertanyaan
1	*Customer Experience* (X1) Schmitt (1999)	*Sense*	1. Cita rasa produk	1
			2. Kualitas produk	2
		Feel	1. Suasana Tempat Usaha	3
			2. Saya memesan minuman di Epidemi sesuai dengan mood.	4
		Think	1. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan	5
		Act	1. Kegiatan pelanggan	6
		Relate	1. Ketertarikan pelanggan	7
2	Loyalitas Pelanggan (Y) (Kotler & Keller, 2009)	*Repeat purchase*	1. Popularitas merek	8
			2. Tingkat retensi	9
		Retention	1. Ketertarikan emosional pelanggan	10
			2. Feedback pelanggan	11
		Referrals	1. Tingkat kepuasaan	12

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

			2. Reputasi merek	13

3.3. Teknik Analisis Data

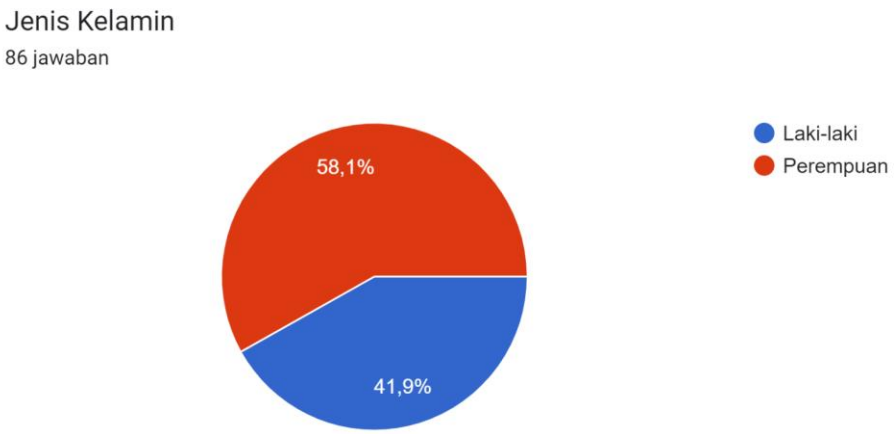
Teknik analisis data adalah metode-metode untuk mengolah dan menganalisis data yang diperoleh selama penelitian. Data dan informasi yang terkumpul akan diperiksa dan diolah untuk mencapai hasil yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Metode ini dapat mencakup studi tentang alat-alat penelitian seperti dokumen, catatan, serta proses sistematis dalam mencari dan menyusun data yang diperoleh melalui dokumentasi, wawancara, kuesioner dan lain-lain. Teknik analisis data juga membantu mengekstraksi wawasan dari data, baik dalam bentuk fakta, angka, atau metrik. Ada banyak jenis teknik analisis data, yaitu kualitatif maupun kuantitatif. Teknik analisis data kualitatif meliputi analisis isi, analisis naratif, dan analisis wacana, sedangkan teknik analisis data kuantitatif meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial. Dalam memilih metode analisis data diperlukan untuk mempertimbangkan karakteristik penelitian, karakteristik penelitian yang dikumpulkan, karakteristik sampel atau kutipan, serta karakteristik hubungan dan jumlah variabel.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang merupakan hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) yaitu Customer Experience dengan variabel dependen (Y) yaitu Loyalitas Pelanggan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

4. Hasil Dan Pembahasan

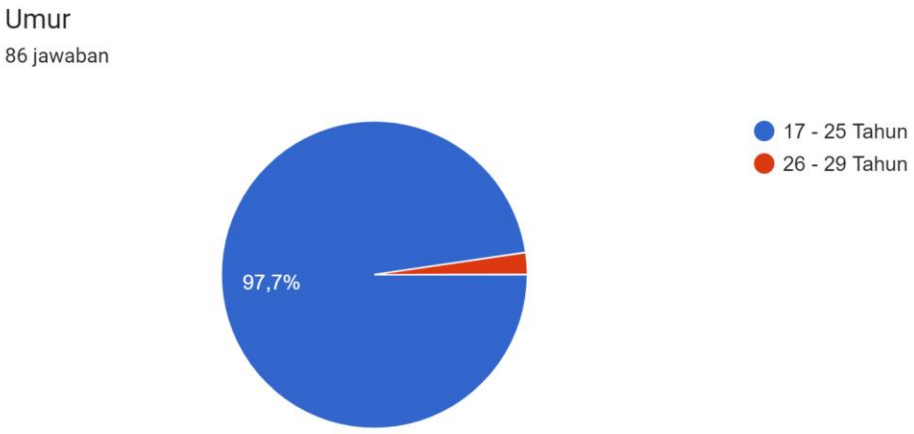
4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk melihat berbagai aspek yang dapat menjadi responden pada penelitian ini, peneliti mengambil responden dengan melihat jenis kelamin, usia, serta profesi.



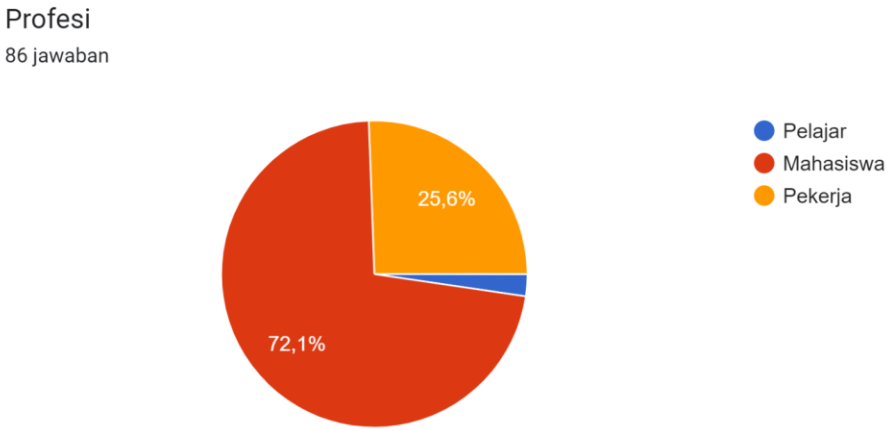
Gambar 1. Jenis Kelamin Reponden

Diagram diatas menunjukan bahwa dari 106 responden, jumlah responden paling banyak adalah perempuan dengan total 58,1% responden, sedangkan laki-laki dengan total 41,9% responden.



Gambar 2. Umur Responden

Berdasarkan diagram diatas dapat menunjukan bahwa pelanggan Seblak Teh Windy di karawang sebagian besar berusia 17-25 tahun dengan total 97,7%, sedangkan responden dengan usia 26-29 tahun sebesar 2,3%.



Gambar 3. Profesi Responden

Berdasarkan diagram diatas menunjukan bahwa responden yang memiliki profesi mahasiswa menempati urutan pertama dengan total 72,1%, profesi pekerja dengan total 25,6%, sedangkan responden yang masih pelajar dengan total 2,3%.

4.2. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mendeteksi keakuratan suatu alat ukur. Dalam penelitian ini suatu kuesioner dinyatakan valid, apabila pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan korelasi Pearson dan suatu pernyataan dianggap valid jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid. (Sanaky , Saleh, & D. Titaley, 2021)

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel. 2. Hasil Uji Validitas *Customer Experience* (X)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Cita rasa makanan di seblak prasmanan Teh Windy sangat enak	0,759	0,196	Valid
Kualitas produk yang disajikan di seblak prasmanan Teh Windy tidak pernah mengecewakan	0,791	0,196	Valid
Suasana di Seblak prasmanan Teh Windy sangat nyaman	0,767	0,196	Valid
Saya memesan seblak di seblak prasmanan teh windy sesuai dengan mood	0,565	0,196	Valid
Pelayanan di Seblak prasmanan Teh Windy sesuai dengan ekspektasi saya	0,765	0,196	Valid
Saya sering berkumpul dengan teman-teman di seblak prasmanan teh windy	0,748	0,196	Valid
Saya selalu tertarik dengan hal yang ada di seblak prasmanan teh windy	0,838	0,196	Valid

Sumber: Data Olahan (2024)

Dari Tabel 2. menunjukkan bahwa hasil *r*-hitung > *r*-tabel untuk seluruh pernyataan mengenai variabel customer experience. Maka dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel customer experience adalah valid, dengan kata lain seluruh indikator bisa dipakai untuk mengukur variabel customer experience.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Seblak Teh Windy sudah banyak dikenal orang	0,721	0,196	Valid
Seblak Teh Windy memberikan penawaran khusus	0,758	0,196	Valid
Mencoba Seblak Teh Windy karena ramai pembeli	0,754	0,196	Valid
Pelanggan merasa puas sehingga melakukan pembelian kembali	0,823	0,196	Valid
Merasa puas terhadap rasa dan pelayanan di Seblak Teh Windy	0,790	0,196	Valid
Seblak Teh Windy memiliki reputasi positif di semua kalangan	0,746	0,196	Valid

Sumber: Data Olahan (2024)

Dari Tabel 3. menunjukan bahwa hasil *r*-hitung > *r*-tabel untuk seluruh pernyataan mengenai variabel loyalitas pelanggan. Maka dapat disimpulkan dari hasil tersebut bahwa semua pernyataan pada kuesioner variabel loyalitas pelanggan adalah valid, dengan kata lain seluruh indikator dapat dipakai untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan.

4.3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dapat dilihat menggunakan dua pengukuran, yaitu cronbach's alpha dan composite reliability (Solimun & Fernandes, 2017). Teknik cronbach alpha dikatakan reliabel jika hasil nilai cronbach alpha > 0.60 dan jika nilai cronbach alpha < 0.60 (Yusup, 2018).

Tabel. 4. Hasil Uji Reliabilitas *Customer Experience* (X)

Cronbach's Alpha	Keterangan
.864	Reliabel

Sumber: Data Olahan (2024)

Pada Tabel. 4 Hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel customer experience menunjukan bahwa nilai Alpha sebesar 0.864 > 0.6, oleh karena itu dapat ditentukan dari hasil pada tabel tersebut bahwa instrumen customer experience yang digunakan pada penelitian ini adalah reliabel, semua pernyataan pada kuesioner mempunyai kesamaan hasil walaupun pada waktu yang berbeda (reliabel) dan data yang ada akurat serta bisa dipakai selaku alat ukur penelitian.

Tabel. 5. Hasil Uji Reliabilitas *Customer Experience* (X)

Cronbach's Alpha	Kesimpulan
.856	Reliabel

Sumber: Data Olahan (2024)

Pada Tabel. 5, Hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel customer experience menunjukan bahwa nilai Alpha sebesar 0.856 > 0.6 atau lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan dari hasil pada tabel tersebut bahwa instrumen pada penelitian ini adalah reliabel, semua pernyataan pada kuesioner mempunyai kesamaan hasil walaupun pada waktu yang berbeda (reliabel) dan data yang ada akurat serta bisa dipakai selaku alat ukur penelitian.

4.4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel. 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	B	Std. Error	Beta	t	sig
(Constant)	6,586	1,499		4,394	,000
Customer Experience	,660	,059	,741	11,256	,000

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Sumber : Data Olahan 2024

Dari tabel 6. Dapat diketahui bahwa koefisien regresi untuk variabel customer experience adalah 0,660 dan nilai konstannya adalah 6,586. Berdasarkan pada tabel tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi probabilitas customer experience ialah 0,000 dan t hitung 11,256.

4.5. Hasil Uji Koefisien korelasi (r)

Tabel. 7. Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,741[a]	,549	,545	2,69279

a. Predictors: (Constant), Customer Experience
Sumber : Data Olahan, 2024

Dari Tabel 7. Menjelaskan bahwa nilai R atau koefisien korelasinya sebesar = 0,741, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Customer Experience dengan variabel Loyalitas Pelanggan adalah memiliki hubungan yang kuat. Lalu, diketahui bahwa hasil koefisien determinasi antara variabel *customer experience* terhadap variabel Loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,549 atau 54,9%.

4.6. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel. 8. Uji Kelayakan Model

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	918,724	1	918,724	126,701	,000[b]
	Residual	754,115	104	7,251		
	Total	1672,840	105			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Customer Experience

Sumber : Data Olahan, 2024

Dilihat dari Tabel 8, dapat diperoleh variabel independen (customer experience) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan) dilihat dari nilai F hitung yaitu sebesar 126,701. Sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0,000 artinya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi linear ini layak digunakan, dan variabel independen customer experience memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan.

4.6. Pembahasan

Kertajaya dalam (Hijjah & Ardiansari, 2015) bahwa untuk menciptakan *customer experience* yang luar biasa ada dua hal yang harus diperhatikan. Pertama, membuat preposisi janji pengalaman pelanggan yang menarik sehingga pelanggan mau. Kedua, adalah menghadirkan realitas pengalaman pelanggan sesuai janji, jika keduanya cocok maka kepuasan pelanggan akan muncul dan akan menyebabkan kesetiaan jangka Panjang. Hasil penelitian oleh Muhammad, Fanani, & Mawardi (2015) menyatakan bahwa customer experience berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Felita dan Edwin dalam (Sanaky , Saleh, & D. Titaley, 2021) customer experience yang baik akan mendukung customer untuk kembali lagi dan pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas yang menjaga customer. Customer experience juga merupakan suatu strategi yang dapat digunakan untuk mengurangi dampak negatif dari perkembangan usaha itu sendiri. Pengalaman pelanggan (customer experience) yang dirasakan pelanggan selama mengkonsumsi produk maupun jasa berperan menjadi salah satu faktor yang cukup berpengaruh dalam membentuk customer loyalty.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dimana customer experience memiliki pengaruh yang sangat kuat pada loyalitas pelanggan yang dapat dilihat pada uji koefisien determinasi diketahui bahwa sebesar 54,9% variabel loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh customer experience sedangkan sisanya 45,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan hasil bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan customer experience, semakin tinggi penilaian customer experience maka akan semakin meningkat juga tingkat loyalitas pelanggan, serta terdapat pengaruh positif dari variabel customer experience terhadap variabel loyalitas pelanggan. Dengan demikian diartikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan customer experience terhadap loyalitas pelanggan seblak prasmanan teh windy di Karawang.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dapat berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengalaman konsumen berkontribusi positif terhadap peningkatan proses pelayanan, inovasi dan loyalitas pelanggan bagi usaha Seblak prasmanan Teh Windy Karawang. Pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan adalah kunci terpenting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Pengalaman pelanggan yang luar biasa, pengalaman yang dipersonalisasi, dan konsistensi di setiap interaksi sangat penting untuk membangun hubungan

pelanggan jangka panjang. Keterlibatan pelanggan yang efektif adalah alat tambahan yang ampuh untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan pembelian berulang. Oleh karena itu, bisnis ini perlu memahami dan meningkatkan setiap aspek pengalaman pelanggan agar berhasil membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari rumusan masalah yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Responden dalam penelitian ini 58,8% responden berjenis kelamin perempuan dan 41,2% responden berjenis kelamin laki-laki. Responden berumur antara 17 – 29 tahun, terdapat 2,4% responden berstatus sebagai pelajar, 72,9% berstatus sebagai mahasiswa, dan 24,7 berstatus sebagai pekerja.

b. Hasil pengujian regresi linear sederhana pada penelitian ini yaitu nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan berpengaruh signifikan. Koefisien regresi signifikan dan persamaan regresi linier sederhana Y = 6,586 + 0,660X. Koefisien regresi (β) bo sebesar 6,586 menerangkan bahwa apabila Customer Experience 0 maka Loyalitas Pelanggan sebesar 6,586.

c. Dari hasil uji kelayakan model (Uji F) menunjukkan nilai F hitungnya sebesar 126,701 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05, maka model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi Loyalitas Pelanggan yang dipengaruhi oleh Customer Experience.

Berdasarkan pada hasil pembahasan serta kesimpulan penelitian ini, terdapat saran sebagai berikut:

a. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian ini dengan menambah jumlah variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dan menambah jumlah teori yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan manajemen.

b. Untuk UMKM Seblak prasmanan teh windy Karawang, diharapkan untuk menjaga kepercayaan pelanggan, agar pelanggan tidak pergi ke toko lain dan kembali lagi ke Seblak prasmanan teh windy Karawang untuk pembelian selanjutnya.

Daftar Pustaka

Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (survei pada pelanggan KFC Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 28, No. 1*, 147.

Hijjah, R., & Ardiansari, A. (2015). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value. *Management Analysis Journal Vol. 4, No.4*, 282.

Kristanto, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 19, No. 1*, 15.

Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis Peengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Untuk Meningkatkan minat Beli Ulang (Studi

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Pada Online Store LAZADA.CO.ID). *Diponegoro Journal Of ManagemenT Vol. 5, No. 3*, 1.

Rachmawati, D. G., & Utami, W. C. (2020). Customer Experience terhadap Customer Loyalty dengan Mediasi Customer Engagement dan Customer Trust CV.Wahyu Pratama. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 5, No. 5*, 447.

Sanaky , M. M., Saleh, M. L., & D. Titaley, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *JURNAL SIMETRIK Vol. 11, No. 1*, 433.

Septian, P. B., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 3, No. 2*, 20.

Tarigan, H. I., S.Manurung, Y., & Marpaung, W. (2019). Loyalitas pelanggan dan Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Philanthrophy Journal of Psychology Vol. 3, No. 1*, 35.

Wardaya, E. P. (2017). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Trust pada pelanggan Bengkel Auto 2000 di Surabaya. *Petra Business & Management Review Vol. 3, No. 1*, 39.

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/)



Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Matahari Department Store Cabang Festival Citylink Bandung

Oktaviani Dameria[1)], **Fanji Wijaya**[2)]

Universitas Indonesia Membangun
email: okta@studemt.inaba.ac.id, fanjiwijaya@inaba.ac.id

Informasi Artikel:
Received: 13 Juni 2024, Accepted: 21 Juni 2024, Published: 23 Mei 2024

Abstract

PT Matahari Department Store Festival Citylink Bandung Branch has a company vision to become the best department store that is customer-centered in providing solutions to customers. However, initial interviews with company management found that employee performance still needed to be improved, and there was a need for more leadership, discipline, and aspects of the employee work environment. Thus, this research seeks to find the influence of leadership, discipline, and work environment on employee performance. This quantitative research used a sample of 60 employees as research respondents. The research results found that leadership and discipline had a significant impact on employee performance partially, but the work environment did not. Meanwhile, the results of simultaneous testing found that all three variables significantly impacted employee performance.

Keywords: Employee Performance, Leadership, Work Discipline, Work Environment

1. Pendahuluan

Manajemen sumber daya manusia melibatkan aktivitas perusahaan atau organisasi dalam menciptakan karyawan yang efektif. Sumber daya manusia adalah modal penentu keefektifan keberhasilan perusahaan. Sumber daya manusia berperan secara krusial dalam memastikan berjalannya berbagai aktivitas pada perusahaan serta penentu perkembangan perusahaan (Fajri et al., 2024). Selain itu, sumber daya manusia adalah aset terpenting bagi perusahaan dalam menjawab tuntutan zaman dan masyarakat (Zahra & Wijaya, 2023).

Karyawan sebagai sumberdaya manusia merupakan aset berharga bagi perusahaan yang perlu dikelola sebaik mungkin agar guna menghasilkan output yang optimal. Terlebih, pada era globalisasi ini, perusahaan diharuskan untuk mampu menghadapi perkembangan yang cepat dan persaingan yang tinggi, sehingga perusahaan harus mampu melaksanakan manajemen sumber daya karyawan yang efektif (Kalos et al., 2023). Dari sekian banyak faktor yang perlu diperhatikan, tiga faktor penting yang harus diupayakan pengelolaannya oleh perusahaan yaitu

Published by:

kepemimpinan, disiplin kerja dan lingkungan kerja. Hal ini dikarenakan karyawan yang memiliki atasan yang mengayomi, memiliki sikap taat serta disiplin atas aturan kerja, serta didukung dengan kenyamanan pada lingkungan kerja, akan lebih semangat dalam melaksanakan tanggung jawab kerjanya.

PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung yang sedang berkembang di Bandung telah memiliki ratusan cabang se-nusantara. Saat ini kantor pusat di Tangerang. Perusahaan ini memiliki visi perusahaan menjadi Departemen Store yang berfokus terhadap kepentingan konsumen dan menjadi solusi bagi kebutuhan konsumen. Melalui tahap wawancara dengan pihak PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung yang sedang berkembang di Bandung, terhadap 30 orang karyawan berserta HRD, didapatkan fenomena pada perusahaan tersebut, bahwa diduga kinerja karyawan didasari pada faktor kepemimpinan, disiplin kerja dan lingkungan kerja yang diciptakan perusahaan bagi karyawan. Upaya menciptakan kinerja yang baik dan PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung yang masih dianggap belum optimal. Sedangkan keberhasilan dari PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung dalam mengembangkan perusahaan salah satunya disebabkan oleh kinerja yang dimiliki para karyawan yang turut andil dalam perusahaan.

Adapun penelitian ini dilakukan berdasarkan wawancara awal dengan pihak manajemen perusahaan PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung, diketahui bahwa data kinerja karyawan masih harus ditingkatkan atau dapat dikatakan kurang maksimal oleh perusahaan, karena pada tahun ini mengalami penurunan yang berdampak pada konsep yang didapatkan oleh perusahaan menurun dibanding dengan bulan sebelumnya. Untuk melihat hal tersebut maka dibawah ini dilampirkan tabel data pra survey kinerja karyawan. Dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1 Data Pra Survey Kinerja Karyawan Pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Kota Bandung

Periode 2021 - 2022	Standar minimum target transaksi	Realisasi jumlah transaksi
Desember 2021	75 %	82 %
Januari 2022	75 %	70 %
Februari 2022	75 %	78 %
Maret 2022	75 %	74 %
April 2022	75 %	94 %
Mei 2022	75 %	80 %
Juni	75 %	74 %
Juli	75 %	79 %
Agustus	75 %	71 %
September	75 %	76%
Oktober	75 %	74 %
November	75 %	79 %

Sumber: Hasil pra survei diolah peneliti tahun 2022

Tabel tersebut menggambarkan bahwa perusahaan PT Matahari Departement Store Cabang

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Festival Citylink Bandung adalah jumlah transaksi pengunjung selama tahun 2021-2022 transaksi yang dilakukan tidak mencapai standar minimum target 75 % yang diharapkan diantaranya pada bulan januari 70 %, bulan maret 74 %, bulan juni 73%, Agustus 71%, dan Oktober 74%. Hal ini harus diperhatikan oleh PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung untuk menemukan masalah - masalah yang diduga menyebakan perusahaan mengalami fluktuasi jumlah transaksi kunjungan dari pembeli.

Terdapat beberapa faktor kinerja karyawan, diantaranya yaitu kepemimpinan. Menurut Kartono (2017) kepemimpinan dapat dipahami sebagai sikap dominasi seorang atasan yang berasal dari kemampuan pribadinya dalam mengarahkan dan mendorong bawahannya untuk bersama meraih target perusahaan. Kepemimpin dari seorang pemimpin yang mampu memberikan motivasi, mendukung, memberikan pengajaran, serta membimbing dengan baik, akan memudahkan karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai arahan dan meningkatkan kebahagiaan karyawan (Prayogo et al., 2024). Alhasil, dengan kepemimpinan yang baik, kinerja karyawan akan meningkat.

Faktor selanjutnya yaitu disiplin kerja. Sutrisno (2019) menyebutkan bahwa disiplin kerja adalah perilaku ketaatan karyawan terhadap aturan dalam pekerjaan yang didasari pada kebijakan formal maupun kebiasaan non formal pada perusahan. Kinerja karyawan pada perusahaan didasari pada disiplin kerja karyawan mengingat disiplin kerja menggambarkan upaya karyawan dalam menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan tekun (Prayogo et al., 2024).

Faktor terakhir yaitu lingkungan kerja. Sedarmayanti (2017) mendefinisikan lingkungan kerja sebagai lokasi atau tempat kerja yang didalamnya terdapat fasilitas yang dapat mendukung pelaksanaan pekerjaan dan pencapaian tujuan organisasi. Kenyamanan dan kebersihan lingkungan pekerjaan dapat membantu karyawan menyelesaikan pekerjaannya dengan baik serta menciptakan rasa kenikmatan dalam pekerjaannya (Aulia & Wijaya, 2023).

Adapun berdasarkan hasil pra penelitian pada PT Matahari Departemesnt Store Cabang Festival Citylink Bandung, dapat diketahui bahwa kepemimpinan pada perusahaan ini masih cenderung lemah. Selain itu, kedisiplinan waktu dan absensi karyawan juga masih tergolong kurang. Di sisi lain, ditemukan juga bahwa lingkungan kerja perusahaan dalam hitungan persentase masih cenderung ke arah kurang optimal dari jawaban pernyaatan. Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian mengenai "Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin kerja dan Lingkungan Kerja Karyawan Terhadap Karyawan Pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung."

2. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Kasmir (2016:25), menyatakan bahwa manajemen SDM dapat dipahami sebagai sekumpulan proses yang melibatkan tata kelola, penseleksian, pengembangan, pembagian insentif, pelaksanaan standar keselamatan kerja, penjagaan relasi industry, hingga pemutusan kontrak kerja dalam rangka untuk merealisasikan target perusahaan dan memuaskan investor.

Adapun Afandi (2018:3) memaknai manajemen SDM sebagai suatu ilmu yang membahas pengaturan hubungan serta peran tenaga kerja dalam mengupayakan pencapaian tujuan dengan efektif dan efisien.

Published by:

Sutrisno (2019:6) menyebutkan bahwa manajemen SDM termasuk dalam pembahasan manajemen organisasi yang berfokus pada unsur tenaga kerja manusia.

Sehingga, manajemen SDM dapat disimpulkan sebagai ilmu yang membahas mengenai serangkaian proses dalam mengelola tenaga kerja untuk merealisasikan target dan tujuan perusahaan.

2.2 Pengertian Kinerja Karyawan

Menurut Hasibuan (2019:94) kinerja dapat dipahami sebagai hasil pekerjaan karyawan tatkala melakukan berbagai tugas pekerjaan didasari pada kemampuan dan pengalaman individu karyawan.

Mangkunegara (2017:65) menyebutkan bahwa kinerja dimaknai sebagai anggapan yang didasari oleh kualitas dan kuantitas terhadap hasil pekerjaan individu atas tanggung jawab dan tugas kerjanya.

Adapun Fahmi (2016:176) memaknai kinerja sebagai hasil kerja organisasi selama suatu masa atau periode waktu. Sehingga, kinerja dapat disimpulkan sebagai hasil pekerjaan karyawan atas tugas kerja dan tanggung jawabnya.

2.3 Pengertian Kepemimpinan

Menurut Kartono (2017:187) kepemimpinan dapat dipahami sebagai sikap dominasi seorang atasan yang berasal dari kemampuan pribadinya dalam mengarahkan dan mendorong bawahannya untuk bersama meraih target perusahaan.

Rivai & Sagala (2014:187) memaknai kepemimpinan sebagai seni yang mempelajari bagaimana suatu rasa percaya, sikap patuh dan hormat, serta kerjasama dapat muncul dari kemampuan memimpin dan mengarahkan individu lain dalam merealisasikan tujuan.

Sedarmayanti (2017:363) memaknai kepemimpinan sebagai serangkaian kegiatan memberikan pengaruh bagi sekelompok orang guna bekerja sama dalam merealisasikan target perusahaan.

Sehingga, kepemimpinan dapat disimpulkan sebagai seni yang membahas mengenai kemampuan individu dalam memberikan pengaruh dan menciptakan kerjasama anggota organisasi dalam merealisasikan target perusahaan.

2.4 Pengertian Disiplin Kerja

Menurut Sutrisno (2019:89) disiplin adalah disiplin kerja adalah perilaku ketaatan karyawan terhadap aturan dalam pekerjaan yang didasari pada kebijakan formal maupun kebiasaan non formal, serta tidak tertulis ataupun tertulis pada perusahan.

Mangkunegara (2017:129) memaknai disiplin sebagai bentuk tata pelaksanaan dan fungsi manajemen dalam menguatkan pedoman yang diterapkan pada perusahaan.

Adapun sinambela (2016:334) memahami disiplin sebagai keinginan individu dalam menaati kebijakan yang diberlakukan didasari pada kesadaran yang dimilikinya. Sehingga, disiplin kerja dapat disimpulkan sebagai perilaku ketaatan dan keinginan untuk taat terhadap kebijakan dan aturan kerja perusahaan.

2.5 Pengertian Lingkungan Kerja

Sedarmayanti (2017:123) lingkungan kerja sebagai lokasi atau tempat kerja yang didalamnya

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

terdapat fasilitas yang dapat mendukung pelaksanaan pekerjaan dan pencapaian tujuan organisasi, serta misi dan visi perusahaan.

Adapun Sutrisno (2019:89) memaknai lingkungan kerja sebagai serangkaian sarana prasarana kerja yang melingkupi pekerjaan karyawan. Menurut Nitisemito (2015:127), lingkungan kerja dapat dimaknai sebagai berbagai kondisi sekitar tempat kerja yang dapat berdampak pada pekerjaan.

Sehingga, lingkungan kerja dapat disimpulkan sebagai berbagai sarana, situasi, dan fasilitas yang ada di sekeliling tempat kerja dan dapat mendukung pekerjaan.

2.6 Hipotesis

Sugiyono (2019:96) memberikan definisi hipotesis sebagai pernyataan yang mengandung jawaban temporer atas pertanyaan penelitian yang ditetapkan, pada penelitian ini berupa:

1. Terdapat pengaruh positif kepemimpinan pada PT Matahari Departemesnt Store Cabang Festival Citylink Bandung terhadap kinerja karyawan.
2. Terdapat pengaruh positif disiplin kerja pada PT Matahari Departemesnt Store Cabang Festival Citylink Bandung terhadap kinerja karyawan.
3. Terdapat pengaruh positif lingkungan kerja pada PT Matahari Departemesnt Store Cabang Festival Citylink Bandung terhadap kinerja karyawan
4. Terdapat pengaruh positif kepemimpinan, disiplin kerja, dan lingkungan kerja pada PT Matahari Departemesnt Store Cabang Festival Citylink Bandung terhadap kinerja karyawan.

2.7 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya bermaksud untuk menelaah penelitian sejenis sehingga dapat menjadi dukungan bagi penelitian ini.

Tabel 2 Penelitian Sebelumnya

No	Topik	Penulis	Perbedaaan dan Persamaan	Hasil Penelitian
1	Dampak Positif Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan	Kadek Aria Mandala dan Yayah Atmajawati	• Lokasi studi kasus • Jumlah responden • Metode penelitian menggunakan uji sensus	Hasil akhir menemukan dampak positif keempat variabel terhadap kinerja
2	Dampak Positif Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Etos Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di	Ali Sahputra	• Lokasi penelitian • Variabel etos kerja • Jumlah responden	Hasil akhir menemukan dampak positif ketiga variabel terhadap kinerja

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

	PUDAM Tirta Bina			
3	Dampak Positif Lingkungan Kerja Fisik dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keuangan Daerah di Kabupaten Tabanan	I Made Rastana, I Gede Mahayasa, Ni Wayan Wina Premayani	• Lokasi penelitian • Variabel kepemimpinan • Jumlah responden	Hasil akhir menemukan dampak positif kedua variabel terhadap kinerja
4	Analisis Dampak Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan CV. Berkah Jaya Utama	Nanang Suherman	• Lokasi penelitian • Variabel motivasi kerja • Metode pengumpulan data • Jumlah responden	Hasil akhir menemukan pentingnya peranan ketiga variabel terhadap kinerja
5	Dampak Positif Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan	Yelissa Hajlita Dewi, Rizki Andy Bhara Mulyanto, Rima Melati	• Lokasi penelitian • Variabel motivasi kerja • Jumlah responden	Hasil akhir menemukan dampak positif ketiga variabel terhadap kinerja

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi dan Sampel

Penelitian ini memilih karyawan PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung Kota Bandung sebanyak 150 orang sebagai populasi penelitian. Bagi penentuan sampel, penulis menggunakan rumus Yamane dan Isaac dan Michael dan didapatkan jumlah sampel berupa 60 responden.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu: pada penelitian teknik apa yang digunakan

Menurut Sugiyono (2019:314), dokumentasi sebagai proses mendapatkan data dari dokumen yang ada semisal buku, jurnal, arsip, ataupun laporan yang mendukung hasil penelitian.

3.3 Operasional Variabel

Definisi operasionalisasi variabel didefinisikan oleh Sugiyono (2019:221) sebagai pemberian makna, penjelasan, serta arti mengenai variabel dan konstruk yang digunakan dalam penelitian. Uraian operasionalisasi variabel penelitian ini sebagai berikut:

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 3 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No kues	Skala
1.	Kinerja (Y)	"Kinerja ialah hasil dari pekerjaan karyawan didasarkan pada kesesuaian dengan tanggung jawab serta kualitas dan kuantitasnya." Mangkunegara, (2017:75)	1. Kualitas Kerja	1. Kerapihan Kerja	1	Ordinal
				2. Ketelitian kerja	2	
				3. Kesalahan Kerja	3	
			2. Kuantitas Kerja	1. Efisiensi Kerja	4	
				2. Efektivitas Kerja	5	
			3. Tanggung Jawab	1. Hasil Kerja	6	
				2. Sarana prasarana	7	
			4. Kerjasama	1. Kesedian berpartisifasi	8	
			5. Inisiatif	1. Kemandirian	9	
				2. Mengatasi Masalah	10	
2.	Kepemimpinan (X_1)	"Kepemimpinan adalah seni dalam mempengaruhi serta mengarahkan orang lain dengan kepatuhan, kepercayaan, kehormatan, dan kerjasama yang bersemangat untuk menggapai	1. Intruksi kerja	1. Mampu menggerakan	1	Ordinal
			2. pembagian tugas	2. Mampu mengorganisir	2	
			3. kemampuan memotivasi	3. Mampu mengarahkan	3	
			4. keterampilan komunikasi	4. Mampu mempengaruhi	4	

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

		tujuan bersama." Rivai dan Sagala (2014:87)				
3	Disiplin Kerja (X_2)	"Disiplin adalah perilaku ketaatan karyawan terhadap aturan dalam pekerjaan yang didasari pada kebijakan formal maupun kebiasaan non formal, serta tidak tertulis ataupun tertulis pada perusahan." Sutrisno (2019:89)	1. Taat terhadap aturan waktu	1. Jam masuk	1	Ordinal
				2. Jam pulang	2	
				3. Istirahat tepat waktu	3	
			2. Taat terhadap peraturan perusahaan	1. Cara berpakaian	4	
				2. Tingkah laku	5	
			3. Taat terhadap aturan perilaku dalam pekerjaan	1. Sesuai SOP	6	
				2. Tanggung Jawab	7	
			4. Taat terhadap peraturan lainnya	1. Norma yang berlaku	8	
4	Lingkungan Kerja (X_3)	Lingkungan kerja merupakan lokasi atau tempat dengan fasilitas pendukung pelaksanaan pekerjaan	Lingkungan Kerja Fisik	Penerangan	1	Ordinal
				Suhu udara	2	
				Suara bising	3	
				Pengunaan warna	4	
				Fasilitas	5	
				Keamanan kerja	6	

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

	dan pencapaian tujuan organisasi, serta misi dan visi perusahaan. Sedarmayanti (2017:123)	Lingkungan Kerja Non Fisik	Hubungan kerja	7
			Hubungan yang harmonis	8
			Kesempatan untuk maju	9
			Keamanan untuk dalam bekerja	10

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Deskripsi Responden Penelitian

Responden penelitian ini merupakan 60 orang karyawan PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink. Identitas responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi empat karakteristik yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, serta lama bekerja.

4.1.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Identitas responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi perempuan dan laki-laki sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	22	37%
Perempuan	38	63%
Jumlah	60	100%

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dominasi responden adalah perempuan sebesar 63% atau 38 orang. Sedangkan responden laki-laki hanya sebesar 37% atau 22 orang. Perbedaan jumlah karyawan berdasarkan jenis kelamin ini dikarenakan perempuan pada umumnya memang mendominasi pekerja di indutri ritel atau departement store.

4.1.2 Identitas responden berdasarkan usia

Identitas responden penelitian berdasarkan usia dibagi menjadi berusia <20 tahun, 20-30 tahun, 30-40 tahun, serta >40 tahun sebagaimana tabel berikut:

Tabel 5 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	3	5%
20-30 tahun	28	47%
30-40 tahun	23	38%
Lebih dari 40 tahun	6	10%
Total	60	100%

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dominasi responden adalah karyawan berusia 20-30 tahun sebesar 47% atau 28 orang. Kemudian dilanjutkan dengan karyawan berusia 30-40 tahun sebesar 38% atau 23 orang. Lalu, karyawan berusia lebih dari 40 tahun sebesar 10% atau 6 orang. Sedangkan responden berusia di bawah 20 tahun hanya sebesar 5% atau 3 orang. Dominasi karyawan muda yang berusia 20-30 dan 30-40 tahun ini merupakan hal yang wajar dikarenakan usia tersebut merupakan usia angkatan kerja dimana kaum muda berupaya untuk secara aktif bekerja dan menghasilkan uang sendiri.

4.1.3 Identitas responden berdasarkan pendidikan

Identitas responden penelitian berdasarkan pendidikan dibagi menjadi SMA/SMK, D3, S1, dan S2 sebagaimana tabel berikut:

Tabel 6 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	28	47%
D3	17	28%
S1	14	23%
S2	1	2%
Total	60	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dominasi responden memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK sebesar 47% atau 28 orang. Kemudian dilanjutkan dengan karyawan dengan pendidikan terakhir D3 sebesar 28% atau 17 orang. Lalu, karyawan dengan pendidikan terakhir S1 sebesar 23% atau 14 orang. Sedangkan karyawan dengan pendidikan terakhir S2 hanya sebesar 2% atau 1 orang. Dominasi karyawan dengan pendidikan terakhir SMA/SMK ini menjadi wajar dikarenakan pada perusahaan ritel, terdapat sejumlah jabatan yang hanya mensyarakatkan ijazah SMA/SMK sebagai lamaran dan tidak mensyaratkan ijazah yang terlalu tinggi.

4.1.4 Identitas responden berdasarkan lama bekerja

Identitas responden penelitian berdasarkan lama bekerja dibagi menjadi <1 tahun, 1-2 tahun, 3-5 tahun, dan >5 tahun sebagaimana tabel berikut:

Tabel 7 Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Bekerja	Jumlah	Persentase
Kurang dari 1 tahun	5	8%
1-2 tahun	26	43%
3-5 tahun	20	33%
Lebih dari 5 tahun	9	15%
Total	60	100%

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa dominasi responden telah bekerja selama 1-2 tahun sebesar 43% atau 26 orang. Kemudian dilanjutkan dengan karyawan yang telah bekerja selama

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

3-5 tahun sebesar 33% atau 20 orang. Lalu, karyawan yang telah bekerja selama lebih dari 5 tahun sebesar 15% atau 9 orang. Sedangkan karyawan yang telah bekerja selama <1 tahun hanya sebesar 8% atau 5 orang. Dominasi karyawan dengan lama bekerja 1-2 dan 3-5 tahun menggambarkan bahwa karyawan cenderung merasa betah bekerja pada perusahaan.

4.2 Uji Validitas

Pengujian validitas bermaksud mengidentifikasi keakuratan dan ketelitian kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pengujian validitas pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut,

Tabel 8 Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung
Y_1 (Kerapihan kerja)	0,427
Y_2 (Ketelitian kerja)	0,604
Y_3 (Kesalahan kerja)	0,671
Y_4 (Efisiensi Kerja)	0,503
Y_5 (Efektivitas Kerja)	0,456
Y_6 (Hasil Kerja)	0,613
Y_7 (Sarana prasarana)	0,659
Y_8 (Kesedian berpartisipasi)	0,598
Y_9 (Kemandirian)	0,586
Y_10 (Mengatasi masalah)	0,393
X1_1 (Mampu menggerakan)	0,665
X1_2 (Mampu mengorganisirkan)	0,689
X1_3 (Mampu mengarahkan)	0,818
X1_4 (Mampu mempengaruhi)	0,715
X2_1 (Jam masuk)	0,712
X2_2 (Jam pulang)	0,698
X2_3 (Istirahat tepat waktu)	0,679
X2_4 (Cara berpakaian)	0,705
X2_5 (Tingkah laku)	0,646
X2_6 (Sesuai SOP)	0,589
X2_7 (Tanggung jawab)	0,615
X2_8 (Norma yang berlaku)	0,561
X3_1 (Penerangan)	0,411
X3_2 (Suhu udara)	0,371
X3_3 (Suara bising)	0,600
X3_4 (Penggunaan warna)	0,765
X3_5 (Fasilitas)	0,766
X3_6 (Keamanan kerja)	0,771
X3_7 (Hubungan kerja)	0,618
X3_8 (Keharmonisan hubungan)	0,542
X3_9 (Kesempatan maju)	0,714
X3_10 (Keamanan dalam bekerja)	0,563

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, seluruh r hitung lebih besar daripada 0,2542. Sehingga, valid dan

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

penelitian memungkinkan untuk dilanjutkan.

4.3 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bermaksud mengidentifikasi keandalan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut,

Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	**Nilai Cronbach Alpha**
Y (Kinerja)	0,755
X1 (Kepemimpinan)	0,696
X2 (Disiplin Kerja)	0,798
X3 (Lingkungan Kerja)	0,803

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, seluruh nilai Cronbach alpha >0,6. Sehingga, reliabel dan penelitian dapat dilanjutkan.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas bermaksud mengidentifikasi kenormalan distribusi data yang didapat dari kuesioner sebagai data hasil penelitian. Pengujian normalitas pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut,

Tabel 10 Hasil Uji Normalitas

				Unstandardized Residual
N				60
Normal Parameters[a,b]	Mean			.0000000
	Std. Deviation			1.91365917
Most Extreme Differences	Absolute			.073
	Positive			.049
	Negative			-.073
Test Statistic				.073
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]				.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.			.600
	99% Interval	Confidence	Lower Bound	.587
			Upper Bound	.612

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, signifikansi asymp sig > 0,05. Sehingga, dinyatakan normal.

4.4.2 Uji multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bermaksud mengidentifikasi korelasi antar variabel bebas yang digunakan oleh peneliti. Pengujian multikolinearitas pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut,

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 11 Hasil Uji Multikolinearitas

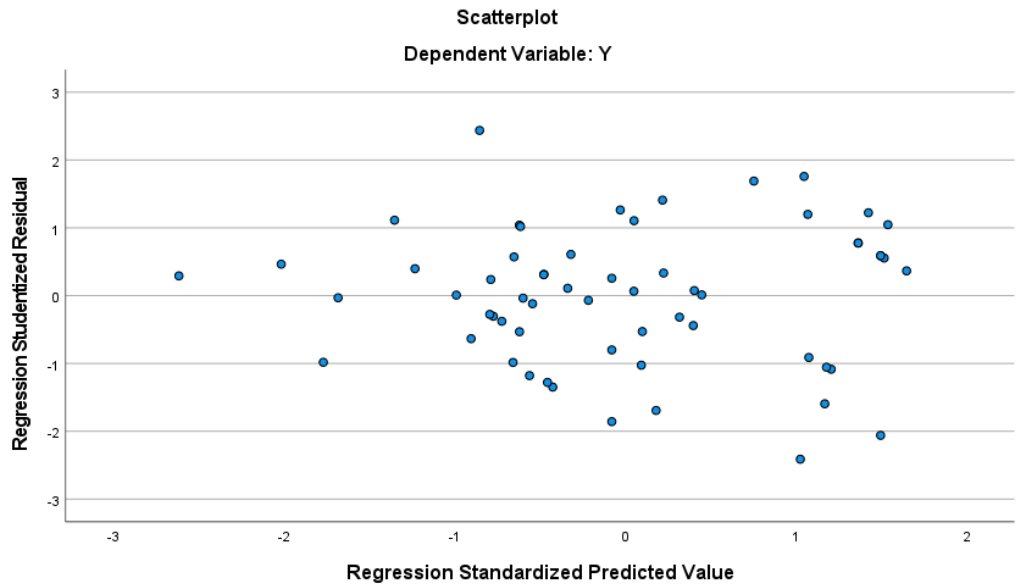
Model		Coefficients[a] Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1 (Kepemimpinan)	.621	1.611
	X2 (Disiplin kerja)	.595	1.680
	X3 (Lingkungan kerja)	.943	1.060

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai tolerance >0,1 serta nilai VIF <10. Sehingga, tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas pada model penelitian. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut,



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Output, 2024

Berdasarkan gambar di atas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena titik-titik tersebar dengan baik.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Pengujian analisis regresi berganda bermaksud mengidentifikasi kaitan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan. Pengujian regresi berganda pada

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

penelitian ini mendapatkan hasil berikut,

Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	11.965	3.932	3.043	.004
	X1 (Kepemimpinan)	.423	.172	2.461	.017
	X2 (Disiplin kerja)	.621	.095	6.512	.000
	X3 (Lingkungan kerja)	.061	.075	.807	.423

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan persamaan berikut:

$$Y = 11.965 + 0{,}423X_1 + 0{,}621X_2 + 0{,}061X_3$$

Adapun penjelasan angka pada persamaan tersebut adalah:

1. Tatkala kepemimpinan mengalami peningkatan sebanyak 1, maka kinerja mengalami peningkatan sebesar 0,423 dan sebaliknya.
2. Tatkala disiplin kerja mengalami peningkatan sebanyak 1 skor, maka kinerja mengalami peningkatan sebesar 0,621 dan sebaliknya.
3. Tatkala lingkungan kerja mengalami peningkatan sebanyak 1 skor, maka kinerja mengalami peningkatan sebesar 0,061 dan sebaliknya.

4.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bermaksud mengidentifikasi jawaban atas masalah penelitian didasarkan pada data hasil yang didapat. Pengujian hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil berikut.

Berdasarkan tabel 8 pada sub bab di atas, hasil yang didapat berupa:

1. Nilai signifikansi X1 sebesar 0,017 sehingga signifikansi <0,05. Diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh positif kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung.
2. Nilai signifikansi X2 sebesar 0,000 sehingga signifikansi <0,05. Diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh positif disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung.
3. Nilai signifikansi X3 sebesar 0,423 sehingga signifikansi >0,05. Diinterpretasikan bahwa tidak terdapat pengaruh positif lingkungan kerjaterhadap kinerja karyawan pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung.

Tabel 13 Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.670	3	151.890	39.367	.000[b]
	Residual	216.063	56	3.858		
	Total	671.733	59			

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Sumber: Output, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi <0,05. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa X1, X2, dan X3 secara simultan mempengaruhi dengan positif terhadap Y.

5. Pembahasan

Hasil uji hipotesis parsial ditemukan bahwa kepemimpinan berdampak positif dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Kesamaan hasil ditemukan pada Mandala & Atmajawati (2022) yang menemukan bahwa kepemimpinan berdampak positif dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Begitu juga kesamaan hasil didapatkan pada Sahputra (2022) dan Dewi et al. (2021). Kemudian, ditemukan juga disiplin kerja berdampak positif dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Kesamaan hasil terdapat pada Sahputra (2022). Begitu juga pada Mandala & Atmajawati (2022) dan Rastana et al. (2021).

Namun, pada hasil uji hipotesis parsial variable lingkungan kerja didapatkan hasil yang berbeda bahwa tidak terdapat pengaruh lingkungan kerja atas kinerja karyawan. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Mandala & Atmajawati (2022). Begitu juga pada Warongan et al. (2022) dan Akhiriani (2023). Sedangkan, hasil uji hipotesis simultan memberikan hasil bahwa terdapat ketiga variabel berdampak dalam mempengaruhi dengan positif kinerja karyawan pada PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink Bandung.

6. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan penelitian, maka terdapat beberapa kesimpulan hasil penelitian sebagaimana berikut:

1. Hasil pengolahan data analisis deksriptif ditemukan bahwa total skor seluruh indikator pada variabel kepemimpinan diinterpretasikan sangat tinggi. Hal ini berarti responden penelitian merasa bahwa sifat-sifat kepemimpinan telah dirasakan pada kepemimpinan manajer atau atasan.
2. Hasil pengolahan data analisis deksriptif ditemukan bahwa bahwa total skor seluruh indikator pada variabel disiplin kerja juga diinterpretasikan sangat tinggi yang berarti responden penelitian merasa bahwa karyawan telah menerapkan kedisiplinan dalam bekerja.
3. Hasil pengolahan data analisis deksriptif ditemukan bahwa bahwa total skor seluruh indikator pada variabel lingkungan kerja diinterpretasikan sangat tinggi yang berarti responden penelitian merasa bahwa lingkungan kerja telah nyaman dan mendukung pekerjaan mereka.
4. Hasil pengolahan data analisis deksriptif ditemukan bahwa bahwa total skor seluruh indikator pada variabel kinerja diinterpretasikan sangat tinggi yang berarti responden penelitian merasa bahwa kinerja karyawan telah baik dan berkualitas sesuai harapan perusahaan.
5. Hasil uji hipotesis parsial ditemukan bahwa kepemimpinan berdampak dalam mempengaruhi kinerja karyawan.
6. Hasil uji hipotesis parsial ditemukan bahwa disiplin kerja berdampak dalam mempengaruhi terhadap kinerja karyawan.
7. Namun, pada hasil uji hipotesis parsial variabel lingkungan kerja didapatkan hasil yang

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

berbeda bahwa tidak terdapat pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada.

8. Adapun hasil uji hipotesis simultan memberikan hasil bahwa kepemimpinan, disiplin kerja, dan lingkungan kerja berdampak dalam mempengaruhi secara simultan terhadap kinerja karyawan.

Adapun peneliti mengusulkan saran berupa:

1. Perusahaan perlu lebih memperhatikan kemampuan atasan dalam mengarahkan karyawan dengan baik pada aspek kepemimpinan manajer atau atasan. Misalnya, PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink dapat memberikan pelatihan pada atasan terkait cara memberikan pengarahan yang baik pada bawahan, serta menyiapkan evaluasi kerja atasan yang mempertimbangkan kemampuan mengarahkan, sehingga atasan akan lebih termotivasi untuk mampu mengarahkan bawahannya dengan baik. Hal ini dikarenakan indikator kemampuan atasan dalam mengarahkan karyawan mendapatkan total skor terendah pada variabel kepemimpinan.
2. Perusahaan perlu berupaya dalam memastikan kepatuhan karyawan terhadap aturan yang berlaku sesuai dengan SOP pada aspek disiplin kerja. Misalnya, PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylinkdapat melakukan evaluasi rutin dalam mengecek kesesuaian kerja karyawan dengan SOP yang berlaku. Hal ini dikarenakan indikator kepatuhan terhadap aturan yang berlaku sesuai dengan SOP mendapatkan total skor terendah pada variabel disiplin kerja.
3. Perusahaan perlu lebih memperhatikan pencahayaan di tempat kerja pada aspek lingkungan kerja. PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink perlu memperhatikan bahwa setiap bagian atau divisi mendapatkan penerangan yang baik dalam melaksanakan pekerjaannya, sekalipun bekerja di bagian belakang seperti pergudangan. Hal ini dikarenakan indikator pencahayaan mendapatkan total skor terendah pada variabel lingkungan kerja.
4. Perusahaan perlu meningkatkan pelaksanaan standar kinerja dan kerjasama dengan rekan kerja pada aspek kinerja karyawan. Misalnya, PT Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink perlu menentukan SOP yang jelas bagi setiap bagian dan pekerjaan karyawan. Selain itu, T Matahari Departement Store Cabang Festival Citylink dapat menciptakan suasana kerja yang menyenangkan dan mengakrabkan karyawan agar kerjasama lebih mudah terbentuk. Hal ini dikarenakan indikator pelaksanaan standar kinerja dan kerjasama dengan rekan kerja mendapatkan total skor terendah pada variabel kinerja karyawan.
5. Adapun bagi peneliti *selanjutnya*, dapat mengembangkan variabel lainnya seperti beban kerja, *organizational citizenship behavior,* kepuasan kerja*,* ataupun variabel lainnya yang belum dibahas pada penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat memfokuskan penelitian pada objek karyawan perempuan saja mengingat karyawan perempuan mendominasi responden penelitian ini.

Daftar Pustaka

Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Akhiriani, A. D., & Risal, T. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, *2*(1), 27-36.

Aulia, S. N., & Wijaya, F. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 154–159.

Dewi, Y. H., Mulyanto, R. A. B., & Melati, R. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan, *Jurnal Syntax Transformation, 3(9)*.

Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja*. Mitra Wacana Media: Jakarta

Fajri, A. M., Wijaya, F., & Pratama, M. R. (2024). Pengaruh Motivasi dan Self Efficacy melalui Kepuasan Kerja terhadap Kinerja pada PT. Kencana Makmur Lestari. *ECo-Buss*, 6(3), 1446–1457.

Hasibuan (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Bumi Aksara.

Kalos, Y., Wijaya, F., Dayona, G., & Saputro, A. H. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik, Motivasi Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Media Solusi Network. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi),* 9(4), 1359–1367. https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1320

Kartono, K. (2017). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik*). Depok: PT. Rajagrafindo Persada

Mandala, K. A., & Atmajawati, Y. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Kecamatan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, *11*(5).

Mangkunegara. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nitisemito, A. (2015). *Manajemen Personalia (Manajemen Sumber Daya Manusia).* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Prayogo, E. M., Siddiq, A. M., & Wijaya, F. (2024). Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Akur Pratama (Cabang Yogya Riau Junction Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis*, 5(1), 2745–7273.

Rastana, I. M. S., Mahayasa, I. G. A., & Premayani, N. W. W. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Keuangan Daerah di Kabupaten Tabanan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, *1*(3), 834-843.

Rivai, V. & Sagala, E. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek.* Bandung: Rajagrafindo Persada.

Sahputra, A. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Etos Kerja Dan Lingkungan

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PUDAM) Tirta Bina. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, *2*(1), 116-131.

Sedarmayanti. (2017). *Perancangan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja, dan Produktivitas Kerja.* Bandung: Refika Aditama.

Sinambela, L. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun. Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja.* Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono, (2019). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pertama*). Jakarta: Prenadamedia Group.

Warongan, B. U., Dotulong, L. O., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Jordan Bakery Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *10*(1), 963-972.

Widodo, S., Ladyani, F., Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devrianya, A., Hidayat, A., & Widya, N. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian.* Pangkal Pinang: CV. Science Techno Direct.

Zahra, D. A., & Wijaya, F. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Kompensasi, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di Restoran the White Clover Resto & Dine. *Journal of Economics and Business UBS,* 12(2), 822–837. https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.185

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/)

Published by:

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Strategi Pengembangan Bisnis Pada UMKM Makanan Sehat Warung Lotek Ibu Cucu

Siti Nurpatimah*, Fanji Wijaya

Universitas Indonesia Membangun, Indonesia
Penulis Korespondensi: Email: sitinurpatimah@student.inaba.ac.id*, fanji.wijaya@inaba.ac.id

Informasi Artikel:
Received: 11 Juni 2024, Accepted: 24 Juni 2024, Published: 26 Mei 2024

Abstract

This research was conducted using a qualitative method, which was prepared using SWOT analysis to find out what strategies are appropriate for developing the MSME business of the mother and grandson's look stall, especially with the existence of the same business, which could be a threat. Based on the research results using SWOT analysis, an overview of the position of Ibu Cucu's Lotek stall is in position IV, which means that Ibu Cucu's Lotek stall business is currently in a stable condition. To develop the Ibu Cucu Lotek stall business, after the analysis has been carried out and several known problems and the current position of the business is stable, the author suggests creating a new strategy for the MSME business actors of the Ibu Cucu Lotek stall to add employees so that it is not too burdensome when providing services to consumers and consumers as well. don't wait long when making a purchase. Then, for marketing, the author suggests registering your business on online platforms such as Gofood and Shopeefood to expand marketing and reach consumers further to find out about the products being sold. As technology develops at this time in the future, the author suggests providing payment via QRIS, Gopay, Dana, and Spay to make payments more manageable.

Keywords: Manajemen Strategi, Analisis SWOT, Warung Lotek Ibu Cucu

1. Pendahuluan

Usaha UMKM adalah salah satu alat pendorong pertumbuhan ekonomi juga berperan penting untuk menunjang perekonomian, sehingga menjadi alternatif sarana penyerapan tenaga kerja dan produksi serta baran dan jasa. UMKM atau disebut juga dengan usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai ketahanan yang relatif besar dalam menopang perekonomian suatu negara jika terjadi krisis global. Usaha mikro, kecil, dn menengah merupakan usaha yang dijalankan olehperorangan, dan bukan didirikan atau dijalankan oleh suatu badan usah. Mereka membuat ushanya mandiri dan membuka peluang kerja baru untuk masyarakat. UMKM harus menjadi solusi permasalahan dalam masyarakat dan diharapkan UMKM terus berkembang. UMKM dianggap sebagai salah satu sektor pendukung perekonomian Indonesia karena

Published by:

mempunyai karakteristik nyata dalam menciptakan lapakan kerja serta sumber daya dan layanan baru (Tarigan, 2023)

Warung lotek ibu cucu merupakan warung makan yang sudah berdiri selama 20 Tahun yang terletak di daerah Cileunyi, Jawa Barat. Warung Lotek Ibu Cucu dapat dikatakan sebagai suatu usaha yang dijalankan oleh keluarga. Lotek merupakan makanan yang terbuat dari sayuran Awalnya usaha Warung Lotek Ibu Cucu ini hanya dijalankan oleh 2 orang yaitu Ibu Cucu dan suaminya tetapi seiring berjalannya waktu pada akhirnya Warung Lotek Ibu Cucu ini dijalankan oleh anaknya. Sejak dulu usaha ini tidak memiliki karyawan satupun, karena itu hal ini juga dikatakan sebagai permasalahan yang ada di dalam usaha ini. Warung Lotek Ibu Cucu terus berusaha untuk membuat lotek dengan ciri khas rasa tersendiri yang tentunya disukai oleh konsumen. Ada beberapa usaha yang sama dengan Warung Lotek Ibu Cucu, maka dari itu dalam mengantisipasi persaingan yang ada serta mengembangkan usaha Warung Lotek Ibu Cucu harus membuat beberapa strategi dalam pengembangan usahanya yaitu dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman yang ada dan akan dihadapi oleh Warung Lotek Ibu Cucu agar mendapatkan solusi yang tepat.

Persaingan yang bertambah kuat membuat pelaku usaha dan usaha kecil harus semakin kreatif lagi untuk mengembangkan pemasarannya. Perencanaan pemasaran yang digunakan bisa dirancang dengan menggabungkan auran pemasaran seemikian rupa sehingga dapat mengantisipasi peluang yang muncul. Strategi ini digunakan untuk mempertahankan keberlangsungan perkembangan perusahaan lebih lanjut (Dinarso, 2022)

Dalam melakuan pemasaran harus melakukan analisis SWOT terdahulu agar memungkinkan untuk menilai suatu kekuatan, kelemahan, kemampuan internal, sumber daya serta beberapa faktor yang membantu perusahaan untuk mengatasi pelanggan dan mencapai tujuan (Suryanti, 2021)

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang terdapat dalam internal, Warung Lotek Ibu Cucu memiliki kekuatan dari kualitas bahan yang digunakan, harga, serta memiliki ciri khas rasa dan bumbu yang berbeda juga kebersihan yang selalu dijaga. Sedangkan untuk kelemahan yang ada didalam warung lotek ibu cucu adalah karyawan, dan juga tempat usaha yang kecil. Peluang yang ada untuk usaha Warung Lotek Ibu Cucu ada pada lokasi yang cukup mudah dijangkau oleh konsumen, sedangkan untuk ancaman yang tentunya akan dihadapi oleh usaha Warung Lotek Ibu Cucu yaitu adanya usaha yang sejenis serta kenaikan harga bahan baku utama dalam lotek.

Berikut ini adalah data pendapatan Warung Lotek Ibu Cucu perbulannya hingga total pertahun. Data ini telah dianalisis berdasarkan data penjualan sejak bulan Januari 2021 hingga Mei 2024. Pada Tabel 1, data pendapatan lotek menunjukan hasil pendapatan penjualan mencapai Rp13.000.000.00/bulan di tahun 2021 dan pada tahun 2024 pendapatan penjualan mencapai Rp20.000.000.00/bulan. Pada analisis ini menunjukan data penjualan pada periode tertentu yang memperlihatkan hasil pendapatan meningkat setiap tahunnya. Agar penjualan dapat dikatakan meningkatkan dan stabil perlu dilakukan pengembangan strategi penjualan yang efektif serta mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tabel 1. Data Pendapatan Rata-Rata Warung Lotek Ibu Cucu Tahun 2021-2024

Tahun	Pendapatan Rata-Rata Warung Lotek Ibu Cucu
2021	Rp13.000.000.00/bulan
2022	Rp15.000.000.00/bulan
2023	Rp17.000.000.00/bulan
2024	Rp20.000.000.00/bulan
Total Rata-Rata Pendapatan Pertahun	Rp156.000.000.00 - Rp240.000.000.00

Lotek merupakan makanan yang di olah dari sayur-sayuran dengan bumbu kacang beserta rempah-rempah lainya. Dalam sebulan Warung Lotek Ibu Cucu hanya libur sekali saja, warung lotek ibu cucu menjual hampir 50 porsi dalam sehari bahkan bisa lebih. Pendapatan pada Warung Lotek Ibu Cucu setiap bulannya mencapai Rp17.000.000.00-Rp20.000.000.00. Pada table diatas saat Tahun 2021-2022 menyatakan bahwa pada warung lotek ibu cucu pendapatan cenderung menurun, pendapatan pada tahun 2021-2022 sebesar Rp13.000.000.00-Rp15.000.000.00/bulan tetapi pendapatan tersebut dikatakan tidak menurun drastis sehingga tidak memunculkan pemikiran akan memberhentikan usaha tersebut, faktor dari menurunnya pendapatan pada tahun tersebut yaitu karena adanya Covid-19, tetapi dengan adanya kendala tersebut warung lotek ibu cucu terus berusaha bertahan dikondisi tersebut. Pada Tahun 2023 kondisi usaha warung lotek ibu cucu perlahan mulai membaik, bahkan hingga saat ini pendapatan Warung Lotek Ibu Cucu sudah mulai stabil.

Ancaman yang ada pada warung lotek ibu cucu tidak hanya ada pada persaingan dalam bidang usaha yang sama, melainkan ada juga ancaman dari cuaca, kualitas bahan baku yang cepat layu hingga harga yang naik turun. Jika cuaca sedang tidak bagus warung lotek ibu cucu akan tutup lebih cepat dan pendapatan sedikit menurun, maka dari itu saat cuaca sedang tidak bagus untuk meminimalisir kerugian yang terlalu banyak warung lotek ibu cucu sedikit mengurangi jumlah porsi yang akan dijual seperti biasanya karena bahan baku yang cepat layu ataupun yang tidak terjual tidak akan dijual kembali. Dalam usaha ini harga bahan baku cenderung naik turun, contohnya seperti waluh jepang dan gula merah yang naik serta sayuran lainya seperti kol, selada air dan sayuran lainnya. Kenaikan harga bahan baku utama awalnya menjadi sebuah kebingungan bagi pelaku usaha warung lotek ibu cucu, sempat berfikir akan menaikkan harga lotek per porsinya tetapi hal itu tidak memungkinkan karena takutnya pelanggan yang sudah biasa membeli lotek diwarung lotek ibu cucu merasa harga tersebut mahal dan akhirnya kehilangan pelanggan. Maka dari itu pelaku usaha Warung Lotek Ibu Cucu memanfaatkan lahan kebun yang berada di belakang rumahnya untuk menanam beberapa sayuran yang dibutuhkan sehingga sedikitnya dapat lebih menghemat pengeluaran saat terjadinya kenaikan harga sayuran.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana membuat strategi yang tepat untuk mempertahankan dan memajukan usaha, serta mengatasi usaha dari ancaman strategi pasar dengan menggunakan analisis SWOT. Sehingga peneliti dapat memberikan judul "Strategi Pengembangan Bisnis Pada Umkm Makanan Sehat Warung Lotek Ibu Cucu"

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Manajemen Strategi

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Untuk menjangkau tujuan suatu bisnis ataupun organisasi memerlukan bahan yang berguna sebagai akselerasi dan dinamise agar sasaran dapat terlaksanakan secara efektif dan efesien, oleh karena itu strategi dapat dianggap menjadi bahan agar tujuan perusahaan tercapai. Strategi merupakan rancangan yang komprehensif serta terintegrasi yang bertujuan untuk membenarkan bahwa tujuam utama perusahaan telah terjangkau melalui implementasi yang baik dan tepat (Sultan, 2019)

Menurut Monika (2024) Manajemen Strategi merupakan perencanaan pengarahan organisasi agar berhasil memperoleh tujuan bisnis. Manajemen strategi juga meliputi alokasi sumber daya manusia dan modal, untuk itu juga mengembangkan strategi untuk bertahan dalam persaingan pada rencana yang berbeda secara signifikan dibandingkan pesaing (Monika, 2024)

Manajemen strategi adalah Hubungan yang ada pada perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan adanya manajemen strategi pelaku usaha akan memiliki otivasi untuk membuat strategi yang akan diterapkan dan jika strategi yang diterapkan berhasil maka perusahaan akan dikatakan berhasil (Duratulhikmah, 2024)

2.2. Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan kemampuan perusaha dalam menganalisis lingkungan eksternal dan internaln dalam perusahaan, merumuskan strategi, melaksanakan rencana yang disusun untu mencapai tujuan usaha, serta melakukan penelitian guna memperoleh timbal balik dalam membentuk strategi di masa depan (Anggreani, 2021)

Maka dari itu penulis menyimpulkan bahwa didalam setiap perusahan harus mempunyai kemampuan untuk menganalisa beberapa faktor internal dan eksternal yang ada diperusahaan untuk membuat strategi bisnis dikemudian hari.

Strategi merupakan sebuah rencana yang mempunyai dampak negative atau positif yang dapat dilihat dari apa rencana tersebut serta apa yang ada di faktor eksternal. Namun dalam bisnis, perusahaan terus berusaha semaksimal mungkin demi meningkatkan kualitas produknya sehingga dapat memudahkan hidup pelanggannya di masa depan (Duratulhikmah, 2024)

Menurut Subiya (2024) Strategi merupakan rencana yang mempunyai dampak poitif dan dampak negatif tergantung dngan yang terencanakan beserta faktor eksternal yang ada, namu di dalam bisnis perusahaan terus melakukan yang terbaik guna meningkatkan kualitas produk dan menyediakan produk yang akan meringankan konsumen dimasa depan.

2.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Julianda (2021) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan sebagai evaluasi kelemahan, kelebihan, peluang dan ancaman yang ada dalam suatu bisnis. Dengan keempat faktor tersebut terbentuk akronim SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, dan Threats). Pada analisis ini didasarkan oleh pernyataan yang menyatakan bahwa strategi yang efektif muncul dari kesesuaian yang baik antara sumberdaya internal peusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan sumber daya eksternal perusahaannya. Penyelarasan yang baik dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta dapat meminimalkan kelemahan juga ancaman. Jika diterapkan dengan benar, pendapat seperti ini mempunyai implikasi penting dan mendalam bagi keberhasilan strategi dan desain.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Penulis menyimpulkan bahwa menggunakan analisis SWOT berguna untuk strategi pengembangan bisnis untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan kemudian melakukan evaluasi yang tepat dari hasil peluang yang ada dan menghindari ancaman.

Menurut Lusiana (2021) Menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan suatu strategi yang tepat agar dapat diterapkan dalam suatu perusahaan berdasarkan situasi dan pasar yang berlaku. Terdapat peluang resiko dan dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan yang teridentifaksi dalam identifikasi lingkungan eksternal perusahaan.

Maka dari itu dalam penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa Analisis SWOT dikatakan sebagai identifikasi untuk menentukan suatu strategi yang tepat bagi perusahaan dengan melihat dan membandingkan peluang ancaman dan juga kelemahan dan kekuatan yang terdapat diperusahaan.

Analisis SWOT menurut Pratama (2023) merupakan analisis yang memberikan pengetahuan lebih strategis dengan mengidentifikasi alternatif perbuatan berlandasan afiliasi faktorinternal dan eksternal.

2.3.1. Analisis Faktor Eksternal

Analisis Faktor Eksternal mencangkup pertimbangan antara kebutuhan konsumen, hambatan terhadap teknologi baru, peraturan, serta persaingan yang ada. Data analisis lingkungan eksternal ini juga dapat megungkap faktor-faktor ekstrnal penting yang mempengaruhi perusahaan di masa depan. Hasil EFAS memperlihatkan adanya peluang dan ancaman utama yang dihadapi oleh perusahaan (Wijaya, 2021)

2.3.2. Analisis Faktor Internal

Analisis Faktor Internal dilakukan untuk melengkapi kekuatan dan kelemahan strategis yang dibuat dalam bentuk matriks IFAS sebagai perumusan elemen strategis internal pada kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan (Wijaya, 2021)

2.3.3. Matriks Eksternal-Internal (Matriks IE)

Menurut Wijaya (2021) Matriks IE merupakan instrumen manajemen strategis yang digunakan sebagai analsis situasi kerja serta letak straegis suatu perusahaan. Matriks IE berdasarkan pada analisis faktor internal dan eksternal yang digabungkan menjadi model yang terpish. Matriks IE juga merupakan lanjutan dari model matriks EFE dan IFE. Matriks IE didasarkan pada dua kriteria yaitu: Skor dari matriks EFE - di plot pada sumbu Y dan skor dari matriks EFE - di plot pada sumbu X.

2.3.4. Matrik SWOT

Matriks SWOT merupakan instrumen yang digunakan untuk mencatat unsur-unsur strategis suatu perusahaan. Matriks ini dengan jelas menunjukan bagaimana peluang serta ancaman eksternal yang dihadapi oleh suatu perusahaan yang dapat diselaraskan dengan kekuatan serta kelemahan perusahaan (Wijaya, 2021)

Penelitian oleh Tarigan (2023) yang berjudul Strategi Pengembangan UMKM Melalui Analisis SWOT (Studi Pada Usaha UMKM Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan).

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Dalam penelitian ini dikatakan bahwa UMKM dianggap sebagai salah satu sektor pendukung peekonomian di indonesia karena mempunyai karakteristik yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja, sumber daya, dan layanan baru, maka dari itu agar perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang perlu di lakukan upaya inovasi untuk meningkatkan daya saing, menarik konsumen dari pasar sasarannya serta mencapai kepuasan dan loyalitas konsumen. Oleh karena itu analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) dalam bisnis UMKM sangat diperlukan untuk mencapai efektivitas dan efisiensi usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan analisis SWOT sebagai alat terhadap faktor internal dan eksternal. Artinya sumber data utama didapat melalui wawancara dengan populasi penelitian meliputi usaha mikro kecil. Hasil dari analisis SWOT terhadap UMKM usaha gorengan di Juma menunjukan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan untuk faktor eksternalnya menunjukan bahwa peluang lebih kecil dibandingkan dengan ancaman.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitaf. Penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang berasal dari observasi dan Adapun pikiran induktif yang digunakan sebagai pendekatan partisipatif terhadap suatu kajian (fenomena) social. (Sulistyawati, 2018)

Maka dari itu kesimpulan dari penjabaran diatas mengenai metode kualitatif yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan observasi yang digunakan sebagai pendekatan terhadap fenomena yang ada.

Metode penelitian kualitatif adalah mencari pengertian yang mendalam tentang suatu gejala, fakta maupun realita. Fakta, realita, masalah, gejala serta peristiwa hanya dapat dipahami apabila peneliti menelusurinya secara mendalam dan tidak hanya terbatas pada pandangan di permukaan saja. Kedalaman ini yang mencirikhaskan metode kualitatif sekaligus sebagai faktor unggulannya. (Semiawan, 2015).

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif itu tidak hanya terbatas pada hal dan pandangan yang ada dan telah dijelaskan, karena metode penelitian kualitatif mencakup beberapa hal tentang fenomena berdasarkan fakta yang ada.

Selain itu ada juga pengertian metode kualitatif menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, yang artinya peneliti menjadi kunci utama, serta untuk data sample yang diambil yaitu menggunakan cara purposive dan snowball, yang hasil penelitiannya lebih mengarah pada makna dan generalisasi.

Adapun lokasi penelitian yang peneliti ambil dimana peneliti melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi data penelitian yang dapat dinyatakan akurat. Adapun lokasi yang akan jadi tempat penelitian ini yaitu Warung Lotek Ibu Cucu yang beralamat di Jl. Villa Bandung Indah No. 178, Cileunyi Kulon, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Dalam Penelitian ini untuk pengumpulan datanya menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, dimana untuk data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari pewawancara dan peneliti, sedangan untuk data sekunder data yang akan diambil adalah data dari hasil observasi dan dokumentasi berupa foto.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif maka dalam penyusunan strategi untuk teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Menurut Galavan dalam (Lusiana, 2021) Menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan suatu strategi yang tepat agar dapat diterapkan dalam suatu perusahaan berdasarjan situasi dan pasar yang berlaku. Terdapat peluang resiko dan dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan yang teridentifaksi dalam identifikasi lingkungan eksternal perusahaan. Nantinya hasil penelitian ini akan bertujuan untuk mengetahui bagaimana hal yang tentunya tepat untuk usaha Warung Lotek Ibu Cucu untuk mempertahankan usahanya serta strategi baru apa yang dilakukan oleh usaha Warung Lotek Ibu Cucu dan juga rencana terhadap usahanya kedepannya.

Pengembangan bisnis menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis SWOT di dalam penelitian ini nantinya akan meneliti beberapa hal yaitu mencakup faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Faktor internal dan eksternal seperti kekuatan dan kelebihan ini dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan bisnis.

Adapun cara menentukan bobot dan rating dalam matriks evaluasi faktor internal (IFE) dan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE) yang digunakan sebagai identifikasi dan evaluasi faktor yang memengaruhi perusahaan menurut (Fred R & David 2017) Dalam matriks evaluasi faktor internal perlu memberikan bobot untuk setiap faktor, bobot total harus berjumlah 1 maka dari itu tetapkan bobot dari 0.0-1.0, kemudian tetapkan rating berkisar 1-4 dimana 1-2 dikatakan sebagai kelemahan yang ada sedangkan untuk 3-4 dikatakan sebagai kekuatan, kemudian hitung skor tertimban dengan mengkalikan bobot dengan rating maka terakhir jumlahkan skor tertimbang. Untuk matriks evaluasi faktor eksternal (EFE) bobot total harus berjumlah 1 maka dari itu tetapkan bobot dari 0.0-1.0, kemudian tetapkan rating berkisar 1-4 dimana 1-2 dikatakan sebagai ancaman yang ada sedangkan untuk 3-4 dikatakan sebagai peluang kemudian hitung skor tertimbang dengan mengkalikan bobot dengan rating maka terakhir jumlahkan skor tertimbang untuk mendapatkan total skor.

Dengan pertimbangan untuk menentukan suatu variabel menjadi kekuatan atau kelemahan perlu melakukan pertimbangan pada visi dan misi perusahaan, sumber daya, pemasaran, serta melakukan identifikasi dari faktor internal dan eksternal.

Pada penelitian Wijaya (2021) yang berjudul Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Bunts. Dalam penelitian ini dikatakan bahwa Kelompok Tani Buntis merupakan perkumpulan petani yang mempunyai perkebunan kopi dimana pengolahannya masih dikatakan belum maksimal. Permasalahan yang dihadapi petani yaitu tingkat produktivita kopi dikatakan sangat rendah dibandingkan dengan daerah lain. Maka dari itu dilakukan peneltian dngan menggunakan metode kualitatif dengan teknik-teknik perumusan strategi menggunakan analasis SWOT dimana hasil penelitian pada analisis SWOT menunjuan bahwa kelompok tani kopi buntis berada pada kuadran VIII dengan dilakukannya strategi penambahan modal untuk mengevaluasi strategi yang telah diputuskan untuk proses selanjutnya. Artinya dalam menentukan faktor eksternal dan internal dengan menggunakan teknik analisis SWOT membantu untuk menentukan rencana untuk usaha kedepannya agar lebih majuserta melihat kondisi usaha terlihat stabil atau tidak.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

4. Hasil Dan Pembahasan

Analisis SWOT menurut Julianda (2021) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan sebagai evaluasi kelemahan, kelebihan, peluang dan ancaman yang ada dalam suatu bisnis. Dengan keempat faktor tersebut terbentuk akronim SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity, dan Threats). Pada analisis ini didasarkan oleh pernyataan yang menyatakan bahwa strategi yang efektif muncul dari kesesuaian yang baik antara sumberdaya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan sumber daya eksternal perusahaannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pelaku bisnis UMKM Warung Lotek Ibu Cucu dengan menggunakan analisis SWOT maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Warung Lotek Ibu Cucu

Strength (kekuatan) 1. Memiliki ciri khas rasa 2. Harga yang murah 3. Kualitas bahan baku 4. Kebersihan 5. Produk dapat dikonsumsi di berbagai suasana	**Weaknesses (kelemahan)** 1. Produk yang tidak terjual tidak dijual kembali 2. Tempat usaha yang kecil 3. Belum melakukan penjualan secara online 4. Tidak memiliki karyawan 5. Tidak menjual berbagai produk lain
Oppurtunities (peluang) 1. Akses ke lokasi penjualan mudah 2. Produk yang dijual dapat dibeli oleh semua kalangan 3. Bahan baku yang mudah dicari	**Threats (ancaman)** 1. Kenaikan bahan baku 2. Cuaca yang berubah 3. Usaha yang sama

4.1. Matrik IFE & EFE Warung Lotek Ibu Cucu

Tabel 3. Matrik IFE Warung Lotek Ibu Cucu

Code	Strengths	Weight	Rating	Score
S1	Memiliki ciri khas	0.10	4	**0.40**
S2	Harga yang murah	0.20	4	**0.80**
S3	Kualitas bahan baku	0.10	3	**0.30**
S4	Kebersihan	0.5	3	**0.15**
S5	Produk dapat di konsumsi diberbagai musim	0.5	3	**0.15**
		0.50		**1.8**

Code	Weaknesses	Weight	Rating	Score
W1	Produk yang tidak terjual tidak dijual kembali	0.10	1	0.10
W2	Tempat usaha kecil	0.5	1	0.5

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

W3	Belum melakukan penjualan secara online	0.10	2	0.20
W4	Tidak memiliki karyawan	0.20	2	0.40
W5	Tidak menjual berbagai produk lain	0.5	1	0.5
		0.50		**1.7**
	Total	**1.00**		**3.5**

Tabel diatas menunjukan score yang didapatkan dalam matrik IFE yaitu sebesar 3.5 maka dapat dikatakan faktor internal berada diposisi yang kuat.

Tabel 4. Matrik EFE Warung Lotek Ibu Cucu

Code	Opportunities	Weight	Rating	Score
O1	Akses ke lokasi penjualan mudah	0.20	3	0.60
O2	Produk yang dijual dapat dibeli oleh semua kalangan	0.15	3	0.45
O3	Bahan baku yang mudah dicari	0.15	2	0.45
		0.50		**1.5**

Code	Threats	Weight	Rating	Score
T1	Kenaikan harga bahan baku	0.16	1	0.16
T2	Cuaca yang berubah	0.16	1	0.16
T3	Usaha yang sama	0.18	2	0.36
		0.50		0.68
Total		**1.00**		**2.18**

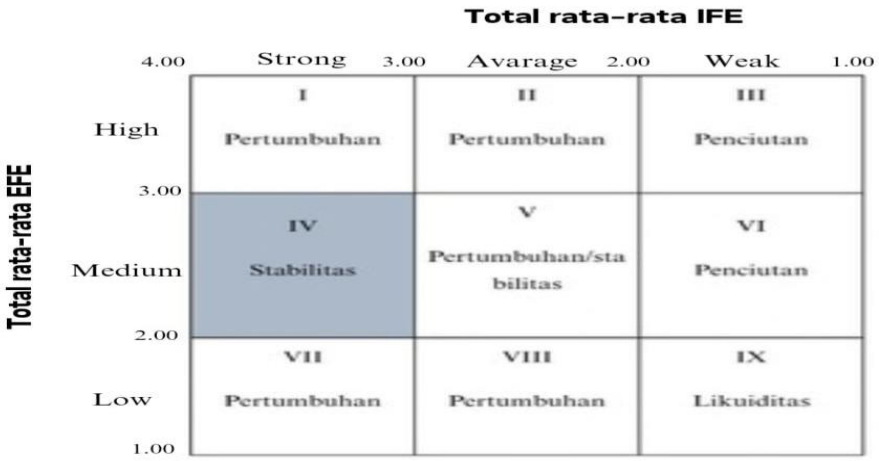
Tabel diatas menunjukan score yang didapatkan dalam matrik EFE yaitu sebesar 2.18 maka dapat dikatakan bahwa Warung lotek Ibu Cucu dapat segera mengambil keputusan saat menghadapi ancaman serta masukan terhadap peluang yang ada..

Nilai 4.00 – 3.00 dikatakan berada pada posisi kuat, 2.00 – 3.00 berada diposisi rata-rata, 2.00 – 1.00 berada diposisi lemah dalam total matrik IFE sedangkan dalam matrik EFE nilai 4.00 - 3.00 dikatakan berada diposisi tinggi, 2.00 – 3.00 berada diposisi sedang, dan terakhir 2.00 – 1.00 dikatakan berada di posisi rendah.

4.2. Matrik IE Warung Lotek Ibu Cucu

Matrik IFE dilakukan untuk mengetahui analisis dalam lingkungan internal. Matrik ini digunakan sebagai faktor untuk mengetahui seberapa banyak faktor internal yang terdapat dalam suatu perusahaan. Dalam hasil data table yang telah dijabarkan analisis IFE dan EFE, masing-masing memiliki score 3.5 dan 2.18. Matrik pada IFE memiliki score 3.5 sedangkan untuk matrik EFE memiliki 2.18 score. Jika digambarkan, maka gambar posisi Warung Lotek Ibu Cucu digambarkan sebagai berikut:

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES



Gambar 1. Matriks IE Warung Lotek Ibu Cucu

Pada gambar Matrik IE diatas menunjukan di posisi IV stabilitas, posisi ini menunjukan bahwa Warung Lotek Ibu Cucu berada diposisi stabil saat ini. Dari hasil tersebut dapat menggunakan strategi kelebihan sebagai peluang dan tetap memperhatikan ancaman yang ada dari kelemahan yang terdapat pada Warung Lotek Ibu Cucu.

4.3. Matriks SWOT

Dalam matriks SWOT terdapat Strategi SO, ST, WO, WT yang artinya sebagai berikut:

Tabel 5. Tabel Matriks SWOT

Strategi SO Memiliki ciri khas rasa dan akses ke lokasi yang mudah dapat memudahkan konsumen untuk memilih produk yang dijual, maka dari itu dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang yang ada sangat baik untuk mengembangkan usaha.	**Strategi ST** Harga yang murah serta bahan baku yang memiliki kualitas baik sedikitnya akan mengatasi ancaman yang ada bagi perusahaan apabila memiliki usaha yang sama karena dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dapat mengatasi beberapa hal yang tentunya menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan.
Strategi WO Tempat usaha yang kecil dan kurangnya karyawan merupakan sebuah kelemahan maka dari itu untuk meminimalisir kerugian untuk kedepannya pelaku usaha warung lotek ibu cucu dapat mengatasinya dengan melihat peluang yang ada.	**Strategi WT** Kenaikan bahan baku dan perubahan cuaca menjadi ancaman bagi warung lotek ibu cucu karena akan mengurangi pendapatan, tetapi hal ini dapat diatasi dengan memperbaiki kelemahan yang ada yaitu penjualan yang dilakukan belum dijual secara online, untuk mengurangi kerugian pelaku usaha dapat mendaftarkan produknya secar online

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

	karna strategi ini bisa mengurangi kerugian apabila dijalankan.

4.4. Pembahasan

Belum Melakukan Penjualan Secara Online

Usaha Warung Lotek Ibu Cucu belum memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran, seiring berkembangnya zaman saat ini, teknologi tidak hanya digunakan untuk beromunikasi saja, tetapi dapat menjadikan suatu peluang bagi pembisnis sebagai tempat pemasaran dan memperkenalkan produk yang dijual untuk memperluas pemasaran. Maka dari itu dari hasil yang telah dijabarkan penulis menyarankan untuk usaha warung lotek ibu cucu agar melakukan penjualan secara online untuk menambah pendapatan dan memperluas pemasaran, mulai melakukan penjualan secara online misalnya mendaftarkan usaha ke shopeefood dan gofood.

Tidak Memiliki Karyawan

Dalam suatu perusahaan tentunya membutuhkan karyawan, karena didalam suatu perusahaan sumber daya manusia (SDM) merupakan suatu hal penting untuk majunya suatu perusahaan. Sumber daya Manusia merupakan salah satu potensi dan asset yang dijadikan sebagai modal finansial suatu bisnis untuk mewujudkan eksistensi. Maka dari pelatihan serta pengembangan sumber daya manusia (SDM) sangat berperan penting untuk meningkatkan kualitas karyawan dalam perusahaan, dilingkungan bisnis yang berkembang perusahaan tentunya harus memiliki karyawan dan juga memberikan pelatihan untuk menjaga karyawanya tetap relevan, kurangnya karyawan untuk suatu saat akan menjadi sebuah permasalahan dalam suatu usaha.

5. Kesimpulan

Pada Usaha Warung Lotek Ibu Cucu yang lokasinya terletak di Jl. Villa Bandung Indah No. 178, Cileunyi Kulon, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. saat penulis melakukan pengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu, kurangnya karyawan, belum melakukan pemasaran secara online, dan tidak menjual produk lain. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis SWOT dinyatakan bahwa Warung Lotek Ibu Cucu saat ini sedang berada di posisi IV yang artinya Usaha Warung Lotek Ibu Cucu saat ini sedang dalam kondisi stabil. Pada beberapa masalah dan posisi usaha saat ini sedang stabil penulis menyarankan untuk membuat strategi baru kepada pelaku usaha UMKM Warung Lotek Ibu Cucu agar menambahkan karyawan agar tidak terlalu berat saat memberikan pelayanan kepada konsumen dan konsumen juga tidak menunggu lama saat melakukan pembelian, kemudian untuk pemasaran penulis menyarankan untuk mendaftarkan usaha ke platform online seperti Gofood dan Shopeefood untuk memperluas pemasaran dan menjangkau konsumen lebih jauh lagi untuk mengetahui produk yang dijual, dan seiring berkembangnya teknologi pada saat ini kedepannya penulis menyarankan untuk menyediakan pembayaran melalui QRIS, Gopay, Dana, Spay, guna mempermudah pembayaran. Setelah strategi baru ini berjalan dengan baik maka penulis menyarankan kepada pelaku UMKM warung lotek ibu cucu untuk memperluas tempat usaha dan membuka cabang disuatu tempat untuk menambah pemasukan dan usaha menjadi lebih berkembang lagi kedepannya, tetapi tidak lupa untuk memperhatikan setiap ancaman yang ada serta memanfaatkan peluang dari kekuatan usaha pada warung lotek ibu cucu untuk mempertahankan usaha dan memperkembangkan usahanya, karena setiap pelaku

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

usaha UMKM pasti memiliki kesulitan tersendiri yang tentunya berbeda masalah dan cara menghadapinya.

Daftar Pustaka

Anggreani, T. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *2*(5).

Dinarso, R. C., Haryono, R., Dharma, R. A., Kusuma, H., & Qomariah, N. (2022). Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan "Siomay Pak Blangkon" Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, *1*(2), 10–18.

Duratulhikmah, S. N. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi)*, *10*(1).

Fred R, D., & David, F. R. 2017. Strategic Management. (S. Wall, Ed.) (SIXTEENTH). Soult Carolina. Retrieved from https://www.academia.edu/37684383/Fred_R_David_Forest_R_David_Strategic_Management_A_Competitive_Advantage_Approach_Concepts_and_Casesbackup_1_.

Julianda, A., & Jamiat, N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dengan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Sukahati Cafe di Cibinong, Kabupaten Bogor). *E-Proceeding of Management*, *8*(6).

Lusiana, I., Verawati, DM, & Novitaningtyas, I. (2021). Perumusan Strategi Produk Ramah Lingkungan Guna Meningkatkan Perkembangan UMKM Berbasis Ramah Lingkungan (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan UMKM Kota Magelang). Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis , 9 (2), 99-109.

Monika, A., & Wijaya, F. (2024). Strategi pengembangan usaha kelompok tani di kabupaten bandung. Jurnal Ilmu Manajemen (JMAS) , 7 (1), 101-107.

Pratama, M. R., Wijaya, F., & Mubarok, D. A. A. (2023). Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi Melalui Pendekatan Swot Dan Business Model Canvas. *Journal Of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, *5*(1).

Semiawan (2015) Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Subiya, A. T., & Wijaya, F. (2024). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Pada Avelina Parfum. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi & Bisnis*, *5*(2).

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan

Sulistyawati (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: K-Media

Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarok, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM MITA). *PERMANA : Jurnal Perpajakan, Manajemen Dan Akuntansi*, *13*(1), 60–72.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Tarigan, D. A. B., & Ompusungu, D. P. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Analisis SWOT (Studi Pada Usaha UMKM Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan). *ADVANCES in Social Humanities Research*, *1*(2), 81–86.

Wijaya, F. (2021). Strategi Bisnis Dalam Mengembangkan Usaha Pada Kelompok Tani Kopi Buntis. *Jurnal Indonesia Membangun*, *20*(1).

Wijaya, F., & Sultan, M. A. (2019). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Bisnis, Jurnal Ilmu Manajemen &*, *10*(2205–212).

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/)

Published by:

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Keterampilan Komunikasi Terhadap *Public Speaking*

Alfi Nura[1], Mita Rosalina Situmorang[2]

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Medan
Penulis Korespondensi: alfinura303@gmail.com [1]
mitastmrg@gmail.com [2]

Informasi Artikel:
Received: 18 Juni 2024, Accepted: 27 Juni 2024, Published: 29 Mei 2024

Abstract:

The purpose of this study was to determine whether self-confidence partially affects the *Public speaking* of students of Office Administration Education Study Program Stambuk 2021, whether communication skills partially affect the *Public speaking* of students of Office Administration Education Study Program Stambuk 2021, and whether self-confidence and communication skills simultaneously affect the *Public speaking* of students of Office Administration Education Study Program Stambuk 2021 Medan State University. This type of research is ex post facto with a quantitative approach. The research population is all Office Administration Education Study Program Stambuk 2021 students, totaling 85 people from two classes with a total sampling technique. Data collection with initial observations, questionnaires, and documentation. The results showed a significant influence between self-confidence and communication skills on *public speaking of office administration education students at Stambuk 2021 Medan State University, with* 82.2%, while 17.8% was explained by other variables not included in this study.

Keywords: Self-Confidence, Communication Skills, *Public speaking*

1. Pendahuluan

Setiap individu diharapkan mampu berkomunikasi dengan baik untuk menyampaikan hasil pemikiran, ide, dan perasaan. Menurut Sujina dalam (Selwen et al., 2021) sebagai subjek pendidikan mahasiswa, secara tidak sadar membutuhkan kemampuan *Public speaking*. Bagi kalangan mahasiswa, memiliki keyakinan diri dalam *Public speaking* sebagai aspek penting karena sangat bermanfaat dalam mendukung berbagai aktivitas akademik seperti presentasi makalah, laporan akhir, mengikuti seminar, memberikan pidato atau orasi, dan beragam kegiatan lainnya (Tampubolon *et al.,* 2023:36). Pernyataan tersebut sejalan dengan pandangan yang disampaikan oleh Rahmadani et al., (2021:1), yang menegaskan bahwa *Public speaking* merupakan keahlian yang penting untuk dipersiapkan oleh mahasiswa untuk menghadapi tantangan di masa depan sebagai agen perubahan melalui penguasaan *Public speaking* yang

Published by:

akan memberikan kontribusi dalam dunia kerja. *Public speaking* ini dapat dilatih melalui Praktik Pengenalan Lapangan Sekolah pada semester tujuh, dalam praktik ini mahasiswa diperbanyak berbicara di depan siswa sebagai calon guru. Selain itu, mahasiswa dibekali dengan Mata kuliah Komunikasi perkantoran sebagai salah satu aspek peningkatan *Public speaking*. Mata kuliah tersebut berperan penting dalam meningkatkan *Public speaking* mahasiswa. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis tentang konsep-konsep komunikasi yang relevan, tetapi juga terlibat dalam pengembangan keterampilan praktis dalam *Public speaking*. Dengan berbagai latihan presentasi, diskusi kelompok, dan proyek berbasis komunikasi, mereka diajak untuk mengatur struktur presentasi yang efektif, menguasai teknik-teknik presentasi, dan mengelola kecemasan yang terkait dengan *Public speaking*.

Data mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran menunjukkan kemampuan *Public speaking* yang masih rendah. Data tersebut didapatkan melalui observasi awal penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 mahasiswa dengan menggunakan indikator pernyataan menurut Sanib (2023:50) antara lain: 1) pengetahuan, 2) persiapan materi, 3) pengaturan presentasi yang terstruktur, 4) penguasaan bahasa tubuh, 5) penguasaan teknik berbicara, 6) menghadapi tantangan selama presentasi. Rendahnya *Public speaking* disebabkan karena mahasiswa belum memiliki pengetahuan yang mendalam tentang topik materi presentasi yang akan disampaikan kepada audiensi, kurangnya waktu untuk melakukan riset yang komprehensif dari internet untuk materi yang akan dipresentasikan karena tuntutan jadwal yang padat dengan tugas dan tanggung jawab lainnya, kurangnya pemahaman tentang pentingnya persiapan yang matang untuk kesuksesan presentasi, dan sebagian mahasiswa merasa canggung dan tidak nyaman melakukan gerakan tubuh karena kurangnya latihan atau pengalaman dalam berbicara di depan umum. Menurut Selwen et al., (2021) penguasaan yang tidak memadai dalam berbicara dihadapan banyak orang sebagian besar mahasiswa tersebut mengalami grogi, dan merasa takut untuk tampil di depan umum, hal itu disebabkan kurang terbiasanya dan pengalaman dalam kegiatan *Public speaking*. Sejumlah mahasiswa menghindari aktivitas *Public speaking* karena menganggapnya sulit dan menakutkan serta merasa kurang berbakat dalam hal tersebut (Syahputri et al., 2023). Berbagai faktor menyebabkan hal ini, adalah kurangnya Kepercayaan Diri dan Keterampilan Komunikasi mahasiswa. Kepercayaan Diri dianggap sebagai prasyarat penting bagi mahasiswa untuk menjadi komunikator yang efektif.

Kepercayaan Diri adalah aspek kepribadian yang signifikan pada tingkah laku dan perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri, memiliki tanggung jawab, tidak cemas dalam bertindak dan memiliki interaksi yang baik dengan orang lain (Achmad *et al.,* 2021:1). Kurangnya Kepercayaan Diri pada mahasiswa dapat mengakibatkan cemas dan khawatir saat menyampaikan gagasan atau pendapat di hadapan banyak orang. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Panir Selwen pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Kepercayaan Diri memiliki pengaruh sebesar 93% terhadap kemampuan *Public speaking*. Temuan serupa juga diungkapkan dalam riset yang dilakukan oleh Dyah Indraswati pada tahun 2020, yang menemukan bahwa Kepercayaan Diri memiliki pengaruh sebesar 70,8% terhadap *Public speaking*. Dengan demikian, berdasarkan kedua sumber penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat Kepercayaan Diri seseorang, maka akan terbiasa dengan *Public speaking* sehingga dengan kebiasaan dapat meningkatkan kemampuan *Public speaking*nya.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Keberhasilan dalam bidang apapun akan sulit diraih jika peserta didik tidak memiliki rasa percaya diri (Nurfadhilah *et al.,* 2022:515). Orang yang mempunyai tingkat kepercayaan diri yang baik akan cenderung mampu berkomunikasi dengan tenang, mengemukakan pendapat dan gagasan dengan tegas dan tidak tegang atau mempunyai perasaan yang tidak menyenangkan (Hidayat, 2016:48). Sedangkan orang yang memiliki tingkat kepercayaan diri rendah cenderung tidak berani mengemukakan gagasan dalam diskusi atau pertemuan. Sehingga potensi atau kemampuan siswa dalam bersosialisasi tidak timbul dan timbul perasaan kurang menghargai kehebatan dirinya (Nurfadhilah *et al.,* 2022:516). Mahasiswa yang tidak berbicara di kelas, bukan saja karena tidak memahami materi, tetapi juga karena kurang keberanian pada mahasiswa yang menyebabkan banyak yang merasa takut dan cemas saat menyampaikan ide dan pendapatnya di depan banyak orang. Hal ini juga terjadi pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi perkantoran sesuai dengan hasil data penelitian yang dilakukan kepercayaan diri mahasiswa untuk berbicara di depan umum masih rendah. Menurut Indraswati (2020:3), rasa kurang percaya diri dapat menimbulkan rasa cemas ketika berbicara di depan umum. Pernyataan tersebut sejalan dengan penjelasan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tampubolon *et al.,*(2023) yang menyatakan bahwa kurangnya rasa percaya diri pada siswa dapat mengakibatkan perasaan gugup dan cemas ketika berada di depan penonton atau di ruang publik.

Dalam hal *Public speaking* juga dipengaruhi oleh faktor Keterampilan Komunikasi Rahmadani *et al.,* (2021:23). *Public speaking* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang memerlukan keterampilan. Karena keterampilan komunikasi yang rendah akan membuat individu tidak berani berbicara di depan umum karena takut melakukan kesalahan dalam berbicara maupun bersikap. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indraswati al., (2020:12), menyatakan bahwa mahasiswa yang memiliki Keterampilan Komunikasi yang baik dapat berbicara di depan umum yang menunjukkan bahwa Keterampilan Komunikasi berpengaruh positif terhadap kemampuan *Public speaking* sebesar 53,7%. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti ditemukan permasalahan keterampilan Komunikasi masih belum maksimal. Yang mana, informasi yang disampaikan belum maksimal dapat didengar audiensi karena banyak mahasiswa yang belum mampu mengatur kecepatan nada bicara ketika berbicara didepan dan kurang dapat menerima kritik tambahan dari audiensi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, diketahui bahwa rendahnya kemampuan *Public speaking* pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran dikarenakan kurangnya Kepercayaan diri dan rendahnya Keterampilan komunikasi. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui variabel Kepercayaan diri mempengaruhi *Public speaking*, (2) Untuk mengetahui variabel Keterampilan Komunikasi mempengaruhi *Public speaking*, (3) Untuk mengetahui variabel Kepercayaan diri dan Keterampilan Komunikasi mempengaruhi *Public speaking* Mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kepercayaan Diri

Kepercayaan Diri merupakan keyakinan bahwa individu tersebut memiliki kemampuan melakukan apa yang diinginkan tanpa khawatir tentang cara mereka bertindak; mereka bebas melakukan apa yang mereka suka; mereka bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan; dan mereka mampu mengenal diri mereka sendiri (Umarta *dan* Mangundjaya, 2023). Menurut

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Mulyana (2021:16), bahwa Kepercayaan Diri merupakan kepribadian yang percaya pada kemampuan, kekuatan, dan keterampilannya. Oleh karena itu, Kepercayaan Diri dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang percaya pada kemampuan, kekuatan, dan keterampilannya terhadap apa yang ada di dalam dirinya, memiliki kesadaran dan tekad yang kuat terhadap keinginannya, berpikir positif sepanjang waktu, dan memiliki kekuatan dan autonomy dalam kehidupannya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah sikap atau keyakinan seseorang terhadap kemampuan, kekuatan, dan keterampilannya dalam melakukan tindakan tanpa ragu-ragu.

Menurut Warmi (2021:622) indikator dari kepercayaan diri mahasiswa perlu memperhatikan beberapa indikator yaitu antara lain: 1) percaya pada kemampuan sendiri; dalam hal ini tidak merasa cemas dalam melakukan suatu kegiatan serta memiliki sikap bertanggung jawab. 2) Bertindak mandiri dalam pengambilan keputusan; dalam hal ini memiliki sikap percaya diri dalam memecahkan suatu masalah serta mampu untuk membuat keputusan yang akan dicapai. 3) Memiliki kepribadian yang positif; dalam hal ini anda memiliki suatu konsep diri yang positif dan sopan saat melakukan interaksi dengan orang lain, dan menghargai pendapat orang lain. 4) Berani mengungkapkan pendapat anda dan memiliki keinginan untuk berprestasi.

2.2 Keterampilan komunikasi

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin communicatus, dari kata communis yang berarti sama makna atau sama rasa mengenai suatu hal. Kata komunikasi juga berasal dari kata communicare yang berarti berpartisipasi dari kata communis yang berarti sama. Maka komunikasi dapat diartikan sebagai usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna atau membagi (suharti, 2023). Sementara *skil* (keterampilan) adalah Kemampuan tingkat tinggi yang memungkinkan seseorang untuk menjalankan tindakan fisik yang kompleks dengan lancar dan tepat (Angraini et al., 2021)

Komunikasi adalah proses pengiriman dan pertukaran pesan dari satu orang ke orang lain berbentuk fakta, gagasan, perasaaan, data atau informasi dengan tujuan mempengaruhi atau mengubah informasi yang mereka miliki serta tingkah laku orang yang menerima pesan tersebut (Mery Noviyanti, 2011).

Menurut Anggraini *et al.,* (2021) Keterampilan Komunikasi adalah pemahaman seseorang yang diterapkan dalam teknik berkomunikasi verbal, nonverbal, dan melalui media dengan efektif, untuk menjaga ketertiban dalam pertanyaan, interaksi, dan kerja sama dengan individu lainnya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Keterampilan Komunikasi adalah kemampuan yang memungkinkan seseorang untuk membangun hubungan melalui berbagai saluran komunikasi, baik verbal maupun nonverbal, serta melalui media, dengan tujuan menyampaikan pesan atau informasi dengan jelas. Keterampilan ini tidaklah bawaan sejak lahir, melainkan perlu dipelajari dan diasah secara berkesinambungan.

Menurut Nofrion (2016:140) menjelaskan bahwa keterampilan komunikasi dapat diukur dengan indikator sebagai berikut yaitu: 1) *Respect*; mengacu pada sikap menghargai atau menghormati orang lain. 2) *Empathy* (kemampuan untuk mendengar dan bersikap persektif); kemampuan seseorang untuk mendengarkan dengan penuh perhatian dan memahami

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

perspektif orang lain, serta bersedia menerima umpan balik dengan terbuka. 3) *Audible* (informasi yang harus disampaikan harus dapat didengar); pesan atau informasi yang disampaikan dapat didengar dengan jelas oleh pihak yang dituju. 4) *Clarity* (bahasa yang disampaikan harus jelas); bahasa yang digunakan dalam komunikasi harus mudah dipahami oleh penerima pesan tanpa adanya kebingungan atau ambiguitas. 5) *Humble* (rendah hati); dalam konteks Keterampilan Komunikasi menunjukkan pentingnya sikap rendah hati dalam berkomunikasi.

2.3 Public speaking

Menurut Zainal, (2022) *Public speaking* adalah seni berbicara di depan umum dengan komunikasi lisan yang efektif antara pembicara dan pendengar dengan tujuan agar pendengar berpikir, merasakan, dan bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh pembicara.

Public speaking adalah aksi atau kemampuan berbicara menyampaikan pesan secara efektif di depan audiensi (Pahrudin, 2020). Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa Public Speaking sebagai seni berbicara di depan umum dengan komunikasi lisan yang efektif antara pembicara dan pendengar dengan tujuan agar pendengar berpikir, merasakan, dan bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh pembicara. Dapat diperoleh sejak lahir atau sebagai hasil dari praktik atau latihan, dan digunakan untuk berkomunikasi dengan individu, kelompok, dan masyarakat.

Menurut Sanib, (2023:50) indikator public speaking adalah sebagai berikut: 1) Pengetahuan materi; hal ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang topik, dan fakta terkini sebagai pembicara. 2) Persiapan materi; hal ini mencakup menyusun kerangka presentasi dan membuat materi visual seperti slide power point atau grafik yang mendukung. 3) Penguasaan bahasa tubuh; hal ini mencakup pengendalian yang efektif terhadap geraknan tangan, menjaga postur tubuh yang tepat, mengekspresikan wajah dan menjaga kontak mata yang konsisten dengan audiensi. 4) Penguasaan teknik berbicara; hal ini mencakup menggunakan intonasi yang tepat, volume suara, kejelasan ucapan yang memungkinkan pembicara untuk menyampaikan informasi dengan tepat tanpa ambigu sehingga dapat meminimalkan risiko kebingungan atau kesalahpahaman dari audiensi.

2.4 Hipotesis Penelitian

Untuk memberikan jawaban sementara terhadap penelitian ini, diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Kepercayaan diri berpengaruh terhadap *Public speaking*
2. Keterampilan komunikasi berpengaruh terhadap *Public speaking*
3. Kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi berpengaruh terhadap *Public speaking*

3. Metode Penelitian

3.1 jenis penelitian

Penelitian eksplanasi merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian eksplanatori adalah untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang mempengaruhi hipotesis peneliti (Sugiyono, 2021). Metode kuantitatif digunakan untuk tujuan deskriptif dan verifikatif dalam penelitian ini.

3.2 Populasi dan sampel

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Sampel yang dipilih berjumlah 85 responden, dengan menggunakan metode *total sampling*.

3.3 Metode pengumpulan data

Kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan terhadap tiga variabel kunci yaitu kepercayaan diri, keterampilan komunikasi dan *Public speaking* mahasiswa prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran stambuk 2021 digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Kuesioner menggunakan Skala likert, dimana responden diminta menilai variabel-variabel tersebut dengan penilaian sebagai berikut: 1 selalu, 2 sering, 3 kadang-kadang, 4 tidak pernah.

3.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan merupakan salah satu cara untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator yang baik. Apabila memenuhi asumsi klasik maka diketahui model regresi yang ideal dengan istilah Best linear Unbiased Estimator (BLUE). Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Uji normalitas, 2) Uji linearitas, 3) Uji multikolinieritas.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis regresi linear berganda

Model regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan membuat persamaan garis regresi linier berganda (Siswono et al., 2016).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program berupa software SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

$Y = \alpha + b1\ X1 + b2\ X2 + e$ (Sugiyono, 2018)

Keterangan:
X1 = Variabel Kepercayaan Diri
X2 = Variabel Keterampilan Komunikasi
Y = Variabel kemampuan *Public speaking*
b1 = Koefisien regresi X1
b2 = Koefisien regresi X2
α = Konstanta
e = Standar error

3.6 Pengujian hipotesis

3.6.1 Uji parsial (uji t)

Uji t merupakan pengujian masing-masing variabel bebas/independen yang dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Kusumawati, 2017).

3.6.2 Uji simultan (uji F)

Menurut (Tarjo, 2021) uji secara simultan (uji F) dengan membandingkan antara f_{hitung} dengan f_{tabel}..

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

4. Hasil Penelitian

4.1 Deskripsi Responden Penelitian

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari satu kelompok, peristiwa, atau suatu yang akan diteliti (Handayani, 2010). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Data Populasi dan Sampel Penelitian

Kelas	Populasi	Sampel
ADP Kelas A	40	40
ADP Kelas B	45	45
Jumlah	85	85

Sumber: data diolah 2024

4.2 Analisis Regresi berganda

Berikut ini adalah hasil analisis regresi berganda untuk menilai pengaruh kepercayaan diri (X1) dan keterampilan komunikasi (X2) terhadap *Public speaking* (Y) pada mahasiswa prodi pendidikan administrasi perkantoran stambuk 2021 Universitas negeri medan.

Tabel 2 Hasil analisis regresi berganda

		B	Std. Error	Beta	t	Sig
1	(Constant)	6.424	5.191		1.237	.219
	Kepercayaan Diri	.765	.106	.535	7.215	.000
	Keterampilan Komunikasi	.521	.096	.402	5.414	.000

a. Dependent Variable: *PUBLIC SPEAKING*

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan model persamaan yang diperoleh dari tabel koefisien regresi berganda di atas:

$$\mathbf{Y = 6{,}424 + 0{,}765X1 + 0{,}521X2}$$

Berikut adalah interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebutdi atas:

1. Tatkala Kepercayaan diri mengalami peningkatan sebanyak 1 skor, maka *Public speaking* mengalami peningkatan sebesar 0,765 dan sebaliknya.
2. Tatkala Keterampilan komunikasi mengalami peningkatan sebanyak 1 skor, maka *Public speaking* mengalami peningkatan sebesar 0,521 dan sebaliknya.

Uji parsial dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} kriteria pengambilan keputusannya adalah hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0{,}05$

t-tabel diperoleh dengan tingkat signifikansi 95 atau $\alpha = 0{,}05$ menggunakan rumus $t_{tabel} = \alpha/2$: n-k-1 9 dengan (uji dua arah). Maka df = 85-2-1= 82. Dengan menggunakan nilai derajat kebebasan sebesar 82 maka nilai t_{tabel} yang digunakan untuk pengujian dua arah adalah 0,025.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Selanjutnya berdasarkan ketentuan titik presentase distribusi t diperoleh nilai t tabel = 1,989.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa:

1.Variabel Kepercayaan Diri (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Public speaking* (Y) mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (7,215) > t_{tabel} (1,989) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Berdasarkan hasil uji t di atas, dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima.

2.Variabel Keterampilan Komunikasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Public speaking* (Y) mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (5,414) > t_{tabel} (1,989) dengan nilai signifikan 0,000<0,05. Berdasarkan hasil uji t diatas, dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822[a]	.676	.668	4.934

a. Predictors: (Constant), Keterampilan Komunikasi, Kepercayaan Diri
b. Dependent Variabel: *Public speaking*

Sumber: data diolah 2024

Nilai koefisien determinasi (R2) dapat dilihat pada nilai R pada tabel diatas. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,822 atau R2 = 0,822 x 100% = 82,2%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Diri, Keterampilan Komunikasi berpengaruh positif terhadap *Public speaking* mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan sebesar 82,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Uji Asumsi

4.3.1 Uji normalitas

Normal atau tidaknya suatu data dapat dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai sig > 0,05, maka data variabel tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas pada variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual

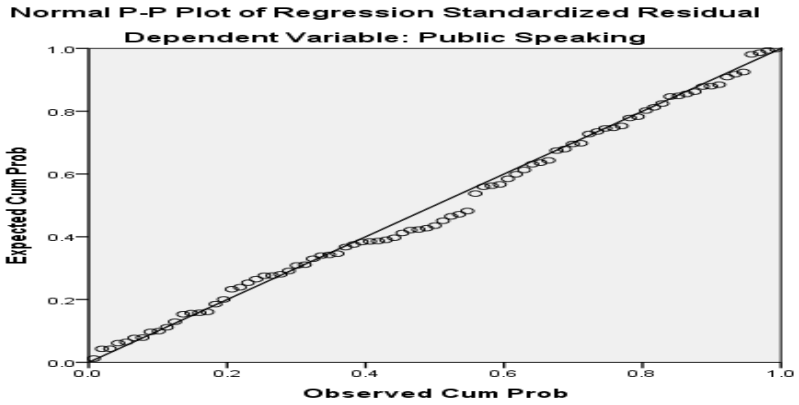
Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

N		85
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.87457531
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.030
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data diolah

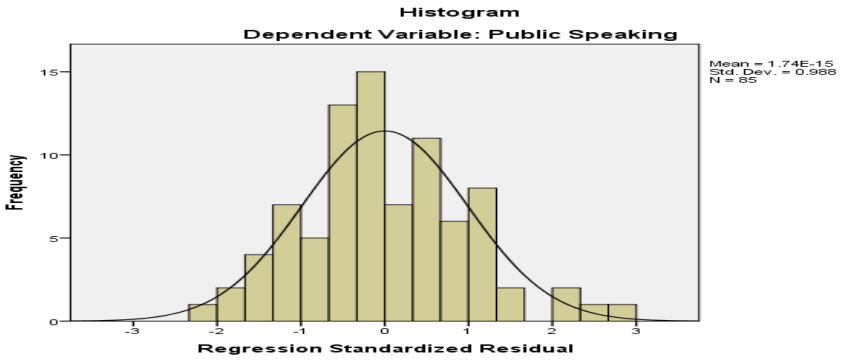
Uji normalitas juga dapat menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test, normal atau tidaknya suatu data dapat juga dilihat melalui P-Plot.jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal. Adapun nilai P-Plot pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1 Grafik P-Plot
Sumber: data diolah 2024

Dapat dilihat dari grafik diatas bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dinyatakan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal. Selain menggunakan uji normal Probability Plots, histogram juga dapat digunakan sebagai metode untuk menunjukkan uji normalitas data, seperti gambar berikut ini:

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES



Gambar 2 Histogram
Sumber: data diolah 2024

Bisa dilihat pada gambar di atas yang berbentuk seperti lonceng terbalik yang memenuhi garis lonceng yang berarti data dapat dikatakan berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Uji Multikolinieritas

		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.424	5.191			
	Kepercayaan Diri	.765	.106	.535	.718	1,393
	Keterampilan Komunikasi	.521	.096	.402	.718	1,393

Sumber: data diolah 2024

Diketahui bahwa untuk variabel Kepercayaan diri (X1) dan Keterampilan komunikasi mempunyai nilai tolerance sebesar 0,718 maka 0,718 > 0,10 dan nilai VIF 1,393 maka 1,393 < 10,00. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas sesama variabel bebas.

4.4. Pembahasan

Pembahasan berikut menguraikan kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis:

4.4.1. Pengaruh kepercayaan diri terhadap *Public speaking*

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa Kepercayaan Diri berpengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Public speaking* mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada hasil perhitungan uji secara parsial (Uji t) dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar 7,215 > 1,989 pada tingkat signifikansi 0,05.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadani et al., 2021) yang berjudul " Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap kemampuan *Public speaking* pada mahasiswa" menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Kepercayaan Diri terhadap kemampuan *Public speaking* mahasiswa. Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Okta et al., 2024) dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap kemampuan *Public speaking* mahasiswa" juga mendukung penelitian ini dengan hasil terdapat korelasi positif antara tingkat Kepercayaan Diri dan kemampuan *Public speaking*. Dengan tingkat Kepercayaan Diri yang lebih tinggi cenderung menunjukkan performa yang lebih baik dalam presentasi mereka.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

4.4.2. Pengaruh keterampilan komunikasi terhadap *Public speaking*

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Keterampilan komunikasi berpengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Public speaking* mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada hasil perhitungan uji secara parsial (Uji t) di mana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (5,414) > 1,989 pada tingkat signifikansi 0,05.

Penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Novieyana et al., 2021) yang berjudul " Pengaruh Keterampilan Komunikasi dan Kepercayaan Diri terhadap *Public speaking* mahasiswa dengan hasil menunjukkan bahwa Keterampilan Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kemampuan *Public speaking*. Penelitian serupa dilakukan oleh (Novieyana et al., 2021) dengan "Pengaruh Kepercayaan Diri dan keterampilan berkomunikasi terhadap kemampuan *Public speaking* mahasiswa" dengan hasil menunjukkan terdapat pengaruh signifikan terhadap kemampuan *Public speaking* mahasiswa.

4.4.3. Pengaruh kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi terhadap *Public speaking*

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Diri dan Keterampilan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap variabel *Public speaking* mahasiswa. Hal ini dapat dilihat pada hasil perhitungan uji secara simultan (Uji F) di mana diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar 85,568 > 3,11 dengan nilai signifikan 0,000<0,05 dengan taraf signifikan sebesar 95% atau alpha sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Diri, dan Keterampilan Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap *Public speaking* mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan.

Nilai koefisien determinasi (R2) diketahui sebesar 82,2% yang berarti bahwa variabel Kepercayaan Diri dan Keterampilan Komunikasi berpengaruh sebesar 82,2% terhadap *Public speaking* mahasiswa Pendidikan Administrasi perkantoran stambuk 2021 Universitas Negeri Medan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari temuan dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif Kepercayaan Diri terhadap *Public speaking* Mahasiswa pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (7,215) > (1,989) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 dengan taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif Keterampilan Komunikasi terhadap *Public speaking* mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran Stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar (5,414) > (1,989) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 dengan taraf signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$ maka hipotesis diterima.
3. Terdapat pengaruh yang signifikandan positif Kepercayaan Diri dan Keterampilan Komunikasi terhadap *Public speaking* mahasiswa Pendidikan administrasi perkantoran stambuk 2021 Universitas Negeri Medan. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar = 85,568 > 3,11 dan nilai signifikan 0,000 <

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

0,05 dengan taraf signifikan sebesar 95% atau α = 0,05 maka hipotesis diterima.

4. Kepercayaan Diri dan Keterampilan Komunikasi berpengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Public speaking* mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran stambuk 2021 Universitas Negeri Medan sebesar 0,822 atau sama dengan 82,2%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

Achmad, (2021). Edukasi Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Melalui Public Speaking dan Personal Branding. LPPM.

Angraini, (2021). Pengaruh Keterampilan Komunikasi terhadap Kesiapan Kerja Lulusan Sarjana Sumatera Barat. Jurnal Psikologi Islam, 12(1), 84–100.

Rahmadani (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kemampuan Public Speaking Pada Mahasiswa Pendidikan Sejarah Universitas Jambi. Jurnal Randai, 2(1), 22–33. https://doi.org/10.31258/randai.2.1.p.22-33

Hidayat, B. (2016). psikologi sosial: Aku, kami, dan kita. erlangga.

Indraswati, (2020). Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Kemampuan Komunikasi Terhadap Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Pgsd. Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 19(1), 1. https://doi.org/10.18592/alhadharah.v19i1.3342

Kusumawati, R. A. (2017). Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan Program Diploma III di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 6(2), 1. https://doi.org/10.30588/jmp.v6i2.298

Noviyanti. (2011). Pengaruh Motivasi dan Keterampilan Berkomunikasi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Pada Tutorial Online Berbasis Pendekatan Kontekstual Pada Mata Kuliah Statistika Pendidikan. Jurnal Pendidikan, 12(2), 80–88. https://doi.org/10.33830/jp.v12i2.494.2011

Mulyana, M. (2021). Analisis Kepecayaan Diri Pada Mahasiswa Unimal. Jurnal Psikologi Terapan (JPT), 2(2), 15. https://doi.org/10.29103/jpt.v2i2.3632

Warmi, (2021). Analisis Kepercayaan Diri (Self-Confidence) Pada Pembelajaran Matematika Siswa SMP. Maju, 8(2), 621–628.

Nofrion. (2016). Komunikasi pendidikan : penerapan teori dan konsep komunikasi dalam pembelajaran. kencana.

Nurfadhilah, (2022). IRJE : Jurnal Ilmu Pendidikan. 3(1), 514–522.

Pahrudin, P. (2020). Pengantar Ilmu Public Speaking (I). Penerbit Andi. https://books.google.co.id/books?id=ihz-DwAAQBAJ

Sanib, (2023). Gerakan Dimensi Lateralitas Brain Gym Untuk Meningkatkan Percaya Diri Dalam Public Speaking (Panduan Pemula Penguasaan Materi & Penguasaan Diri). Penerbit Adab. https://books.google.co.id/books?id=MILnEAAAQBAJ

Selwen, (2021). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kemampuan Public Speaking

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Mahasiswa. Jurnal Pendidikan Buddha Dan Isu Sosial Kontemporer (JPBISK), 3(2), 63–69. https://doi.org/10.56325/jpbisk.v3i2.46

Siswono, D., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). Aspek Vigor, Dedication, Absorption. 4(2).

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Alfabeta,cv.

Suharti, (2023). Model_Pembelajaran_Investigation_Based_S. UMSurabaya publishing.

Syahputri, (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160–166.

Tampubolon, (2023). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Diri Dan Keterampilan Berkomunikasi Terhadap Kemampuan Public Speaking Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi. 3(1), 96–106.

Tarjo. (2021). Metode Penelitian Administrasi. Syiah Kuala University Press.

Umarta, (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa. Syifa Asha Umarta, Dkk.) Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(8), 269–278. https://doi.org/10.5281/zenodo.8377018

Zainal, A. G. (2022). Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum. In Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.

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/)

Published by:

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Pengaruh Kepemimpinan Motivasi Kerja dan Kompetensi Terhadap KinerjaPegawai Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Ida Kartika*, Muhammad Idris, Trisniarty Adjeng Moelyati[3]

Universitas Muhammadiyah Palembang
Penulis Korespondensi: sungailebung12@gmail.com*,
idrismuhammad727@gmail.com, trisniartyadjengmoelyat@yahoo.com

Informasi Artikel:
Received: 13 Juni 2024, Accepted: 28 Juni 2024, Published: 30 Mei 2024

Abstract

This study aims to determine leadership, work motivation, and Competency in employee performance at the Ogan Ilir Regency Transportation Office. The object of this study is an employee of the Ogan Ilir Regency Transportation Office. The research method used is associative research using primary and secondary data. The population in this study was 179 employees at the Ogan Ilir Regency Transportation Office; the sample was taken using the Slovin formula, so the number of samples used was 128 employees. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study showed that 1) simultaneously, Leadership, Work Motivation, and Competency have a significant effect on the performance of employees of the Ogan Ilir District Transportation Office. 2) Leadership has a significant effect on the performance of employees of the Ogan Ilir District Transportation Office. 3) Work Motivation does not have a significant effect on the performance of employees of the Ogan Ilir Regency Transportation Office. 4) Competency has a significant effect on the performance of employees of the Ogan Ilir Regency Transportation Office.

Keywords: Leadership, Motivation, Competence, Employee Performance

1. Pendahuluan

Organisasi adalah serangkaian karakteristik deskriptif dari kondisi dalam lingkungan organisasi yang mempunyai tiga sifat, yaitu: relatif tetap selama periode tertentu, berbeda antara kerja satu dengan kerja lainnya, serta mempengaruhi perilaku orang yang berada di lingkungan kerja tersebut (Indrasari, 2017). Organisasi bisnis maupun organisasi publik yang bekinerja unggul memandang sumber daya manusia sebagai aset penting yang tidak mudah ditiru oleh pesaing.

Secara umum, sumber daya yang terdapat dalam suatu organisasi bisa dikelompokkan atas dua macam yaitu sumber daya manusia dan sumber daya non manusia, yang termasuk sumber daya non manusia adalah modal, mesin, teknologi, bahan-bahan (material) dan lainlain. Oleh karena itu, agar sebuah organisasi dapat mencapai kinerja yang maksimal diperlukan

Published by:

perlakuan yang adil dan memuaskan pada sumber daya manusia yang bekerja pada organisasi tersebut (Susan, 2019). Setiap organisasi dituntut mampu berkompetisi agar dapat tetap bertahan dalam persaingan global. Dalam sisi prilaku keorganisasian, maka organisasi yang baik tentu adalah organisasi yang mampu menyatukan seluruh manusia yang ada di dalamnya menjadi sumber daya potensial dan mampu bekerjasama dengan baik.

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi (Moeheriono 2015:95). Adapun faktor yang mempengaruhi kinerja yaitu : kemampuan dan keahlian, pengetahuan, rancangan kerja, kepribadian, motivasi kerja, kepemimpinan, gaya kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja, loyalitas, komitmen dan disiplin kerja (Kasmir, 2016:189).

Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir merupakan bagian dari Pemerintahan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Dinas Perhubungan Ogan Ilir memiliki tugas untuk menyelenggarakan urusan kebijakan perhubungan atau transportasi untuk daerah Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Hasil observasi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir, menunjukkan data capaian kinerja program, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1. Capaian Kinerja Program Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Indikator	Tahun 2022		%	Tahun 2022		%
	Target	Realisasi		Target	Realisasi	
Program Penunjang Urusan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota	5.442.064.719	4.468.292.548	82%	6.610.407.130	5.899.985.367	89,25%
Program Penyelenggaraan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ)	331.779.400	289.565.000	87%	3.560.525.750	2.027.263.921	66,63%

Sumber : Bagian Perencanaan Dishub Ogan Ilir, 2022 & 2023

Capaian kinerja secara kualitatif dari segi pelayanan yang menjadi tugas dari Dinas Perhubungan adalah melakukan layanan keur kendaraan, pelayanan keur kendaraan dilakukan oleh UPTD PKB. Capaian target yang diharapkan program penunjang urusan Pemerintah Daerah Kabupaten pada Tahun 2022 hanya dapat terealisasi 82% (dari target Rp. 5.442.064.719 realisasi hanya Rp. 4.468.292.548). Program penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan (LLAJ) hanya dapat terealisasi 87% (dari target Rp. 331.779.400 realisasi hanya Rp. 289.565.000), dan pada Tahun 2023 masing masing program hanya terealisasi sebesar 89.25% untuk Program Penunjang Urusan Pemerintah Daerah dan 66.63% untuk Program penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan (LLAJ).

Kinerja pegawai yang kurang optimal dalam memenuhi capaian kinerja program Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir, berdasarkan hasil riset pendahuluan menunjukkan adanya indikatosi dari beberapa faktor, yaitu mengenai fenomena kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi. Fenomena kepemimpinan, ditunjukkan oleh adanya masalah ketidakadilan, karena pimpinan terkadang memberikan tugas dan tanggung jawab kepada pegawai tidak berdasarkan tupoksi, sering terjadi di lapangan bahwa tumpang tindih pekerjaan dikarenakan asas suka dan tidak suka. Pimpinan cenderung memberikan arahan dan informasi kepada pegawai secara tidak lengkap dan kurang jelas sehingga petunjuk yang diberikan harus

Published by:

dipikirkan sendiri oleh pegawai, dan mengakibatkan hasilnya menjadi tidak sesuai dengan harapan, karena salah tafsir informasi yang mengakibatkan pekerjaan menjadi tidak efektif dan efisien. Perilaku pimpinan yang semena-mena tersebut, memperburuk peran pimpinan sebagai katalisator, karena tindakan pimpinan justru menjadi pemicu turunnya semangat kerja pegawai, sebab merasa kecewa dengan perlakuan pimpinan.

Fenomena motivasi kerja, menunjukkan adanya masalah hubungan dengan rekan kerja dan atas, karena di Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir terdapat hubungan yang renggang diantara beberapa pegawai dengan rekan kerja maupun dengan atasan, karena adanya persaingan internal dalam memperebutkan jabatan struktural di lingkungan instansi. Lingkungan kerja yang menjadi tidak kondusif akibat orang-orang yang tidak saling mendukung satu sama lain, mengakibatkan semangat kerja sebagian pegawai menurun, karena merasa tersisikan oleh persaingan. Bahkan dalam sistem pemberian tunjangan yang terlalu terikat dengan peraturan dan jabatan struktural tertentu, mengakibatkan pegawai yang berprestasi sekalipun harus berlapang hati untuk memperoleh tunjangan pegawai yang lebih rendah sekalipun dengan golongan kerja yang sama.

Fenomena kompetensi, dapat terlihat dari gambaran banyaknya jumlah pegawai dengan tingkat pendidikan SLTA, mengakibatkan keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang rata-rata berpendidikan SMA dan sedikitnya pegawai berpendidikan Strata 1 ke atas, akan berdampak pada capaian kinerja pegawai yang tidak optimal. Bahkan Pegawai berpendapat bahwa ada beberapa rekannya yang tidak mengetahui prosedur kerja yang tepat, seperti dalam kepengurusan administrasi program yang didasarkan oleh Juknis (petunjuk teknis) tidak terstruktur dan salah format, sehingga harus dilakukan revisi ulang dan mengambat berjalannya program. Selain itu program kerja yang dilaksanakan oleh pegawai fungsional yang terlibat tidak terampil dalam melaksanakan program kerja di lapangan, sehingga realisasi capaian kinerja program tidak terpenuhi. Diantara pegawai terdapat beberapa pegawai yang memiliki sikap negatif dalam melaksanakan pekerjaannya, karena merasa keberatan dengan pemberian tanggung jawab dan pekerjaan yang dianggap tidak sesuai tupoksi.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai di Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.

2. Kajian Pustaka

2.1 Kinerja Pegawai

Arianty (2014), menyatakan kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dapat dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Sedangkan Mangkunegara (2017:21), menyatakan kinerja merupakan hasil kerja seseorang karyawan/sekelompok orang dalam organisasi, yang sesuai dalam mencapai tujuan organisasi.

Kasmir (2016:189), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja yaitu : kemampuan dan keahlian, pengetahuan, rancangan kerja, kepribadian, motivasi kerja, kepemimpinan, gaya kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja, loyalitas, komitmen dan disiplin kerja.

Robbins (2016:260), menyatakan indikator kinerja adalah alat untuk mengukur sejauh mana pencapaian kinerja pegawai. Beberapa indikator untuk mengukur kinerja pegawai, meliputi : kuantitas, kualitas, ketepatan waktu, efektifitas, dan kemandirian.

Published by:

2.2 Kepemimpinan

Rohadin (2021), menyatakan kepemimpinan yang dikenal juga dengan istilah *leader* adalah tentang bagaimana mempengaruhi orang lain, bawahan atau pengikut agar mau mencapai tujuan yang diinginkan sang pemimpin. Sedangkan Teguh (2022), menyatakan kepemimpinan adalah cara mengajak karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan benar, meningkatkan komitmen dan memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan bersama yang ditetapkan organisasi.

Syafei (2016), menjelaskan secara garis besar indikator kepemimpinan terbagi atas delapan indikator, yaitu: bersifat adil, memberi sugesti, mendukung tujuan, katalisator, menciptakan rasa aman, sebagai wakil organisasi, sumber inspirasi, dan bersikap menghargai.

2.3 Motivasi Kerja

Sembiring (2020), menyatakan motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dalam diri pegawai yang perlu dipenuhi agar pegawai tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya, sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan pegawai agar mampu mencapai tujuan dari motifnya.

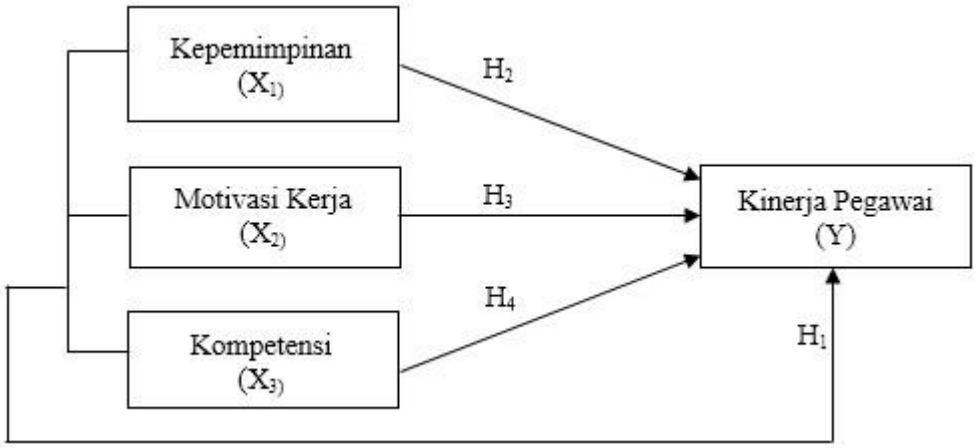
Herzberg (Sembiring, 2020), menyatakan indikator motivasi kerja terdiri dari beberapa aspek, yaitu : hubungan dengan rekan kerja dan atasan, lingkungan kerja, kesempatan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, dan pemberian tunjangan.

2.4 Kompetensi

Hutapea & Thoha (Manik, 2018), menyatakan kompetensi adalah kapasitas yang ada pada seseorang yang bisa membuat orang tersebut mampu memenuhi apa yang disyaratkan oleh pekerjaan dalam suatu organisasi sehingga organisasi tersebut mampu mencapai hasil yang diharapkan. Sedangkan Elizar (2018), menyatakan kompetensi merupakan keahlian individual yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghasilkan sebuah produk atau jasa yang sesuai dengan standar yang diharuskan.

Rosmaini (2019), menyatakan indikator kompetensi terdiri dari beberapa indikator, yaitu: pengetahuan.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber : Peneliti, 2024

Published by:

2.6 Penelitian Sebelumnya

Marjaya (2019), "Pengaruh kepemimpinan, motivasi dan pelatihan terhadap kinerja pegawai pada PDAM Tirta Deli Kabupaten Deli Serdang". Hasil penelitiannya membuktikan kepemimpinan, motivasi dan pelatihan berpengaruhi positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Elizar (2018), "Pengaruh pelatihan, kompetensi dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai". Hasil penelitiannya membuktikan pelatihan, kompetensi dan lingkungan kerja berpengaruhi positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Trisno Wibowo K (2018), "Pengaruh kepemimpinan, kompetensi dan motivasi terhadap kinerja pegawai". Hasil penelitiannya membuktikan kepemimpinan, kompetensi dan motivasi berpengaruhi positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

3. Metodelogi Penelitian

3.1 Operasionalisasi Variabel

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Pengertian Operasional	Indikator
Kinerja Pegawai (Y)	Hasil karya setiap pegawai dari pekerjaan tersebut dapat menyangkut kualitas, kuantitas, dan ketepatan waktu yang merupakan hasil kemampuannya dan prestasi bagi setiap pegawai di Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.	a) Kuantitas, b) Kualitas, c) Ketepatan Waktu.
Kepemimpinan (X_1)	Kemampuan pemimpin untuk dapat mempengaruhi orang lain agar bekerja sesuai dengan tujuan yang diharapkan, melakukan seni pekerjaan melalui orang lain untuk mencapai tujuan Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.	a) Bersifat adil, b) Memberikan sugesti, c) Katalisator.
Motivasi Kerja (X_2)	Suatu kebutuhan yang mendorong setiap pegawai untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah tercapainya tujuan Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.	a) Hubungan dengan rekan kerja dan atasan, b) Lingkungan kerja, c) Pemberian tunjangan.
Kompetensi (X_3)	Kemampuan setiap pegawai yang dapat terobservasi mencakup atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.	a) Pengetahuan, b) Keterampilan, c) Sikap Kerja.

Sumber: Berdasarkan berbagai sumber, 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

Published by:

ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019:81). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir yang berjumlah 179 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Sugiyono, 2019:82). Pada penelitian ini sampel yang diambil berdasarkan teknik *Probability Sampling* dengan menggunakan sampel *Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel dengan taraf kesalahan sebesar 5% yang diukur berdasarkan rumus Slovin, sehingga dapat ditarik 128 responden yang digunakan sebagai sampel penelitian.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tambah Deskriptif statistic dan karakteristik responden

4.1 Deskriptif Karakteristik Responden

Analisis deskriptif dilakukan terhadap karakteristik responden (pegawai Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir) dengan jumlah responden sebanyak 128 orang. Berikut ini masing-masing karakteristik tersebut, dapat dilihat pada Tabel 3 :

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jenis Kelamin	Jumlah	
		Orang	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	85	66,4%
	Perempuan	43	33,6%
	Total	128	100%
Pendidikan	SMA	67	52,3%
	S1	49	38,3%
	S2	12	9,4%
	Total	128	100%
Masa Kerja	< 1 Tahun	0	0,0%
	1-3 Tahun	3	2,3%
	4-5 Tahun	42	32,8%
	> 5 Tahun	83	64,8%
	Total	128	100%

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa pegawai Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 66,4% dan perempuan 33,6%. Adapun ditinjau dari segi pendidikan, pegawai yang berpendidikan SMA sebanyak 52,3%, Strata 1 sebanyak 38,3%, dan Strata 2 sebanyak 9,4%. Masa kerja pegawai terdiri dari 64,8% yang sudah bekerja selama lebih dari 5 tahun, 32,8% sudah bekerja selama 4-5 tahun, dan hanya 2,3% yang baru bekerja selama 1-3 tahun.

4.2 Deskriptif Statistik

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap variabel penelitian berdasarkan jawaban yang diperoleh dari para pegawai Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir, dengan jumlah responden sebanyak 128 pegawai. Berikut statistik deskriptif, dapat dilihat pada Tabel 4 :

Published by:

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kinerja Pegawai	128	1.00	5.00	2,5338	0,97752
Kepemimpinan	128	1.00	5.00	2,6542	1,08967
Motivasi Kerja	128	1.00	5.00	2,6905	1,21192
Kompetensi	128	1.00	5.00	2,7702	1,10021
Valid N (listwise)	128				

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa pada keseluruhan variabel, nampak variabel kinerja pegawai (Y) memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5, serta nilai mean 2,5338 dan standar deviasi 0,97752. Variabel kepemimpinan (X1) memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5, serta nilai mean 2,6542 dan standar deviasi 1,08967. Variabel motivasi kerja (X2) memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5, serta nilai mean 2,6905 dan standar deviasi 1,21192. Variabel kompetensi (X3) memiliki nilai minimum 1 dan maksimum 5, serta nilai mean 2,7702 dan standar deviasi 1,10021.

4.1 Hasil Uji Instrument

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dengan metode *Cronbach's Alpha* nilai r_{hitung} diwakili oleh nilai *Corrected ItemTotal Corelation*, dengan hasil pengujian pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator Pernyataan	rhitung	r_{tabel} (30-2)	Keterangan
Kinerja Pegawai (Y)	Pekerjaan yang pegawai hasilkan sudah sesuai dengan target yang ditentukan instansi	0,893	0,361	Valid
	Setiap pegawai merasa mampu mencapai target yang ditetapkan instansi	0,901	0,361	Valid
	Pekerjaan yang pegawai hasilkan melampaui target yang telah ditetapkan instansi	0,796	0,361	Valid
	Setiap Pegawai dapat menyelesaikan setiap pekerjaan dengan teliti dan rapi	0,794	0,361	Valid
	Pegawai berusaha melakukan pekerjaan sebaik mungkin	0,851	0,361	Valid
	Hasil kerja pegawai tidak mengecewakan instansi	0,903	0,361	Valid
	Setiap pegawai dapat menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu	0,882	0,361	Valid

Published by:

	Setiap pegawai tidak menunda-nunda waktu dalam menyelesaikan pekerjaan	0,800	0,361	Valid
	Setiap pegawai menyelesaikan pekerjaan pada batas waktu yang telah ditentukan instansi	0,807	0,361	Valid
Kepemimpinan (X_1)	Pimpinan memberikan kesempatan pada semua pegawai untuk mengikuti seleksi jenjang kepegawaian sesuai dengan potensi yang dimiliki pegawai	0,786	0,361	Valid
	Pimpinan tidak membeda-bedakan antara pegawai yang satu dengan yang lain dalam memberikan tugas	0,910	0,361	Valid
	Pimpinan menerapkan aturan yang sama untuk semua pegawai	0,926	0,361	Valid
	Pimpinan mempunyai inisiatif yang tinggi dalam memberikan ide untuk meningkatkan hasil kerja	0,850	0,361	Valid
	Pimpinan pandai mengadakan pendekatan dalam upaya meningkatkan hasil kerja	0,936	0,361	Valid
	Pimpinan memberikan arahan-arahan dalam pekerjaan untuk hasil yang lebih baik	0,910	0,361	Valid
	Pimpinan mengawasi pekerjaan yang dikerjakan oleh pegawainya	0,848	0,361	Valid
	Pimpinan memberikan informasi yang lengkap tentang petunjuk pelaksanaan kerja yang benar kepada semua pegawai	0,877	0,361	Valid
	Pimpinan memberikan kewenangan bagi pegawainya dalam melaksanakan tugas	0,836	0,361	Valid
Motivasi Kerja (X_2)	Hubungan antar pegawai di tempat kerja terjalin dengan harmonis	0,553	0,361	Valid
	Hubungan antara pegawai dengan pimpinan di tempat kerja terjalin dengan harmonis	0,689	0,361	Valid
	Adanya hubungan yang saling mendukung antar pegawai maupun dengan pimpinan	0,911	0,361	Valid
	Lingkungan kerja di dalam instansi terasa nyaman	0,945	0,361	Valid
	Lingkungan kerja di dalam instansi terasa menyenangkan tanpa adanya persaingan	0,933	0,361	Valid

Published by:

	Tersedianya fasilitas yang lengkap untuk mempelancar pekerjaan	0,923	0,361	Valid
	Instansi memberikan tunjangan yang sama bagi setiap pegawainya	0,903	0,361	Valid
	Instansi memberikan tunjangan keluarga bagi pegawainya	0,887	0,361	Valid
	Pegawai diberi tunjangan kinerja untuk meningkatkan kinerja	0,864	0,361	Valid
Kompetensi (X_3)	Setiap pegawai memiliki pengetahuan yang sesuai dengan bidang kerjanya	0,582	0,361	Valid
	Setiap pegawai mengetahui petunjuk teknis yang tepat dalam melaksanakan pekerjaannya	0,625	0,361	Valid
	Setiap pegawai mengetahui tata cara pelaksanaan kerja yang tepat	0,649	0,361	Valid
	Setiap pegawai memiliki keterampilan yang sesuai dengan bidang kerjanya	0,839	0,361	Valid
	Setiap pegawai terampil dalam melaksanakan program kerja	0,877	0,361	Valid
	Setiap pegawai mampu merealisasikan capaian kinerja program yang ditargetkan	0,821	0,361	Valid
	Setiap pegawai menyikapi pekerjaannya dengan positif tanpa adanya rasa keberatan	0,816	0,361	Valid
	Setiap pegawai mampu menanggapi dengan cepat dan tepat permintaan dan pertanyaan pihak yang membutuhkan	0,864	0,361	Valid
	Setiap pegawai siap dan bersedia untuk melaksanakan pekerjaan yang ditugaskan meskipun tidak sesuai tupoksi	0,839	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, keseluruhan indikator yang digunakan pada setiap butir pertanyaan dalam variabel kinerja pegawai, kepemimpinan, motivasi kerja, dan kompetensi dikatakan valid, karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361).

4.1.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, keseluruhan nilai variabel kinerja pegawai, kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel, karena secara keseluruhan memiliki nilai > 0,6.

Published by:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha Standard*	*Cronbach's Alpha Value*	Keterangan
Kinerja Pegawai (Y)	0,600	0,963	Reliabel
Kepemimpinan (X_1)		0,970	Reliabel
Motivasi Kerja (X_2)		0,964	Reliabel
Kompetensi (X_3)		0,938	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data, 2024

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang dimiliki berdistribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Asumsi normalitas dapat menggunakan uji sampel *Kolmogorov Smirnov* untuk menguji normalitas model regresi, dengan ketentuan jika signifikan > 0,05 maka variabel berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikan ≤ 0,05 maka variabel berdistribusi tidak normal. Maka hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov[a]	
	Df	***Sig.***
Unstandardized Residual	128	0,113

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan uji normalitas pada tabel di atas, dapat dilihat jika nilai signifikan 0,113 > 0,05, maka dapat dipastikan model regresi memenuhi normalitas.

4.2.2 Uji Linearitas

Uji linieritas data bertujuan untuk mengetahui apakah dua atau tiga variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak linier secara signifikan. Hasil pengujian linieritas data dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

	Variabel	**df**	**F**	**Sig.**
Linearity	Kepemimpinan (X_1)	1	924,043	0,000
	Motivasi Kerja (X_2)	1	302,565	0,000
	Kompetensi (X_3)	1	290,693	0,000

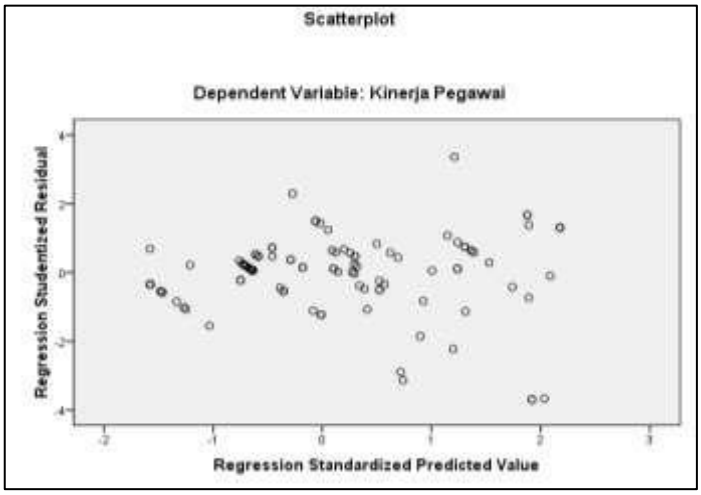
Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan uji linieritas data pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai sig. kepemimpinan (X_1) sebesar 0,000, motivasi kerja (X_2) sebesar 0,000 dan kompetensi (X_3) sebesar 0,000, artinya nilai sig. < 0,05. Maka dapat disimpulkan jika antara variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan yang linier.

Published by:

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, hal ini dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan gambar di atas, hasil pengujian menunjukan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas yang dapat dilihat dari titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu.

4.2.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen, akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat, pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	*Collinearity Statistics*	
	Tolerance	**VIF**
Kepemimpinan (X_1)	0,202	4,953
Motivasi Kerja (X_2)	0,207	4,840
Kompetensi (X_3)	0,271	3,694

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel di atas, keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10, dan nilai *Tolerance* > 0,1, maka dapat dipastikan model yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas yang berarti.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi liniear berganda digunakan untuk mengetahui regresi antara variabel kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas

Published by:

Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.0, dengan hasil pada Tabel 10 berikut :

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
1	(Constant)	0,320	0,106		3,016	0,003
	Kepemimpinan (X	0,573	0,078	0,639	7,347	0,000
	Motivasi Kerja (X	0,109	0,069	0,135	1,569	0,119
	Kompetensi (X_3)	0,145	0,067	0,163	2,167	0,032

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disusun menjadi suatu persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 0{,}320 + 0{,}573\ X_1 + 0{,}109\ X_2 + 0{,}145\ X_3}$$

Dari persamaan tersebut, dapat di jelaskan sebagai berikut :

1) Nilai konstanta sebesar 0,320 menunjukkan jika kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi tidak ada atau bernilai 0 (nol), maka kinerja pegawai akan bersifat tetap. Yaitu sebesar 0,320.
2) Nilai koefisien kepemimpinan sebesar 0,573 menunjukkan kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.
3) Nilai koefisien motivasi kerja sebesar 0,109 menunjukkan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.
4) Nilai koefisien kompetensi sebesar 0,145 menunjukkan kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

4.4.1 Hasil Uji F

Uji F dimaksudkan untuk menguji variabel-variabel bebas secara simultan/bersama-sama terhadap variabel terikat, hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 11 berikut :

Tabel 11. Hasil Uji F

	Model	***Sum of Squares***	***df***	***Mean Square***	***F***	***Sig.***
1	Regression	98,401	3	32,800	177,205	0,000[a]
	Residual	22,952	124	0,185		
	Total	121,354	127			

Sumber: Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, menunjukkan nilai F_{hitung} 177,205 > F_{tabel} 2,68, dengan tingkat sig. F 0,000 < 0,05 (signifikan), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh signifikan kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.

Published by:

4.4.2 Hasil Uji t

Uji t ini dimaksudkan untuk menguji variabel-variabel bebas secara parsial/individual terhadap variabel terikat, hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 10 sebelumnya. Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, dapat dilihat sebagai berikut :

1) Nilai t_{hitung} 7,347 > t_{tabel} 1,979, dengan tingkat sig.t 0,000 < 0,05 (signifikan), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh positif signifikan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.
2) Nilai t_{hitung} 1,569 < t_{tabel} 1,979, dengan tingkat sig.t 0,119 > 0,05 (signifikan), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya ada pengaruh positif tapi tidak signifikan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.
3) Nilai t_{hitung} 2,167 > t_{tabel} 1,979, dengan tingkat sig.t 0,032 < 0,05 (signifikan), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh positif signifikan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.

4.4.3 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas yaitu kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir, dengan hasil pada Tabel 12 berikut :

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi

Model	***R***	***R Square***	***Adjusted R Square***	***Std Error Of The Estimate***
1	0,900[a]	0,811	0,806	0,43023

Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel di atas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,806 atau 80,6%, artinya kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi mampu memberikan sumbangan terhadap perubahan kinerja pegawai, dengan besarnya konstribusi yang disebabkannya sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini antara lain: disiplin kerja, loyaliatas, lingkunan kerja, komitmen, kepuasan kerja, budaya organisasi, kepribadian, dan gaya kepemimpinan.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Berdasarkan hasil analisis secara simultan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, membuktikan ada pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir. Hal ini menunjukkan hubungan linier positif atau searah antara variabel kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai, yang mengartikan jika kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi semakin baik atau meningkat maka akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja pegawai. Hal ini didukung dengan nilai koefisien determinasi yang

Published by:

menunjukkan kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi mampu memberikan sumbangan terhadap perubahan kinerja pegawai, dengan besarnya konstribusi yang disebabkannya sebesar 80,6%.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2016), yang menyebutkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya meliputi kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi. Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa ada pengaruh kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai, terbukti secara teoritis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Trisno Wibowo K (2018), dengan hasil penelitiannya yang membuktikan ada pengaruh kepemimpinan, kompetensi dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai. Penelitian tersebut dan penelitian ini dikatakan sejalan, karena sama-sama memperoleh hasil yang membuktikan ada pengaruh kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai.

4.5.2 Pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Berdasarkan hasil analisis secara parsial yang telah dilakukan dalam penelitian ini, membuktikan ada pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir. Hal ini menunjukkan hubungan linier positif atau searah antara variabel kepemimpinan terhadap kinerja pegawai, yang mengartikan jika kepemimpinan semakin baik atau meningkat maka akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja pegawai.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2016), yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya meliputi kepemimpinan. Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa ada pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai, terbukti secara teoritis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ida Ayu Brahmasari (2008), dan Fauzi (2018), dengan hasil penelitiannya yang membuktikan ada pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai. Penelitian tersebut dan penelitian ini dikatakan sejalan, karena samasama memperoleh hasil yang membuktikan ada pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja pegawai.

4.5.3 Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Berdasarkan hasil analisis secara parsial yang telah dilakukan dalam penelitian ini, membuktikan ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir. Hal ini menunjukkan hubungan linier positif atau searah antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja pegawai, yang mengartikan jika motivasi kerja semakin baik atau meningkat maka akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja pegawai.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2016), yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya meliputi motivasi kerja. Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa ada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai, terbukti secara teoritis.

Published by:

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzi (2018), dengan hasil penelitiannya yang membuktikan ada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai. Penelitian tersebut dan penelitian ini dikatakan sejalan, karena sama-sama memperoleh hasil yang membuktikan ada pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja pegawai.

4.5.4 Pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir

Berdasarkan hasil analisis secara parsial yang telah dilakukan dalam penelitian ini, membuktikan ada pengaruh positif dan signifikan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir. Hal ini menunjukkan hubungan linier positif atau searah antara variabel kompetensi terhadap kinerja pegawai, yang mengartikan jika kompetensi semakin baik atau meningkat maka akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja pegawai.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2016), yang menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja, diantaranya meliputi kompetensi. Berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa ada pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai, terbukti secara teoritis.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elizar (2018), dengan hasil penelitiannya yang membuktikan ada pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai. Penelitian tersebut dan penelitian ini dikatakan sejalan, karena sama-sama memperoleh hasil yang membuktikan ada pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan, motivasi kerja dan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan kepemimpinan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.
3. Ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Ogan Ilir.

References

Arianty, N. (2014). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 144 -150.

Elizar, H. T. (2018). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 46-58.

Fauzi. (2018). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada unit SKT Brak BL 53 PT. *Management Analysis Journal*, 1-7.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Ida Ayu Brahmasari, A. S. (2008). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan (Studi kasus pada PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 124-135.

Indrasari, M. (2017). *Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan.* Sidoarjo: Indomedia Pustaka.

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Mangkunegara. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Perusahaan.* Bandung : Remaja Rosdakarya.

Manik, Sudarmin, N. S. (2018). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1-6.

Moeheriono. (2015). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi.* Jakarta : Rajagrafindo Persada.

Robbins, Stephen, J. (2016). *Manajemen*. Jakarta: Indeks. Cek nama lengkap Robbin

Rohadin. (2021). *Manajemen Organisasi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sembiring, H. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Sinarmas Medan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 10-23.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta.

Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 952962.

Syafei. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Bandung: Erlangga.

Teguh, Karya Pamungkas, F.A. (2022). Analisis Gaya Kepemimpinan Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat Dan Desa Kabupaten Jember. *Paradigma Madani*, 119-130.

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/)

Published by:

Jurnal Nasional
Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia
e-ISSN: 2745-7257
Vol. 5 No. 2, Juni 2024

Strategi pengembangan bisnis Tour dan Travel pada PT. Tiwikrama Tour Indonesia

Aldira Abroury Moeryawan[1*], Fanji Wijaya[2]

Universitas Indonesia Membangun
Penulis Korespondensi: iamaldira1@inaba.ac.id[1]*
iamaldira1@inaba.ac.id[1]*, fanji.wijaya@inaba.ac.id[2]

Informasi Artikel:
Received: 15 Juni 2024, Accepted: 28 Juni 2024, Published: 30 Mei 2024

Abstrak.

PT. Tiwikrama Tour Indonesia is a company that deals with tour and travel transportation. PT. Tiwikrama Tour Indonesia has the following strengths: 1. Strategic location in the city center with good accessibility; 2. Consumer trust in car, tour, and travel services and weaknesses 1. Limited physical facilities and human resources (HR) that limit service capacity; 2. Lack of effective promotion and marketing to increase company visibility. 3. Operational opening hours, 3. Price cuts, 4. Unclear information media and Opportunities: 1. Utilizing technological advances as a tool for marketing and consumer rentals; 2. Increasing tourism sector in the city of Bandung, 3. Addition of vehicle units in demand from consumers, 4. Gaining trust from customers and threats that arise: 1. The emergence of many competitors, such as Tour and Travel, 2. More attractive offers related to promos and discounts by other companies exist, 3. Increasing rental prices. By using the Business Model Canvas method PT. Tiwikrama Tour Indonesia is expected to improve its business strategy to be more innovative and flexible to continue to follow trends and expand the market. Therefore, it is likely that this research will significantly contribute to PT's growth. Tiwikrama Tour Indonesia. The strategic steps that must be taken immediately are 1. providing the types of vehicles often rented by consumers, 2. Carrying out regular service or checks to provide security and comfort for consumers, 3. Social-Media such as Instagram, TikTok, and other websites are used as marketing media. 4. Designing applications to make it easier for consumers to rent.

Keywords: Analisi SWOT dan Bisnis Model Canvas

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata di Kota Bandung telah menjadi sektor utama pendapatan asli daerah (PAD) dan memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan perekonomian kota. Kota Bandung memiliki banyak daya tarik untuk wisatawan, seperti bangunan bersejarah, budaya, dan makanan lokal. Dengan adanya peluang dan prospek tersebut, pasti akan mendorong kemajuan sektor pariwisata di kota Bandung. Tidak dapat dipungkiri bahwa sektor pariwisata berkembang lebih cepat daripada sektor ekonomi lainnya. Industri pariwisata menciptakan banyak lapangan kerja yang dapat membantu pemerintah daerah untuk terus meningkatkan

Published by:

pendapatan daerah di wilayah tersebut (Diwangkara et al., 2020). Melihat meningkatnya potensi pariwisata di Indonesia menjadikan usaha transportasi jasa Tour dan Travel menjadi lini usaha yang diminati banyak orang (Rahayu et al., 2022).

PT. Tiwikrama Tour Indonesia adalah perusahaan tour & travel yang berdiri sejak tahun 2017. PT. Tiwikrama Tour Indonesia berlokasi di Jl. Cimuncang Jl. Pasir Leutik No.15, Padasuka, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Perusahaan ini menawarkan jasa dan membantu wisatawan yang ingin mengunjungi Bandung tetapi tidak tahu bagaimana merencanakan liburan yang baik karena masalah pengetahuan atau kesulitan berbicara bahasa asing. Perusahaan ini menyediakan sewa mobil dan tur baik di kota maupun di luar kota, dengan berbagai merek mobil seperti avanza, innova, xenia, brio, jazz, elf, hiace, dan bahkan bus pariwisata. Saat ini, PT. Tiwikrama Tour Indonesia menghadapi banyak tantangan kompetitif, dalam persaingan ketat dengan perusahaan lain di bidang yang sama, perusahaan harus terus berinovasi untuk bertahan dan bersaing. Para pelaku bisnis memerlukan media

pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. (Puspitarini & Nuraeni, 2019) mengatakan, media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan promosi yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Promosi yang dilakukan PT. Tiwikrama Tour Indonesia masih sangat sederhana karena bergantung pada rekanan dan belum adanya jobdesk yang jelas disetiap karyawannya, kondisi saat ini satu karyawan dapat mengerjakan satu pekerjaan secara bersamaan, kondisi ini tentu tidak baik untuk meningkatkan kinerja karyawan. Oleh sebab itu PT Tiwikrama Tour Indonesia memerlukan strategi yang teliti dan terukur untuk meningkatkan kualitas perusahaan.

Di era digitalisasi saat ini, pemasaran digital sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk perusahaan, oleh karena itu (Novita et al., 2022) mengatakan, dengan adanya digitialisasi pemasaran ini maka, memungkinkan pemasaran yang dilakukan pebisnis ini semakin luas, sehingga bisa mendapatkan lebih banyak konsumen. PT. Tiwikrama Tour Indonesia harus bisa memanfaatkan teknologi yang berkembang saat ini dengan cara yang inovatif dan juga efektif untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

PT. Tiwikrama Tour Indonesia percaya bahwa strategi bisnis yang kuat sangat penting dalam menghadapi persaingan di industri tour and travel. Analisis SWOT dapat membantu bisnis mengidentifikasi kelebihan (Strength) dan kelemahan (Weakness). Selain itu, analisis ini juga dapat digunakan untuk menentukan peluang (Opportunity) dan ancaman (Threath) untuk bisnis (Wijaya & Sultan, 2019). Perumusan strategi bisnis dapat dilakukan melalui analisis kondisi internal, eksternal (SWOT) dan melalui analisis Business Model Canvas. Analisis SWOT menyediakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi bisnis, memberi perusahaan wawasan untuk memfokuskan pertumbuhan, dan menyajikan bisnis dasar yang kuat untuk mengembangkan strategi bisnis baru (Astuti & Ratnawati, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis strategi bisnis PT. Tiwikrama Tour dengan menggunakan pendekatan Analisis SWOT. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saingnya dalam industri tour & travel.

2. Kajian Pustaka

Published by:
Training & Research Institute

2.1 Manajemen Strategi

Menurut (Setiawati, 2020), manajemen strategi adalah seni (kemahiran), sains, dan prosedur yang digunakan untuk mengembangkan, melaksanakan, dan mengevaluasi berbagai keputusan fungsional organisasi. (business and non-business). Perusahaan dapat mencapai tujuan mereka dengan cara yang dimaksudkan karena keputusan-keputusan ini terus dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal yang berubah.

Serangkaian pilihan dan kegiatan yang menghasilkan pengembangan strategi atau strategi yang menang untuk mendukung tujuan organisasi dikenal sebagai manajemen strategis (Budiman & Suparjo, 2021). Kinerja jangka panjang perusahaan ditentukan oleh manajemen strategisnya, yang memprioritaskan kesempatan lingkungan dan ancaman pengamatan dan penilaian sambil mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

2.2 Analisis Swot

Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman adalah singkatan dari unsur-unsur ini. (Dangers). Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi jalur tindakan terbaik tergantung pada pasar dengan memeriksa dan mengklasifikasikan semua hasil potensial yang mungkin mempengaruhi empat komponen (Mashuri & Nurjannah, 2020). Selain itu, menurut (Widowati & Andrianto, 2022) penilaian SWOT dapat dilakukan secara tandem untuk menilai elemen internal dan eksternal perusahaan secara bersamaan, memungkinkan untuk mengejar solusi.

Dengan cara yang sama, jika bisnis ingin bertahan, kelemahannya harus diperbaiki. Perusahaan harus mengambil risiko dan meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Jadi, menurut Analisis SWOT dapat digunakan untuk meningkatkan analisis saat memilih strategi, tetapi biasanya menggunakan kerangka kerja untuk membahas alternatif penting untuk pertimbangan perusahaan. Setiap perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, maka dari itu analisis SWOT dapat membantu organisasi dalam memperkecil kelemahan atau kerugian yang ada (Nuryani et al., 2023). Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi bisnis yang sesuai untuk PT. Tiwikrama Tour Indonesia berdasarkan hasil SWOT. Strategi-strategi tersebut mencakup peningkatan kualitas dan layanan, pengembangan promosi yang efisien, disverifikasi dan efektif (Herlinawati et al., 2019). Dengan penerapan strategi-strategi tersebut, diharapan PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat berkompetisi dengan lebih baik dan memperoleh keuntungan kompetitif dari pasar tour & travel.

2.3 Bussiness Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan merancang model bisnis suatu perusahaan atau organisasi. Business Model Canvas disajikan berupa suatu kanvas yang terdiri dari 9 kotak yang saling berkaitan (Priska, 2015). Bisnis Model Canvas sangat penting untuk pengembangan dan pengelolaan bisnis karena membantu tim manajemen dan pemilik perusahaan untuk memahami dan merancang model bisnis dengan cara yang lengkap (Osterwalder & Pigneur, 2020). Dengan menggunakan Business Model Canvas, Perusahaan dapat membuat gambaran yang mudah dipahami yang menggambarkan komponen penting seperti sumber pendapatan, saluran distribusi, segmen pasar, dan proposisi nilai (Ningsih et al., 2023). Business model canvas (BMC) merupakan sebuah gambaran kerangka pemikiran perencana strategi dalam menyusun strategi bisnis baru yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai targetnya

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

(Sukarno & Ahsan, 2021). Bussiness Model Canvas dapat digunakan untuk memberikan usulan rancangan model bisnis baru sehingga dengan pendekatan bisnis model canvas dapat dirumuskan desain transformasi model bisnis baru.

Tabel 1. Penelitian terdahulu

No	Judul Jurnal	Penulis/Nama Jurnal	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Penerapan quantitative strategic planning matrix (QSPM) untuk merumuskan strategi bisnis	Indriarti, Resti Chaidir, Nova Rachmawati 2021	Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa angka tertinggi strategi alternatif untuk Malika Bakery ada pada faktor pengembangan saluran distribusi (0.60). Strategi pengembangan saluran distribusi harus segera di lakukan	Penerapan yang digunakan yaitu Analisis SWOT	Objek penelitian, tidak menggunakan QSPM
2	Analisis Strategi Pengembangan Menggunakan Pendekatan SWOT Analysis dan Bisnis Model Canvas	Zafirah, Syaifullah 2022	Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa Takadeli Cake Pekanbaru terletak pada posisi Kuadran I dengan nilai nilai pada faktor internal sebesar 0,928 dan nilai pada faktor eksternal sebesar 0,623. Ini merupakan posisi yang terbaik.	Menggunakan BMC	Objek penelitian berbeda
3	Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi Z Coffee & Roastery	Afdalia, Nur Effendi, Ahmad Mustakim 2023	Berdasarkan analisis SWOT strategi meningkatkan kualitas dalam segi pelayanan karyawan di café maupun sosial media, kualitas rasa dan tampilan produk, juga fasilitas yang dapat meningkatkan	Menggunakan metode analis SWOT	Objek penelitian yang berbeda

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

			kenyamanan pada konsumen.		
4	Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi	Prayudi, Dicky Yulistria, Resti 2020	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skor akhir setelah pembobotan pada analisis internal sebagai kekuatan adalah alur organisasi, sedangkan yang menjadi kelemahan adalah karakter sumber daya manusia.	Terdapat kesamaan dalam penggunaan metode SWOT	Objek penelitian dan QSPM
5	Strategy Formulation for Performance Improvement of Indian Corrugated Industry: An Application of SWOT Analysis and QSPM Matrix	Gupta, Mahima Agrawal, Anshu 2015	Hasil dari matriks SPACE menunjukkan bahwa strategi agresif diperlukan untuk mengejar Pengembangan industri	Terdapat kesamaan dalam penerapan Analis SWOT	Objek Penelitian, dan QSPM

3. Metodologi Penelitian

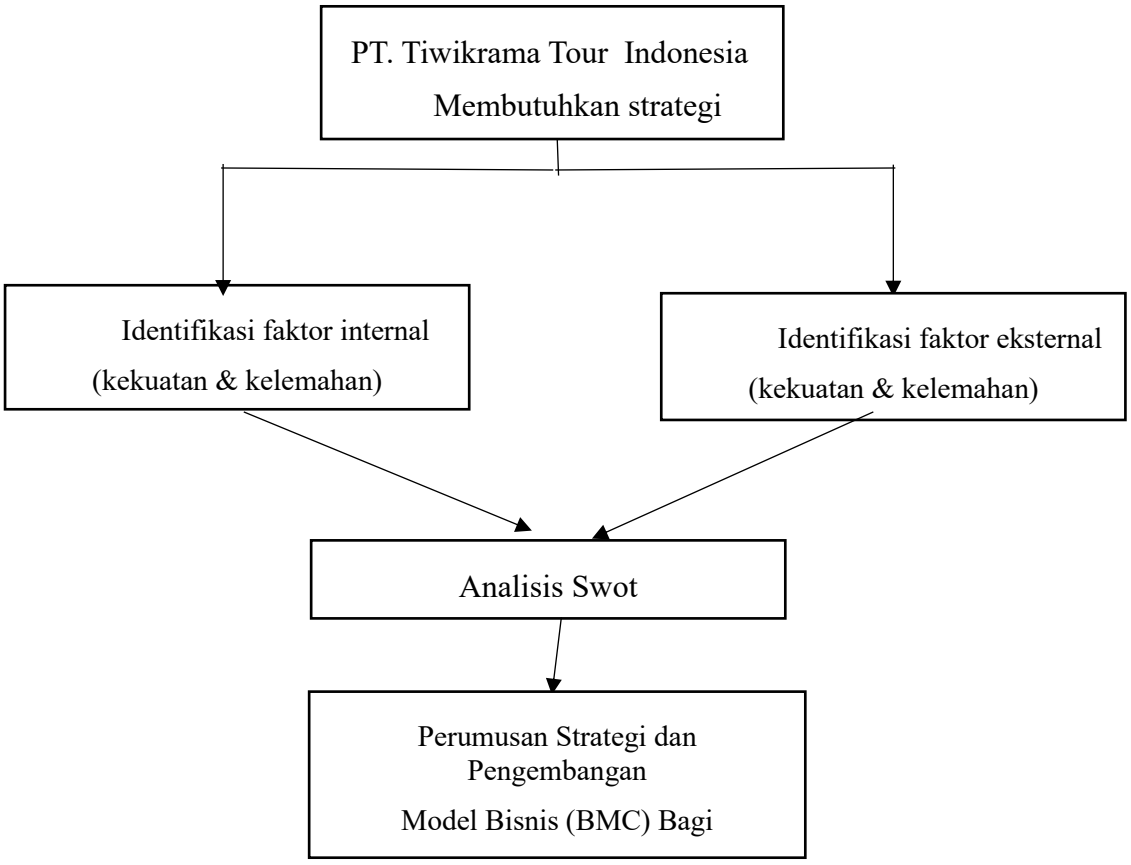
Penelitian ini mengg penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh wawasan tentang fenomena manusia atau sosial dengan mengkonstruksi yang detail dan kompleks yang dapat disampaikan melalui bahasa. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan perspektif mendalam dari orang yang memberikan informasi dan melakukan penelitian di lingkungan alami.Dari Maret 2024 hingga Juni 2024, periode 1 tahun, penelitian ini dilakukan.

Data primer, inti, dan sekunder adalah tiga jenis data yang digunakan dalam analisis penelitian dengan objek PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Data primer berasal dari informasi langsung hasil lapangan yang diperoleh melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara langsung dengan narasumber. Data inti berasal dari wawancara langsung dengan pemilik dan pelanggan PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Analisis data sekunder dapat diterapkan pada sebagian data pengguna atau seluruh data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Metode pengambilan data

Published by:
Training & Research Institute

primer menggunakan cara wawancara langsung terhadap pemilik, karyawan maupun konsumen pada PT. Tiwikrama Tour Indonesia.

Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur seputar strategi pengembangan usaha pada PT. Tiwikrama Tour Indonesia, internet, jurnal, skripsi. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatatatau dilaporkan. Dalam (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Artinya dalam analisis data peru adanya penggalian informasi secara terus menerus agar informasi yang didapatkan benar-benar lebih mendalam dan sudah sampai titik pusat terhadap informasi yang kita inginkan.



Gambar 1. Metode Penelitian

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Analisis swot

PT. Tiwikrama Tour Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi yaitu *Tour dan Travel* dimana memiliki hasil analisis SWOT yang dapat memberikan pandangan komprehensif terhadap kondisi internal dan eksternal usaha. Salah satu kekuatan (strength) PT. Tiwikrama Tour Indonesia yaitu menyediakan kendaraan dengan produksi terbaru, yang memungkinkan perusahaan untuk memberikan layanan terbaik kepada

Published by:

para konsumen yang menggunakan jasa tour dan travel PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Kekuatan menggambarkan keunggulan suatu organisasi dan apa yang membedakannya dari kompetitor (Mardiyana et al., 2022). Selain itu, kantor PT. Tiwikrama Tour Indonesia terletak di pusat kota Bandung, tentunya perusahaan dapat dengan mudah untuk menawarkan layanan tour dan travel untuk wisatawan lokal dan asing yang mengunjungi Bandung, Jawa Barat. PT. Tiwikrama Tour Indonesia juga menyediakan layanan antar kota antar provinsi, antar jemput bandara dan juga city tourUntuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan perjalanan, PT. Tiwikrama Tour Indonesia juga menyediakan sistem navigasi berbasis satelit, yang terdiri dari setidaknya 24 satelit yaitu Global Positioning System (GPS). Dengan demikian, lokasi yang strategis dan layanan yang disediakan dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas bisnis.

Di sisi lain, ada beberapa kelemahan (*weaknesseses*) dari bisnis PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Strategi promosi baik secara online maupun offline belum sepenuhnya berhasil dalam mencapai pasar sepenuhnya. Kurangnya pelatihan sumber daya manusia untuk melayani pelanggan juga menjadi kelemahan, yang membatasi kontribusi optimal perusahaan. Meskipun kantor terletak sangat strategis, namun strategi pemasaran yang dilakukan masih kurang efektif untuk menarik konsumen agar menggunakan jasa tour dan travel yang disediakan oleh PT. Tiwikrama Tour Indonesia.

Adapun berdasarkan faktor peluang (*opportunities*), Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang, PT. Tiwikrama Tour Indonesia memiliki peluang untuk memasarkan layanan tour dan travel yang dimiliki dengan memanfaatkan media sosial dan platform online lainnya. Selain itu, dengan munculnya lebih banyak destinasi wisata di kota bandung, PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat membantu meningkatkan pariwisata kota dengan menawarkan jasa Tour dan Travel.

Walaupun demikian, ada juga ancaman (*threats*) yang berasal dari faktor eksternal dan perlu diatasi oleh PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Banyak bermunculannya kompetitor yang bergerak di bidang yang sama menjadi ancaman bagi PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Selain itu, semakin banyaknya inovasi yang dilakukan pemerintah dalam bidang transportasi public menimbulkan ancaman serius yang dapat mengurangi pangsa pasar perusahaan.

Kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan proyek atau usaha komersial dinilai menggunakan metode analisis SWOT dari perencanaan strategis. Akronim SWOT terdiri dari empat komponen: peluang (peluang), ancaman (ancaman), kelemahan (kelemahan), dan kekuatan. (strengths). Strategi S-O, W-O strategi, strategi S-T, dan strategi W-T membentuk rumus strategi.

Published by:

Tabel 2. Analisis Swot

FAKTOR INTERNAL / FAKTOR EXTERNAL	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Lokasi strategis di pusat kota dengan aksesibilitas yang baik. 2. Tingginya permintaan rental mobil, tour dan travel 3. Kepercayaan konsumen akan layanan mobil, tour dan travel	1. Keterbatasan fasilitas fisik dan sumber daya manusia (SDM) yang membatasi kapasitas pelayanan. 2. Kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas perusahaan 3. Jam buka operasional 4. Potogan harga 5. Media informasi yang kurang jelas
OPPORTUNITIES (O) 1. Memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai alat untuk pemasaran dan penyewaan konsumen 2. Meningkatnya sektor pariwisata di kota Bandung 3. Penambahan unit kendaraan dalam permintaan dari konsumen 4. Mendapat kepercayaan dari pelanggan	SO Strategy 1. Menyediakan jenis kendaraan yang sering disewa oleh konsumen 2. Melakukan service atau pengecekan secara berkala untuk memberikan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen 3. Menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Website lainnya sebagai media pemasaran 4. Merancang aplikasi untuk memudahkan konsumen melakukan penyewaan	WO Strategy 1. Memberikan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan pelayanan 2. Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi menggunakan website, media sosial dan platform lainnya yang tersedia 3. Memberikan jam operasional yang fleksibel ketika ada permintaan pada jam tertentu 4. Memberikan penawaran menarik berupa gift atau voucher
THREATS (T) 1. Banyaknya bermunculannya kompetitor Tour dan Travel 2. Adanya tawaran yang lebih menarik terkait promo dan potongan harga oleh perusahaan lain 3. Meningkatnya harga sewa	ST Strategy 1. Melakukan penambahan unit yang sering atau banyak peminat dalam menyewa kendaraan 2. Memberikan pelayanan dan respon yang sopan serta memberikan penjelasan yang mudah dipahami oleh konsumen tentang penyewaan kendaraan dan penggunaan jasa tour dan travel	WT Strategy 1. Memasang iklan dengan banner atau spanduk di tempat yang strategis dan mobilitas di daerah tersebut tinggi 2. Membuat promo dan potongan harga yang lebih menarik dibandingkan perusahaan lain

Published by:
Training & Research Institute

Strategi S-O adalah strategi yang diambil dari analisis *strengths* dan *opportunities*. Langkah yang pertama yakni impelementasi strategi pemasaran strategi pemasaran digital dengan cara memanfaatkan kekuatan internal PT. Tiwikrama Tour Indonesia dalam penawaran jasa Tour dan Travel untuk menarik konsumen dengan memanfaatkan teknologi digital. Melalui metode pemasaran digital yang efektif, diharapkan PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat dengan mudah untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan PT. Tiwikrama Tour Indonesia, terutama para wisatawan baik yang berlibur ataupun melakukan kegiatan di kota Bandung. Hal ini diharapkan akan mampu meningkatkan pangsa pasar, memperkuat citra perusahaan dan memperluas promosi pemasaran yang berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. selanjutnya, untuk memanfaatkan peluang bisnis PT. Tiwikrama Tour Indonesia diharapkan dapat menjalin kerja sama dengan perusahaan atau instansi terkait transportasi Tour dan Travel hal ini agar perusahaan memperoleh dukungan tambahan untuk meningkatkan pariwisata di kota Bandung dan juga untuk memperluas jangkauan pemasaran perusahaan.

Strategi W-O PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan promosi menggunakan website, media sosial, maupun platform online lainnya untuk mengatasi keterbatasan aksesibilitas layanan. Hal ini tentunya untuk meningkatkan pemasaran yang berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Tahap selanjutnya, PT. Tiwikrama Tour dapat untuk menyelenggarakan pelatihan sumber daya manusia (SDM) untuk meningkatkan kualitas dan kompetensi para pekerja. Hal ini diharapkan dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dan menghasilkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Lebih lanjut, perusahaan dapat beraliansi strategis dengan bisnis yang sama untuk *sharing resources* untuk meningkatkan pendapatan.

PT. Tiwikrama Tour Indonesia juga perlu mengimplementasikan strategi S-T dengan cara mempertahankan kualitas kendaraan sesuai kebijakan perusahaan untuk mengatasi persaingan dengan perusahaan lainnya. Tentunya dengan mempertahankan kualitas, perusahaan dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para konsumen pengguna jasa Tour dan Travel PT. Tiwikrama Tour Indonesia. Selanjutnya PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat menjalin kemitraan dengan perusahaan yang bergerak di bidang Tour dan travel untuk menigkatkan pangsa pasar. Hal ini bertujuan untuk mengatasi persaingan dan menjadikan pesaing menjadi mitra bisnis untuk mencapai tujuan yang maksimal bagi perusahaan.

Strategi W-T menghasilkan strategi untuk mengatasi risiko persaingan yaitu dengan cara PT.Tiwikrama Tour Indonesia dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan Tour dan Travel tertentu agar menciptakan hubungan bisnis yang sama – sama menguntungkan bagi perusahaan, untuk menghadapi persaingan dengan para pesaing lainnya di bidang yang sama. Selain itu, untuk menghadapi ancaman dari kurangnya pemasaran, PT. Tiwikrama Tour Indonesia dapat meningkatkan promosi online & offline dengan cara yang lebih kreatif, efektif dan menarik untuk mendapatkan perhatian publik (konsumen). Hal ini agar meningkatkan keuntungan dari pangsa pasar.

4.2 Bussines Model Canvas

Berikut ini adalah rumusan *Business Model Canvas* (BMC) yang mencerminkan strategi dan komponen-komponen utama untuk mengembangkan bisnis PT. Tiwikrama Tour Indonesia.

Key Partners	Key Activities	Value	Customer	Customer

Published by:
Training & Research Institute

<table>
<tr><td></td><td></td><td>Propositions</td><td>Relationships</td><td>Segments</td></tr>
<tr><td rowspan="2">• Komunitas rental mobil
• Mitra bisnis pemilik kendaraan rental
• Grosir spare part dan bengkel langganan
• pembiayaan non bank
• institusi pemerintahan dan perusahaan lain dalam kerjasama program dan pembiayaan.</td><td>• Memberikan penawaran terbaik kepada konsumen yang potensial
• Melakukan pengembangan dan penyediaan layanan tour & travel</td><td rowspan="2">• Harga lebih murah
• Mobil kondisi terbaik
• Unit menggunakan teknologi GPS (Global Positioning System)
• Juru mudi professional
• Penawaran menarik paket pariwisata</td><td>• Komunikasi via telepon, WhatsApp, Instagram
• Forum rental</td><td rowspan="2">• Perusahaan atau instansi yang membutuhkan layanan penyediaan unit kendaraan
• Wisatawan dalam negeri dan mancanegara</td></tr>
<tr><td>Key Resources
• Tangible resources : Kantor, unit mobil, database pelanggan, Tim office, driver, mekanik (montir), karyawan
• Intangible resources : Ilmu tentang bisnis rental (tour & travel), kepercayaan mitra pemilik mobil dan kepercayaan konsumen</td><td>Channels
• Saluran langsung (serah terima langsung dari kantor kepada konsumen)
• Saluran tidak langsung (Website, media sosial)</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure
• Angsuran kendaraan, Pajak kendaraan, DP Pembelian mobil, Maintenance kendaraan, Gaji karyawan, Biaya sewa kantor, Tagihan listrik, Tagihan internet, Biaya pemasaran, Biaya laka lantas, Training karyawan</td><td colspan="2">Revenue Streams
• Transaksi penyewaan kendaraan dan penjualan kendaraan bekas
• Pengelolaan jasa supir professional
• Kerja sama vendor pariwisata
• Kelebihan bahan bakar dan mobil laka lantas</td></tr>
</table>

Gambar 2. Bussines Model Canvas

Pada *customer segment*, perusahaan menargetkan konsumen di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya, seperti wisatawan lokal maupun mancanegara, selain itu perusahaan dan instansi pemerintahan yang memerlukan layanan penyediaan unit kendaraan. *Value propositions* memberikan harga sewa/rental yang lebih murah, menyediakan mobil atau unit kendaraan dengan kondisi terbaik, juga menyediakan juru mudi yang professional, lalu setiap unit kendaraan dilengkapi dengan GPS (Global Positioning System) serta memberikan penawaran menarik untuk paket periwisata. PT. Tiwikrama Tour Indonesia menggunakan saluran distribusi *online* dengan menggunakan website dan media sosial untuk layanan penyewaan dan secara *offline* yaitu dengan serah terima langsung dari kantor kepada konsumen (*channel*). Hubungan dengan pelanggan (*customer relationship*) dilakukan melalui dukungan *online* dengan komunikasi melalui telepon, whatsapp, Instagram dan *offline* melalui forum rental.

Published by:

Lebih lanjut, *revenue streams* berasal dari transaksi penyewaan kendaraan dan penjualan kendaraan bekas, pengelolaan jasa supir professional, kerjasama dengan vendor tempat pariwisata, selain itu kelebihan bahan bakar dari pihak konsumen dan mobil laka lantas. Adapun, *key resources* meliputi kantor, unit mobil, database pelanggan, tim office, driver, mekanik dan juga karyawan, lalu ilmu tentang rental mobil (tour & travel) serta kepercayaan mitra pemilik mobil dan kepercayaan konsumen. Sementara *key activities* memberikan penarawaran terbaik kepada konsumen yang potensial serta melakukan pengembangan dan penyediaan tour & travel. *Key partners* mencakup komunitas rental mobil, mitra bisnis pemilik kendaraan rental, grosir sparepart dan bengkel langganan, pembiayaan non bank serta institusi pemerintahan dan perusahaan lain dalam kerjasama program dan pembiayaan.

Dalam hal *cost structure*, PT Tiwikrama Tour Indonesia harus memperhitungkan biaya angsuran kendaraan, Pajak kendaraan, DP Pembelian mobil, Maintenance kendaraan, Gaji karyawan, Biaya sewa kantor, Tagihan listrik, Tagihan internet, Biaya pemasaran, Biaya laka lantas, Training karyawan. *offline*, dan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan permintaan pasar. Selain itu, PT Tiwikrama Tour Indoneisa juga harus memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengembangkan layanan yang lebih mudah diakses dan mengajukan proposal kerjasama program untuk mendapatkan tambahan modal. Dengan demikian, BMC PT Tiwikrama Tour Indonesia mencerminkan upaya dalam menyediakan produk layanan Tour & Travel yang inovatif, terjangkau, dan terintegrasi dengan kebutuhan pasar.

5. Kesimpulan

PT. Tiwikrama Tour Indonesia menyadari betapa pentingnya strategi bisnis untuk bertahan dalam industri pariwisata. Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi bisnis mereka, PT. Tiwikrama Tour Indonesia menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas. Perusahaan menggunakan metode kualitatif untuk mempelajari konteks bisnis dan preferensi pasar untuk membuat strategi yang fleksibel. Perusahaan mengatasi tantangan seperti persaingan yang ketat dan risiko dengan menjaga kualitas layanan dan meningkatkan promosi dengan memanfaatkan kekuatan internal seperti layanan berkualitas tinggi dan sumber daya yang kuat untuk mengeksplorasi peluang baru, seperti pemasaran digital dan kerja sama strategis.

PT. Tiwikrama Tour Indonesia bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas pangsa pasar sambil tetap responsif terhadap dinamika pasar pariwisata Kota Bandung dan sekitarnya. PT. Tiwikrama Tour Indonesia berfokus pada pengembangan model bisnis yang inovatif dan terintegrasi. Strategi manajemen yang terukur dan komitmen terhadap pertumbuhan pariwisata harus dilakukan oleh perusahaan.

Daftar Pustaka

Afdalia, N., Effendi, A., & Mustakim. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi Z Coffee & Roastery. *Alkasb: Journal of Islamic Economis*, *2*(1), 236–244. https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb

Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, *17*(2), 58–70.

Published by:
Training & Research Institute

Budiman, S., & Suparjo, S. (2021). Manajemen Strategik Pendidikan Islam. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, *5*(3), 515–523. https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2197

Diwangkara, N. K., Sari, S. R., & Rukayah, R. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, *4*(2), 120. https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.431

Herlinawati, E., Suryana, Ahman, E., & Machmud, A. (2019). The effect of entrepreneurial orientation on smes business performance in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, *22*(5).

Indriarti, R., & Rachmawati, N. (2021). Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, *20*(1), 159–170. https://doi.org/https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i1.41179

Mardiyana, M., Ihsan, M., Adrial, A., Parida, H., Sidiq, S., & Hidayat, T. (2022). A SWOT (Strength Weakness Opportunity and Threat) Analysis as a Strategy to Enhance Competitiveness. *International Journal of Management Science and Application*, *1*(1), 18–27. https://doi.org/10.58291/ijmsa.v1i1.8

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, *1*(1), 97–112. https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205

Ningsih, R., Wijaya, F., & ... (2023). Analysis of business development using a business model canvas approach. *Journal of Management …*, *6*(1), 117–124.

Novita, N. A., Oktianingrum, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Pada Perspektif Ekonomi Syariah Di Kota Bandar Lampung. *Al-Dzahab*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.32939/dhb.v3i1.1037

Nuryani, S., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). Callie Qudsiyyah's business development strategy uses SWOT analysis and the business model canvas. *Journal of Management Science (JMAS)*, *6*(1), 30–37.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Creare modelli di Business*.

Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *9*(2), 225. https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516

Priska. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Agora*, *3*(2), 292–301.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71–80. https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE LEARNING*, *6*(1), 112–121.

Published by:
Training & Research Institute

Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas PendidikanStrategy Management to Improve the Quality of Education. *Jurnal At-Tadbir Media Hukum Dan Pendidikan*, *30*(1), 57–66.

Shri, C., Gupta, M., & Agrawal, A. (2015). Strategy Formulation for Performance Improvement of Indian Corrugated Industry : An Application of SWOT Analysis and QSPM Matrix. *Journal of Applied Packaging Research*, *7*(3), 60–75. https://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1035&context=japr

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan, Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (pp. 1–16). CV. Alfabeta, Bandung.

Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, *4*(2), 51–61. https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456

Widowati, M., & Andrianto, F. (2022). ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS KULINER (STUDI KASUS PADA UMKM PAPAT SODARA FOOD PURWAKARTA). *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)*, 21.

Wijaya, F., & Sultan, M. A. (2019). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, *10*(2), 205–211. https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jimb.v10i2.15308

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/)

Published by:



Publisher:
Training & Research Institute –
Jeramba Ilmu Sukses
Jl. Brigjend Hasan Kasim
No. 22 Palembang, Indonesia